

UN SISTEMA DE CAMPING PARA EL TURISMO JUVENIL Y ESTUDIANTIL DE VENEZUELA

Autores

Rómulo J. Ortiz Guevara

Magíster en Turismo

Docente - Investigador de la Escuela de Hotelería y de Turismo
Centro de Investigaciones y Estudios de Turismo de América Latina (CIETAL)
Colegio Universitario Francisco Miranda, Caracas, Venezuela
orguerojo@gmail.com

Gloria Linares Parra

Magíster en Turismo

Docente – Investigador de la Escuela de Contaduría
Centro de Investigaciones y Estudios de Turismo de América Latina (CIETAL)
Colegio Universitario Francisco Miranda, Caracas, Venezuela
glorialinares@hotmail.com

RESUMEN

Luego de dos antecedentes fallidos, el Estado Venezolano en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2007 – 2013 propone implementar el turismo juvenil y estudiantil. Luego de revisar concepciones de campings, de sistemas y empresas en red, la investigación aborda el problema de que un sistema de camping juvenil y estudiantil es un producto turístico específico para éste segmento de mercado, y se quiere conocer si el mismo tiene aceptación dentro de él. La metodología utilizada fue un estudio de campo, de orden descriptivo, cuya muestra es de 1312 individuos, de 7 universidades, tomada mediante muestreo aleatorio estratificado, con un margen de error de +- 3%. Los resultados describen aspectos socio – económicos, propensión al turismo, preferencias turísticas, aceptación del sistema de campings, y los elementos que desean integre dicho camping. Se alcanzaron los objetivos propuestos, y hay una gran aceptación del sistema de camping juvenil y estudiantil.

Palabras clave: Camping. Jóvenes y estudiantes. Turismo. Sistema.

**A CAMPING SYSTEM FOR YOUTH AND STUDENTS TOURISM IN
VENEZUELA.**

Autores

Rómulo J. Ortiz Guevara

Magíster en Turismo

Docente - Investigador de la Escuela de Hotelería y de Turismo
Centro de Investigaciones y Estudios de Turismo de América Latina (CIETAL)
Colegio Universitario Francisco Miranda, Caracas, Venezuela
orguerojo@gmail.com

Gloria Linares Parra

Magíster en Turismo

Docente – Investigador de la Escuela de Contaduría
Centro de Investigaciones y Estudios de Turismo de América Latina (CIETAL)
Colegio Universitario Francisco Miranda, Caracas, Venezuela
glorialinares@hotmail.com

ABSTRACT

After two previous failed attempts, the Venezuelan government aimed at the youth and student markets, this plan is drawn at the “Strategic National Tourism Plan 2007-2013”. Following a review of some camping and networking system conceptions, this research builds on the notion that a youth and student camping system is a product that solely targets this market segment and determines how well-received such an initiative would be. The chosen methodology of research consists of a descriptive field study based on a random stratified sample of 1,312 individuals from 7 universities, its margin of error is $\pm 3\%$ and its results describe the relevance of socio-economical aspects, inclination toward tourism and preferences, viability of a camping system (level of acceptance) and it identifies services commonly requested. All objectives were met and it was established that youth and student camping systems would be viable.

Key words: Camping. Student. Youth. Tourism. System.

INTRODUCCION

En el contexto de las modalidades de alojamiento turístico, el camping es una alternativa que en algunos países ha adquirido popularidad, fundamentalmente en los segmentos juveniles y de los estudiantes; autores como Fernández F. Francisco, dicen refiriéndose al mismo: “es un sentimiento de regresión a la Naturaleza el que ha originado el camping actual. Y sus indudables beneficios para todos y en especial para la juventud, han implicado su consideración no como fenómeno individual, sino como un aspecto más de la vida social, y por ello ha caído bajo reglamentaciones oficiales más o menos estrictas. En el camping vemos al solitario, a la familia o al grupo que alzan su tienda bajo las estrellas, en lugares libres y un poco a la aventura, en turismo caminante o motorizado y levantando el vuelo con frecuencia. Para una clasificación de tipo económico es evidente que presentan los extremos más opuestos; desde el trailer, o roulotte, enganchados al coche de turismo, hasta el grupo de estudiantes con un somero equipo de mochila. La roulotte es, en fin de cuentas, la tienda lujosa del potentado actual, pero seria un error creer que el equipo completo de un campista de tienda es barato”. Fernández Fuster, F. (1980).

Así mismo, López Palomeque, opina a cerca de la actividad en España: “Los campings son terrenos acotados y preparados para recibir alojamientos móviles, tiendas de campana o caravanas. Surgen en Europa a mediados de los años cuarenta del siglo XX, extendiéndose posteriormente a otras zonas. En 1982 el CEOTMA señalaba que los fines de los campings eran el disfrute de la naturaleza y sus recursos recreativos y reducir el coste de alojamiento en relación con la estancia en hoteles, chalets, apartamentos, etc. Aunque el camping es un tipo de infraestructura turística que se ha desarrollado después de la oferta hotelera ha adquirido una gran importancia en zonas litorales y de montaña”. López P (1988).

Orlando A. Santilli expone una breve historia del camping en los siguientes términos: “...La primera manifestación de carácter deportivo que tuvo el “camping”, surgió en Inglaterra, en el año 1901 con el nombre de Asociación Of Cycle; tal iniciativa estuvo a cargo de Mr. T.H. Holding. Transcurrieron los años hasta que recién en 1906 la mencionada institución pudo llevar a cabo su primer campamento de “camping” ciclista, coincidiendo, también ese año, con la fundación de la sociedad denominada “The Camping Club”. Un año más tarde, el inolvidable Baden Powell, influenciado por lo visto y leído, realiza el primer campamento de muchachos. Esto da origen a lo que más adelante se conocerá con el nombre de “Scoutismo”. Tal campamento no llevaba en sí finalidades deportivas sino educacionales, pero por la mayor proyección mundial cobrada, no puede descartarse la importancia e influencia que tuvo en la historia y trayectoria del “camping”. Los éxitos alcanzados por los campamentos existentes, hicieron necesaria la creación de una Federación en Inglaterra, para reglamentar y fomentar la naciente actividad.

Los años siguientes, el “camping” conquista adeptos en todos los países del mundo, hasta que en el año 1932, tiene lugar en Holanda, la creación de la Federación Internacional de “Camping” Clubes, y un año más tarde, se realiza en Inglaterra, el primer Campamento de carácter Internacional. En Norteamérica, España e Italia, toma gran incremento y empieza a propagarse en todos los países”. Santilli, O. (1963).

El mismo autor, define Camping de la siguiente manera: “...Empezaremos por decir que ésta palabra es de origen inglés y, si nos ajustamos a la definición de ciertos diccionarios, significa: “llevar a cuestras nuestra carpa y otros utensilios necesarios para hacer la vida de campo”. A ésta definición, los que nos sentimos verdaderos acampantes, agregaremos lo que representa para la juventud. El “camping” es un medio poderoso para la formación del carácter y, sobre todo, para la educación cultural y moral, ya que por intermedio de los campamentos se aprecia en su justo valor, la bondad de la moral, se ama la verdad, se fomenta la solidaridad y, sobre todo, los principios virtuosos que elevan el nivel de superación humana”. De igual manera, diferencia el camping del vivac: “...El vivac es una concepción del “camping” primitivo, la prueba está que carece de finalidades deportivas, estando el mismo reducido en la práctica, a valernos de todos los medios que encontremos en el campo para procurarnos abrigo y comodidad, valiéndonos de ramas, troncos, piedras, rocas etc., ya que el equipo que lleva consigo el vivacqueador está compuesto por manta y utensilios imprescindibles para cocinar. El vivacqueador además deberá estar dotado de una profunda imaginación creadora, para convertir en elementos útiles los diversos materiales que hallará dispersos. Demás está decir que se puede vivaquear siempre y cuando las condiciones del tiempo sean estables, ya que se envuelven en una manta para sortear la noche, y tiene como al decir criollo “por techo las estrellas” pero en caso que las condiciones climáticas fueran adversas, los vivacqueadores pasarán mal momento. Santilli, O. (1963).

En referencia a lo anterior, dicho autor se refiere al camping en diferentes ámbitos así: “...Acampar en la montaña, nos ofrece una cantidad de facetas, que creemos interesantes mencionar. A ella llegan acampantes en busca de un real descanso, como así también grupos animosos de jóvenes, que se dedican a realizar saludables travesías pasando de una montaña a otra, escalando cerros etc. Ambos grupos deberán llevar equipos y vestimenta corriente, a lo que se debe agregar ropas de abrigo, pues la noche siempre refresca.

El “camping” a la orilla del mar. El marco importante del mar para acampar, cautiva enormemente, siendo en lo que se relaciona a nuestro país, una de las formas más en boga, ya que cuenta con un sinnúmero de cultores. Así lo hemos podido comprobar por la creciente instalación de carpas en las costas marinas. Para acampar en éste medio, debemos conocer algunos problemas que pueden surgir, a fin de hallar su solución. Por ejemplo debemos poseer una buena provisión de agua, pues de agotarse la misma,

tendremos que conseguirla en lugares tal vez apartados.

“Camping” en el bosque. El bosque es el escenario especial para levantar los campamentos colectivos, por lo general instalan sus carpas en un claro del mismo hallando un poderoso aliado contra el viento y la lluvia, que como es sabido, son los enemigos de nuestras carpas. Pero siempre es bueno recordar que las mismas no deberán nunca emplazarse bajo arboles puntiagudos de copa cónica, pues atraen sobremanera los rayos”. Santilli, O. (1963).

Después de las consideraciones anteriores, es importante destacar que existen varias concepciones de los campings: En México, la autora Graciela Ripoll expone “ El Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA) cuenta con programas de recreación y turismo, que se pusieron en práctica bajo la Red Nacional de Albergues, desde su inicio, en 1976. Cuatro años después, en vista de la importancia de los programas a desarrollar, la división encargada de estas actividades adquirió el carácter de Dirección de Turismo Popular, de la cual dependen los dieciocho albergues y una agencia de viajes. En esta última se organizan y promueven excursiones en paquetes para días festivos, periodos vacacionales y fines de semana, así como paseos dominicales a lugares turísticos culturales”. Ripoll G., (1986).

En ese mismo sentido, en España, Cidon y Recasens apuntan: “el camping se ha convertido en los últimos años en un sinónimo de turismo alternativo, una forma distinta y natural de disfrutar las vacaciones. Atrás han quedado los primeros tiempos en que los campings eran utilizados casi exclusivamente por clientes, en su mayoría extranjeros, que llevaban pequeñas tiendas de campaña para albergarse. Actualmente, la moderna infraestructura, las tiendas – chalet familiares aseguran todos los servicios y comodidades necesarias para unos agradables días de ocio. La situación ha cambiado hasta el punto de que el camping mueve al 30% del volumen de turistas en España; el turismo nacional ocupa el 50% de las plazas de los campings asentados en zonas privilegiadas, y el 80 – 90% en los que se encuentran ubicados fuera de las rutas turísticas”. Cidon y Ricasens, (1997).

En este propósito, en Estados Unidos de Norteamérica Bialeschki D., Halliday N., y Fay J., reflejan otra concepción cuando exponen: “Los campings profesionales se enorgullecen de las actividades ofrecidas en los mismos. Para algunos campings, el programa de actividades es el corazón de la experiencia en estos, y son frecuentemente el punto crítico en sus estrategias de reclutamiento. Nosotros tenemos que maximizar nuestras oportunidades para - - hacer las mejores personas - - buscándolo cuidadosamente con nuestros programas, por la relevancia de nuestra misión y objetivos, y la forma en que las actividades son estructuradas, y como hacemos para conocer las habilidades y destrezas del campista individualmente”. Bialeschki. D et alt. (2007). Los mismos autores refuerzan

su exposición en otro artículo de la siguiente forma: “El meollo de la historia es construir una experiencia de vida como parte de la experiencia en el camping, pero permitiendo ver a esta construcción particular como un todo. Aquí está la llave del componente de la experiencia a construir y una simple respuesta a cada una de ellas: Interés.- ‘Yo consigo hacer muchas cosas nuevas en el camping’. Experiencia, Crecimiento y Progreso.- ‘Yo tengo una oportunidad de aprender como hacer cosas nuevas aquí en el camping que no conseguiría aprender en otra parte’. Estimulo.- ‘El personal del camping me estimula para hacer mi mejor esfuerzo’. Bialeschi. D. et alt. (2007).

Otra concepción del camping, establecida en la normativa legal venezolana referente a los camping fue estatuida en el Reglamento Parcial de la Ley Orgánica de Turismo Sobre Establecimientos de Alojamiento Turístico, en el Capítulo II De la Clasificación, Artículo 10, Letra F, la cual los define como: “Campamento de Turismo: aquel establecimiento que presta en forma periódica o permanente servicio de alojamiento y actividades al aire libre; que facilita el pernoctar en tiendas de campaña, remolques habitables, cabañas u otros alojamientos de índole similar”.Reg.LOT (1998). En la Propuesta de Ley para la Promoción del Turismo Popular, en el Capítulo VIII Del Turismo Juvenil, Artículo 23, se establece textualmente: “El Ministerio de Turismo en coordinación con el Ministerio de Educación y Deportes elaborara los planes y proyectos dirigidos a promover el turismo para los jóvenes y estudiantes. Para tal fin el Gobierno Nacional destinará los recursos necesarios del Presupuesto Nacional. El Ministerio de Turismo diseñará programas de recreación y turismo que involucren a la población juvenil, para lo cual podrán realizar convenios con entidades públicas, privadas y mixtas que les permitan la utilización de parques urbanos, albergues juveniles, casas comunales, sitios de camping, colegios campestres y su propia infraestructura recreacional y vacacionales” LPTP (2007).

En ese mismo sentido, el gobierno cubano tiene su concepción respecto al campismo, al respecto Gilda Fariñas expone: ...” Como parte esencial del proyecto recreativo de los cubanos, el campismo popular “tendrá nuevos impulsos, nuevas inversiones y crecerá así como crece el país en muchas esferas” – aseguró el Comandante en Jefe Fidel Castro, al clausurar el acto nacional por el aniversario 25 de la institución. Fidel enfatizó que, a diferencia del resto del mundo, en Cuba esa actividad no tiene carácter lucrativo, sino educativo, cultural, recreativo, saludable y de esparcimiento, vinculado a la riqueza natural de la Isla”. Fariñas G. (2008). Es evidente entonces que el campismo es de propiedad estatal.

En éste mismo propósito, Hortensia Barranco C. aporta sus datos: ...” Las más de 84 instalaciones recreativas se encuentran en 60 municipios de todo el país con capacidades para brindar un disfrute pleno del entorno. El Campismo Popular ha brindado recreación sana a 23 millones 500 mil cubanos desde su instauración hace 27 años. El

Campismo Popular es una de las opciones recreativas más seductivas para la familia en Cuba, pues presentan cómodas instalaciones de acuerdo a los más diversos intereses para niños, jóvenes y adultos”. Barranco, H. (2008).

Realizar esta investigación es importante desde varios puntos de vista. Así, desde el ángulo económico, si se establece un sistema de camping para el turismo juvenil y estudiantil de Venezuela, se podrá determinar el ingreso de divisas que por éste nuevo concepto captará el país, su impacto en la balanza de viajeros, balanza de pagos, reservas monetarias, el producto interno bruto (PIB) y las cuentas nacionales en general. El turismo es una actividad generadora de puestos de trabajo directos e indirectos por sí mismo, pero tiene la capacidad de encadenar a otras actividades a su empuje económico, tales como a la agricultura, la ganadería, la pesca, la agro industria, por el lado de los alimentos y bebidas que consumen los turistas; así mismo la artesanía, la pequeña y mediana industria, el transporte, y otras muchas actividades que vienen a generar lo que se ha dado en llamar “la derrama económica del turismo”. Todo lo anteriormente mencionado conlleva no solo al crecimiento económico, sino al desarrollo sostenible y sustentable de comunidades, local, regional y del país en general, atenuando así los índices de pobreza. Es importante ésta investigación, porque determinaría que instaurar un sistema de camping para los jóvenes y los estudiantes en Venezuela, contribuiría a incorporar al turismo a uno de los mayores segmentos de población, con lo cual haría a la actividad turística más masiva, ampliando las ventajas del desarrollo del turismo y satisfaciendo las necesidades turísticas de esa gran demanda insatisfecha, y estimularía a su vez las inversiones para conformar una oferta que en la actualidad no existe. La evidencia de la magnitud del segmento joven de Venezuela las dan las cifras del último Censo de Población realizado en 2001 el cual indica que es un país de jóvenes:

Tabla N° 1

Estimación de la población de Venezuela 2001 – 2015 por grupos etarios

Grupos etarios	2001	%	2007	%	2015	%
15 – 19	2.525.375	10,2	2.701.083	9,8	2.729.492	8,8
20 – 24	2.295.287	9,3	2.547.058	9,3	2.687.245	8,7
25 – 29	1.996.962	8,1	2.313.175	8,4	2.652.255	8,6
29 -34	1.855.520	7,5	2.034.328	7,4	2.415.515	7,8
Pob. total	24.765.581		27.483.208		31.017.064	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Venezuela. Base Censo 2001.

Elaboración: Propia

También tiene importancia desde la óptica ecológica y medio ambiental, porque el turismo juvenil y estudiantil no requiere de grandes estructuras físicas, por lo general

sus instalaciones no son fijas o definitivas, sino mas bien móviles como las carpas y otras. También es en el movimiento de los jóvenes y los estudiantes donde más ha calado la conciencia conservacionista del medio ambiente, por lo que los campings no se conciben sin plantas de reciclar las aguas servidas, sin el reciclaje de los desechos sólidos, el aprovechamiento de los desechos orgánicos, sin la reforestación de los espacios, sin el embellecimiento con jardines, y otras características ecológicas, que en esencia satisfacen la vuelta a la naturaleza, al aire libre, al alojarse bajo el cielo estrellado, al buen provecho de las aguas prístinas, a su devolución al menos como aguas grises tratadas e inofensivas al ambiente etc.

Por consiguiente, tiene importancia desde el punto de vista social, porque el estudio del sistema de camping para los jóvenes y los estudiantes de Venezuela dará luces acerca del impacto que tendrá este tipo de turismo en el rescate de tradiciones culturales y su utilización como instrumento para que no desaparezcan, y mas bien se fortalezcan incorporándolas al producto turístico a ofrecer al cuantioso segmento de los jóvenes y los estudiantes cuando realizan sus viajes. Así mismo porque se refuerza la identidad nacional de los jóvenes y los estudiantes al ratificarse en sus valores culturales de la venezolanidad, en la música, los bailes, las manifestaciones culturales, el folklore, la historia patria, etc. Y es muy importante desde lo social el conocimiento por los jóvenes y de los estudiantes de su país, de la realidad concreta del mismo, del encuentro e intercambio de saberes y experiencias entre el huésped (la comunidad receptora) y el turista, el visitante, en este caso los jóvenes y los estudiantes.

Justifica realizar esta investigación el carácter innovador de la misma, ya que en Venezuela no se han efectuado estudios que aborden concretamente este tema; e internacionalmente son muy pocos los existentes, pues en la revisión bibliográfica realizada solo se consiguen trabajos referidos a camping, pero no se encontró específicamente acerca de sistemas de camping. También se justifica estudiar este tema porque en Venezuela en el X Plan de la Nación, en el IX Plan de la Nación, en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2007 -2013, en el Reglamento de la Ley de Turismo (1988) y en la nueva Ley de Turismo (2008), se menciona con mayor precisión en unos, o menor en otros, el turismo juvenil estudiantil, y los camping, pero sin concebirlos como un sistema; ello hace que esta investigación tenga importancia por la utilidad que le resultaría al estado venezolano en una futura implementación de dicho sistema.

Justifica éste estudio el que se investigue un campo nuevo para el turismo en Venezuela, cuya mayor parte de la población, los jóvenes, según los cálculos del Instituto Nacional de Estadísticas en el Censo Nacional 2001; participaría haciendo turismo, consumiendo bienes y servicios de ese tipo, lo cual favorecerá a las comunidades donde se establezcan estos camping, a los prestadores de servicios turísticos y a quienes realizan actividades que se puedan relacionar con dicha actividad como suplidor de bienes y

servicios. Otro argumento que justifica investigar acerca de un sistema de camping para los jóvenes y estudiantes de Venezuela es que despejará las dudas, aportará mayor conocimiento y precisiones al respecto, eliminando la desconfianza que tienen el sector privado y el público sobre la actividad, ya que el primero no se arriesga a invertir en este campo, hasta el momento; y el segundo, aunque lo menciona en leyes y planes, tampoco invierte en él, ni lo implementa.

Al investigar acerca de los antecedentes de un sistema de camping para el turismo juvenil y estudiantil de Venezuela, se determinó que No hay antecedentes de éste tipo, que en su lugar lo que existió, y hay en la actualidad, de acuerdo al registro de Posadas y Alojamiento de Valentina Quintero, citada por Arteaga Q. Arianna, son “sitios de camping fundamentalmente en La Gran Sabana, estado Bolívar, y algunos otros sitios de playa” Arteaga Q., Arianna (2008). Al indagarse acerca del turismo para jóvenes y estudiantes se obtuvo que en el año 1977 el Estado Venezolano promovió junto con las Universidades autónomas existentes para esa época, la Organización Nacional de Turismo juvenil y Estudiantil (O.N.T.E.J), la cual funcionó precisamente durante la época del primer boom de alza de los precios del petróleo (1976 – 1983); constituyendo este el primer antecedente práctico en el país. Esta primera experiencia se caracterizó por funcionar como una gran agencia de viajes que vendía boletos nacionales e internacionales y paquetes turísticos para ambos tipos de destinos, pero sin tener bienes o servicios propios, sino que era la pura y simple intermediación; y respecto gestionar camping para los jóvenes y estudiantes, todo quedó en intenciones. Esto llevó a que cuando los precios del petróleo bajan, los prestadores de servicios turísticos ajustan sus políticas de crédito, y el gobierno dejó de subvencionar, y la ONTEJ cae en bancarrota. Otra característica fue el reparto burocrático de cuotas de poder de los partidos políticos dominantes, que abultó los costos hasta niveles muy altos para este tipo de negocios.

Posteriormente, hubo otro antecedente nacional, en 1990, auspiciada por el gobierno de entonces, cuando unos profesores de la Universidad de Carabobo junto con grupos de partidos políticos mayoritarios al momento, crean la Fundación para el Turismo Juvenil y Estudiantil (FUNDATEJ), pero la misma no llega a funcionar como tal. Ortiz R., Linares G., (2008)

Se desprende de lo citado anteriormente que en el país cuando se ha planteado satisfacer las necesidades del ocio, el tiempo libre, la recreación, y el turismo de los jóvenes y los estudiantes, lo han hecho por otras vías, sin considerar las opiniones, los gustos, preferencias, aspiraciones de los jóvenes y los estudiantes, y ofreciéndoles productos turísticos no diseñados específicamente para este segmento de la población. Todo este panorama arriba expuesto conlleva a plantear el siguiente problema: En virtud que Un sistema de camping para jóvenes y estudiantes es un producto turístico específico para ese segmento de mercado, se quiere conocer si el mismo tendrá aceptación dentro

de dicho segmento.

Este trabajo de investigación deberá dar respuesta al siguiente grupo de interrogantes:

- ¿Cuales son las características socio – económicas que tienen los jóvenes y estudiantes de Venezuela, que posiblemente hagan uso del sistema de camping?
- ¿Cual ha sido la práctica o experiencia que han tenido los jóvenes y estudiantes de Venezuela en su rol de turistas?
- ¿Que aspiran, que les gustaría, que preferirían o que desearían hacer los jóvenes y estudiantes de Venezuela, como turistas?
- ¿Tienen conocimiento de la existencia de sistemas de camping en otros países?
- ¿Tiene aceptación dentro de los jóvenes y estudiantes venezolanos que se implemente un sistema de camping específico para este segmento de mercados turísticos?
- ¿Que elementos les satisfecería a los jóvenes y estudiantes de Venezuela, que tuviera el sistema de camping diseñado específicamente para ellos?

La investigación se propone alcanzar objetivos de dos (2) tipos: General y Específicos; y se formuló el siguiente como Objetivo General:

- a) Analizar la aceptación de Un sistema de camping para el turismo juvenil y estudiantil, por este segmento de la población venezolana.

De igual forma, se plantea alcanzar los Cinco (5) Objetivos Específicos que a continuación se enumeran:

- 1) Conocer las características socio – económicas de los jóvenes y estudiantes venezolanos.
- 2) Verificar cual ha sido la experiencia que como turistas han tenido los jóvenes y los estudiantes de Venezuela.
- 3) Indagar acerca de cuales aspiraciones, gustos, preferencias o deseos como turistas, tienen los jóvenes y los estudiantes venezolanos.
- 4) Determinar el conocimiento y la aceptación de Un sistema de camping para el turismo juvenil y estudiantil, que tienen los integrantes de este segmento de mercados.
- 5) Averiguar cuales elementos los jóvenes y estudiantes de Venezuela prefieren que integren Un sistema de camping, específico para ellos.

A continuación se exponen teorías fundamentales que dan soporte de éste tipo al estudio, tal como la Teoría General de los Sistemas, por cuanto éste trata de un sistema de

camping para los jóvenes y estudiantes, la cual surgió con los trabajos del alemán Ludwig Von Bertalanffy, publicadas entre 1950 y 1968; la misma no busca solucionar problemas o intentar soluciones prácticas, pero sí producir teorías y formulaciones conceptuales que puedan crear condiciones de aplicación en la realidad empírica. Los supuestos básicos de la Teoría General de Sistema son: a) Existe una nítida tendencia hacia la integración de diversas ciencias naturales y sociales. b) Esa integración parece orientarse rumbo a una Teoría de Sistemas. c) Dicha Teoría de Sistemas puede ser una manera más amplia de estudiar los campos no físicos del conocimiento científico, especialmente en las ciencias sociales. d) Con esa Teoría de los Sistemas, al desarrollar principios unificadores que atraviesan verticalmente los universos particulares de las diversas ciencias involucradas; nos aproximamos al objetivo de la unidad de la ciencia. e) Esto puede generar una integración muy necesaria en la educación científica.

La Teoría General de Sistemas afirma que las propiedades de los Sistemas, no pueden ser descritos en términos de sus elementos separados; su comprensión se presenta cuando se estudian globalmente la Teoría General de Sistemas, y se fundamenta en Tres premisas básicas: 1) Los sistemas existen dentro de los sistemas: cada sistema existe dentro de otro más grande. 2) Los sistemas son abiertos: es consecuencia del anterior. Cada sistema que se examine, excepto el menor o mayor, recibe y descarga algo en otros sistemas, generalmente en los contiguos. Los sistemas abiertos se caracterizan por un proceso de cambio infinito con su entorno, que son los otros sistemas. Cuando el intercambio cesa, el sistema se desintegra, éste es, pierde sus fuentes de energía. 3) Las funciones de un sistema dependen de su estructura: para los sistemas biológicos y mecánicos ésta afirmación es intuitiva; los tejidos musculares por ejemplo, se contraen porque están contruidos por una estructura celular que permite contracciones.

El interés de la Teoría General de Sistemas, son las características y parámetros que establece para todos los sistemas. Aplicada a la administración la Teoría de los Sistemas, la empresa se ve como una estructura que se reproduce y se visualiza a través de un sistema de toma de decisiones, tanto individual como colectivamente. Desde el punto de vista histórico, se verifica que:

- La Teoría de la Administración Científica, usó el concepto de sistema hombre – máquina, pero se limitó al nivel de trabajo fabril.
- La Teoría de las Relaciones Humanas amplió el enfoque del hombre – máquina a las relaciones entre las personas dentro de la organización. Provocó una profunda revisión de criterios y técnicas gerenciales.
- La Teoría Estructuralista concibe la empresa como un sistema social, reconociendo que hay tanto un sistema formal como uno informal dentro de un sistema total integrado.
- La Teoría del Comportamiento trajo la Teoría de la Decisión, donde la empresa

se ve como un sistema de decisiones, ya que todos los participantes de la empresa toman decisiones dentro de una maraña de relaciones de intercambio, que caracterizan al comportamiento organizacional.

- Después de la Segunda Guerra Mundial, a través de la Teoría Matemática se aplicó la investigación operacional, para la resolución de problemas grandes y complejos con muchas variables.
- La Teoría de Colas fue profundizada y se formularon modelos para situaciones típicas de prestación de servicios, en los que es necesario programar la cantidad óptima de servidores para una esperada afluencia de clientes.

La Teorías tradicionales han visto la organización humana como un sistema cerrado. Eso ha llevado a no tener en cuenta el ambiente, provocando poco desarrollo y comprensión de la retroalimentación (feedback), básica para sobrevivir. El enfoque antiguo fue débil ya que:

- a).- Trató con pocas de las variables significantes de la situación total; y
- b).- Muchas veces se ha sustentado con variables impropias.

El concepto de sistemas no es una tecnología en sí, pero es la resultante de ella. El análisis de las organizaciones vivas revela “lo general en lo particular” y muestra, las propiedades generales de las especies que son capaces de adaptarse y sobrevivir en un ambiente típico. Los sistemas vivos, sean individuos u organizaciones, son analizados como “sistemas abiertos”, que mantienen un continuo intercambio de materia / energía / información con el ambiente. La Teoría de Sistemas permite re-conceptuar los fenómenos dentro de un enfoque global, para integrar asuntos que son, en la mayoría de las veces de naturaleza completamente diferente. En los conceptos de Sistemas generalmente se encuentran las siguientes premisas:

- Un conjunto de elementos
- Dinámicamente relacionados
- Formando una actividad
- Para alcanzar un objetivo
- Operando sobre datos / energía / materia
- Para proveer información / energía / materia.

Al citarse las características de los sistemas se tiene que: Sistema es un todo organizado y complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes que forman un todo complejo o unitario. Es un conjunto de objetivos unidos por alguna forma de interacción o dependencia. Los límites o fronteras entre el sistema y su ambiente admiten cierta arbitrariedad. Según Von Bertalanffy (1976), un sistema es un conjunto de unidades recíprocamente relacionadas. De ahí se deducen dos conceptos: Propósito (u objetivo), y globalismo (o totalidad).

- Propósito u objetivo: todo sistema tiene uno o algunos propósitos, los elementos (u objetos), como también las relaciones, definen una distribución que trata siempre de alcanzar un objetivo.
- Globalismo o totalidad: un cambio de una de las unidades del sistema, con probabilidad producirá cambio en las otras. El efecto total se presenta como un ajuste a todo el sistema. Hay una relación de causa / efecto. De estos cambios y ajustes, se derivan dos fenómenos: entropía y homeostasia.
- Entropía: es la tendencia de los sistemas a desgastarse, a desintegrarse, para el relajamiento de los estándares y un aumento de la aleatoriedad. La entropía aumenta con el correr del tiempo. Si aumenta la información, disminuye la entropía, pues la información es la base de la configuración y el orden. De allí nace la negentropía, o sea, la información como medio o instrumento de ordenación del sistema.
- Homeostasia: es el equilibrio dinámico entre las partes del sistema. Los sistemas tienen una tendencia a adaptarse con el fin de alcanzar un equilibrio interno frente a los cambios externos del entorno.

Una organización podrá ser entendida como un sistema o subsistema, dependiendo del enfoque. El sistema total es aquel representado por todos los componentes y relaciones necesarias para la realización de un objetivo, dado un cierto número de restricciones. Los sistemas pueden operar, tanto en serie como en paralelo.

En este orden de ideas se puede citar otro fundamento teórico, referido a las redes de empresas, ya que el presente estudio se refiere a un sistema de camping para jóvenes y estudiantes en el cual las empresas o entidades trabajan en red; al respecto Bideault, F (1993) expone: "Por red de empresas se entiende un grupo de empresas que colaboran entre sí, en lugar de que su relación se realice a través del mercado o bien un grupo de empresas o de organizaciones que coordinan sus actividades productivas. Admite muchas variantes que van desde una red con relaciones muy intensas que determinan una fuerte integración de las empresas, hasta una situación en la cual las relaciones son mas débiles. Es un concepto que no ha sido estudiado en profundidad, no habiéndose establecido una tipología precisa dada la abundancia de variables, así como la rápida evolución que se está produciendo a lo largo del tiempo. El concepto de red de empresas se refiere fundamentalmente a relaciones de tipo comercial, pero puede incluir también relaciones de otro tipo, como por ejemplo de otras actividades (producción, transporte de productos, marcas colectivas, denominaciones de origen, I + D, intercambio de informaciones técnicas etc.); pueden existir redes de empresas que se basen únicamente en éstas últimas y en las que no existan relaciones comerciales. Por otra parte es posible que una empresa pertenezca a distintas redes, pero en general a redes que se basen en relaciones de distinto tipo. También es frecuente que las empresas acudan al mercado

para determinados bienes y servicios, incluso para bienes y servicios objeto principal de la red, por lo cual puede suceder como excepción o en el caso en el cual las relaciones son débiles”.

De acuerdo con los razonamientos que se han venido realizando, Gómez Escobar, I. (2003) opina: “con la estructura de red se evoluciona de un sistema de fuerte concurrencia en las relaciones interempresariales a otro de solidaridad productiva o “cooperación inter - empresarial”. En la búsqueda de la competitividad internacional en un mundo globalizado, las estrategias de las empresas han venido evolucionando de una manera importante y gran parte de ello se debe al aporte de la tecnología. Si consideramos que la distribución ha evolucionado a aplicación de la logística y ésta a su vez es la administración de la cadena de abastecimiento, y en ésta están involucrados desde proveedores de insumos y materias primas hasta el cliente final, hoy podemos hablar de un paso mas: las Cadenas de Valor”.

Las cadenas de valor las podríamos considerar evolución de las cadenas de abastecimiento. Jan Van Roekel, citado por Gómez E. (2003) “...En el futuro los productores de insumos y materias primas, procesadores, proveedores de servicios logísticos, y distribuidores no competirán mas como entidades individuales, si no que ellos colaborarán en una “cadena de valor” estratégica, compitiendo con otras cadenas de valor en el mercado”.

El surgimiento de las “cadenas de valor” como una estructura organizacional refleja la continua evolución de la economía de mercado, representa un cambio marcado en el comportamiento del “management” y estrategias organizacionales.

Daniel H. Iglesias, citado por Gómez E. (2003), define “cadena de valor” como “...la colaboración estratégica de las empresas con el propósito de satisfacer objetivos específicos del mercado en el largo plazo, y lograr beneficios mutuos para todos los “eslabones” de la cadena. El termino “cadena de valor” se refiere a una red de alianzas verticales o estratégicas entre varias empresas de negocios independientes dentro de una categoría de productos o servicios”.

La definición de cadena de valor se encuadra en el nuevo concepto de relaciones interempresariales del esquema moderno de cooperación competitiva, el de “empresa – red”. Green (1992), citado por Gómez E. (2003), define a la empresa red como: “... una estructura organizativa sinérgica que articula contractualmente, a mediano plazo, relaciones interempresariales, a fin de responder conjunta y solidariamente de manera flexible, bajo la dirección de una empresa emisora de ordenes, a una demanda – final o intermedia - volátil, en un espacio económico de relaciones productivas de bienes y de servicios”. Concluye que el objetivo de las empresas redes es responder en forma mas

eficiente a la demanda, está mas allá del objetivo de “la empresa y la optimización de sus costos”, al conjunto de costos de los diversos actores implicados en la operación productiva sin tener en cuenta quien es el propietario del capital”. Iglesias, anteriormente citado por Gómez E. (2003), por su parte, dice “... cada vez mas la producción de un bien tiende a ser el resultado de la entrega de elementos intermedios aportados por los proveedores, así como posibles sub-contratantes externos”.

Otro aporte teórico es el que añade el concepto de Mercadotecnia Social: “... El concepto de mercadotecnia social es el concepto más reciente de mercadotecnia y establece que la organización debe determinar las necesidades, los deseos e intereses de los mercados meta y entregar los satisfactores deseados de manera más efectiva y eficiente que la de los competidores, de tal manera que mantenga o mejore el bienestar del consumidor y de la sociedad. El concepto de mercadotecnia social cuestiona si el concepto de mercadotecnia es adecuado en una época de problemas ambientales, disminución de recursos, crecimiento rápido de la población, inflación a nivel mundial y servicios sociales descuidados. Se cuestiona si la empresa percibe, sirve y satisface los deseos de los individuos y siempre hace lo mejor para los consumidores y la sociedad a largo plazo. El concepto simple de mercadotecnia ignora los posibles conflictos entre los deseos a corto plazo del consumidor y las necesidades a largo plazo de la sociedad... Los restaurantes de comida rápida que practican la mercadotecnia social tratarán de utilizar empaques que no dañen el ambiente y de producir alimentos con mayor valor nutricional. Los restauranteros inteligentes harán esto antes de que los obliguen las exigencias del público o las leyes. Los constructores de centros recreativos deben tomar en cuenta el impacto sobre el ambiente no solo de su construcción inicial, sino también la eliminación de productos de desecho y el uso del agua. El deterioro del ambiente en la tierra hará necesario que los mercadólogos se vuelvan socialmente mas responsables”. Kotler, P., et al. (1997).

En ese mismo sentido ilustra el concepto de marketing de Lewis, R; Chambers, R “... Si una empresa adopta la filosofía de marketing como su orientación, entonces el desarrollo e implementación de esa filosofía está basada sobre lo que ha venido a conocerse como el concepto de marketing. El concepto de marketing está basado en la premisa que el consumidor es el rey, y tiene opciones, y que el consumidor no tiene que comprar tu producto. Sin embargo, la mejor forma de obtener beneficios es servir de la mejor forma al consumidor. De acuerdo al concepto de marketing, una organización debería intentar satisfacer las necesidades de los consumidores o clientes a través de un coordinado grupo de acciones que al mismo tiempo permita a la organización alcanzar sus objetivos. Proveer satisfacción a los consumidores es la mejor forma de imponerse del concepto de marketing. Para hacer esto (esto se debería encontrar), que satisficiera a los consumidores. Con esta información el negocio puede crear productos que satisfagan (que solucionen los problemas de los consumidores). Pero esto no es suficiente. El

negocio entonces debería poner esos productos en manos del consumidor. Pero el proceso no finaliza aquí. El negocio debería frecuentemente alterar, modificar, adaptar productos comunes que se muevan con los cambios en los consumidores en sus deseos, gustos y preferencias. Esencialmente el concepto de marketing enfatiza la importancia del consumidor y recalca que las actividades de marketing empiezan y finalizan con ellos”. Lewis, R., et al. (1989).

Se tomó en consideración la opinión de Roberto Boullón en cuanto a: “... Al momento de programar no debe olvidarse que la posibilidad de implementar cualquier actividad que se nos ocurra depende de cuatro factores:

- Los gustos, deseos, preferencias, expectativas y capacidad de gasto del consumidor.
- Las características del atractivo turístico o del sitio recreacional.
- La existencia en el lugar de una planta específica que además de definir su vocación, sirva de apoyo a las nuevas actividades que se quieran desarrollar.
- La existencia de una infraestructura de transportes y comunicaciones que facilite el acceso rápido y seguro de la demanda del lugar en que se localizará el proyecto en estudio”. Boullón, R. (1986).

METODOLOGIA

El tipo de investigación realizado es de campo, dentro de lo que afirma María Eugenia Bautista: “Se entiende por investigación de campo, el análisis sistemático de problemas con el propósito de describirlos, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y factores constituyentes (UPEL 1998). Los estudios de campo permiten indagar en situ los efectos de la interrelación entre diferentes tipos de variables (Kerlinger, 1975). Es importante señalar que en las investigaciones de campo los datos son tomados de fuentes vivas, en contacto directo con los sujetos involucrados con la problemática o la situación de estudio, generalmente se realizan en un ambiente natural (espacio real donde se hacen las observaciones), también es importante dejar claro que en éste tipo de estudios el investigador no tiene como objeto manipular las variables como en las investigaciones experimentales.” Bautista, M. (2004).

Dentro de ésta perspectiva se concluye que el diseño de investigación es de campo, por cuanto se emplearon para el logro de sus objetivos y alcance de las variables, fundamentos de la teoría del marketing, en la orientación hacia el consumidor, que establece que a éste se le ofertarán los bienes y los servicios que satisfagan sus necesidades, por lo tanto es menester conocer previamente cuales son los gustos, preferencias, costumbres, necesidades; para diseñar un satisfactor de las mismas llamado producto. Ello se logra a través de la aplicación de la guía estructurada de entrevista como un instrumento de

recolección de datos. En tal sentido, una investigación de campo de tipo descriptiva comprende: la descripción, registro, análisis e interpretación de la realidad de los hechos.

La investigación es, también, de orden descriptivo, debido a que se establecerá la estructura o comportamiento de las variables en estudio para precisar el desarrollo de la temática de investigación. En éste sentido, Arias, F. dice: “El nivel de la investigación se refiere al grado de profundidad con el que se aborda un objeto o fenómeno de estudio, pudiendo ser explicativa, descriptiva, exploratoria, evolutiva, entre otras.” Arias, F. (2004).

De acuerdo a lo anterior, los autores Hernández, Fernández, y Baptista, expresan: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes del fenómeno sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.” Hernández, Fernández, y Baptista (2003).

De éste mismo modo, Sabino, C., afirma: “La investigación de tipo descriptivo radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento.” Sabino, C. (1994).

A manera de síntesis, en la investigación descriptiva se descompone una temática que servirá como objeto de análisis con el propósito de estudiarlas detalladamente, y analizar las características que las componen, y así poder precisar su importancia como investigación, para la profundización y marco referencial de futuros estudios de similar índole.

Para ésta investigación se tomó como población a la totalidad de los estudiantes de las siguientes Siete (7) universidades: Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Universidad Alejandro Humboldt (U.H), Universidad Santa María (USM), Universidad Nacional Experimental de las Fuerzas Armadas (UNEFA), y Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV).

Se tomó una muestra representativa de esa población de mil trescientos doce (1.312) jóvenes y estudiantes, a los cuales se les aplicó una guía estructurada de recolección de datos tipo encuesta, utilizando el tipo de muestreo aleatorio de tipo estratificado, considerando a cada universidad como un estrato. La muestra tiene un margen de error de ± 3 , es decir, $\pm 97\%$ de grados de confianza.

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta tipo cuestionario, la cual fue

mejorada mediante una prueba piloto, de acuerdo a la concepción expresada al respecto por los autores Aaker, D. y Day, G. :”Como una prueba previa es un intento piloto, los entrevistados deben ser razonablemente representativos de la población muestral. Sin embargo, no todos deben ser “típicos”, porque puede aprenderse mucho de aquellos que se encuentran en los extremos de la muestra ¿funcionarán las preguntas con aquellos que tengan una educación limitada, opiniones negativas fuertes, o una comprensión pequeña del tema?.

Solo se necesitan muestras pequeñas (15 es suficiente para un cuestionario corto y claro, muestras que pueden necesitar de 25 si el cuestionario es largo y complejo, con muchas divisiones y opciones múltiples).” Aaker, D. y Day, G. (1991).

Las encuestas fueron tomadas durante los días 23, 24 y 25 de septiembre de 2008, por Siete (7) equipos, compuestos de Diez (10) encuestadores y Dos (2) supervisores cada uno; los cuales fueron escogidos privilegiando un perfil de jóvenes y estudiantes, y se les entrenó previamente en técnicas de aplicación de encuestas tipo cuestionarios. Los datos obtenidos fueron procesados en una base de datos previamente diseñada para tales fines, utilizando el software MS-Access. Se elaboraron tablas y gráficos, para obtener una visión descriptiva de los datos, y luego se establecieron algunas relaciones que se consideraron importantes. Los resultados obtenidos se compararon con los objetivos de la investigación y se determinaron las conclusiones del trabajo.

RESULTADOS

- Aspectos Socio – Económicos

Los aspectos socio – económicos de la muestra encuestada, resultaron ser de la forma siguientes: la mayoría son de sexo femenino, aunque con una relación porcentual del 51% a 49% aproximadamente; mayoritariamente son solteros, con edades comprendidas entre 15 y 30 años, quienes a su vez obtienen ingresos propios mensuales en su mayoría, entre Bs.F. 300 y Bs.F. 800, lo que representan unos US\$ 140 y US\$ 372.

- Propensión Al Turismo

La práctica o experiencia como turistas de los jóvenes y estudiantes encuestados, se describe de la siguiente manera: viajan generalmente en períodos anuales, aunque hay también un grupo importante que lo hace trimestral y semestralmente; el viaje lo hacen en grupo, por motivos de descanso, familiares y por los atractivos naturales; los sitios que mas visitan en viajes de turismo son los estados Falcón , Nueva Esparta y Mérida; su estadía en el sitio turístico es de 4 a 6 días, aunque otros grupos importantes los hacen entre 1 y 3, y entre 7 y 9 días; se alojan en casas de familia, hoteles o en casa de amigos; en promedio gastan en el destino turístico entre Bs.F. 101 y 700 (US\$ 47,00 y US\$

326,00) , aunque hay un sector significativo que dice gastar Bs.F. 1.000 o más (US\$ 465,00). Para viajar se financian fundamentalmente con ahorros propios, o con aportes de padres y familiares.

- Preferencias Turísticas

Se observa que a los jóvenes y estudiantes les gustaría visitar haciendo turismo, en primer lugar: playas, montañas e islas, como segunda opción, playas, islas y montañas, en tercer lugar: montañas, médanos e islas; en cuarto orden: islas, montañas y playas; y en quinto lugar sus preferencias son: montañas, cuevas / grutas, islas y llanos. Así mismo, manifestaron que las actividades que les gustaría realizar en el sitio visitado serían en el siguiente orden: primero, excursiones, deportes y compras; en segundo lugar, excursiones, compras y deportes; en el tercero: espectáculos, bailes y compras; en cuarto lugar, espectáculos, bailes y bar / tasca; y en quinto orden: gastronomía, deportes y fotografía.

- Camping

De acuerdo con las respuestas de los entrevistados, se observa que la mayoría sabe que el camping es un sistemas de alojamiento turístico especializado en turismo para jóvenes y estudiantes; pero no conocen, en su mayoría, de la existencia de un Sistema Internacional de Camping para ellos; pero, les agradaría mucho que se implante un Sistema de Camping para que los jóvenes y estudiantes de Venezuela hagan turismo; y estarían dispuestos a afiliarse a una organización de turismo que opere éstos Campings en Venezuela.

Como elementos que los jóvenes y estudiantes prefieren que integren el Sistema de Campings específico de ese segmento, se obtuvo que como actividades a realizar en dichos camping les gustaría, en primer lugar: excursiones, deportes y espectáculos, como segunda opción, las mismas alternativas y en ese mismo orden; en tercer lugar, bailes, fogatas y espectáculos; en cuarto lugar escogieron: fotografía, bar / tasca, y fogatas; y como quinta escogencia, tomar sol, fotografías y deportes. Prefieren la comida típica del lugar, que sea expendida dentro del Camping en Self Services o en buffets; les gustaría que vigilantes privados garanticen su seguridad personal, y para la seguridad de sus bienes, optan por alquilar lockers. Les gustaría que el Camping tenga estacionamiento con seguridad; le dan una alta prioridad a la conservación del medio ambiente. Les agradaría relacionarse con jóvenes de otros países en el Camping. Estarían satisfechos presenciando espectáculos de espontáneos y folklóricos, y que haya tiendas de artesanías y souvenir's en las instalaciones. Consideran que las duchas y los sanitarios deben estar en locales separados. Comprarían hasta Cinco (5) semanas de tiempo compartido en el Sistema de Camping, y quienes dicen que no comprarían bajo esta modalidad, mayoritariamente reservaría alguna vez para utilizar los Campings. Tienen preferencia por los Campings que se instalen en los estados: Bolivar (eco – turismo), Mérida (montañas,

turismo de aventura), Falcón (playas y médanos) y Nueva Esparta (playas y compras). Les agrada la idea de visitar otros países a través de la afiliación al Sistema de Camping en Venezuela e Internacional, y mayoritariamente quisieran recibir información acerca de planes turísticos relacionados con el Sistema de Camping.

En anexo se dan a conocer los gráficos que complementan los resultados aquí expresados.

CONCLUSIONES

- Al analizar en profundidad la aceptación de un Sistema de Camping para el turismo juvenil y estudiantil en Venezuela, preguntándole precisamente a ese segmento de la población, que dice explícitamente aceptarlo, se alcanza el objetivo general de ésta investigación; también se logran conseguir los objetivos específicos de la investigación, los cuales se explican en las siguientes conclusiones.
- La investigación permitió conocer las características socio – económicas de los jóvenes y estudiantes de Venezuela, tales como: una relación casi pareja en cuanto a sexo, mayoritariamente femenino (51 a 49%), solteros, con edades entre 15 y 30 años, con ingresos mensuales de US\$ 140 a US\$ 372.
- Se verificó que los jóvenes y estudiantes han tenido experiencias turísticas, caracterizadas por: viajes generalmente anuales o semestrales, en grupos, por motivos de descanso, familiares o por atractivos naturales; en dichos viajes en su mayoría visitan los estados Falcón, Nueva Esparta y Mérida, con estancias de 4 a 6 días, se alojan en casas de familias, hoteles o casas de amigos; el gasto en el destino turístico es entre US\$ 47 y US\$ 326, y se financian con ahorros propios o aportes de padres o familiares.
- Se determinó que sus gustos, preferencias o aspiraciones como turistas serían visitar: playas, montañas e islas, médanos, cuevas y llanos; y en dichos sitios preferirían realizar actividades de: excursiones, deportes y compras, espectáculos, bailes, tasca / bar, gastronomía (degustar) y fotografía.
- Los entrevistados de la población tienen conocimiento de que el Camping es un sistema especializado de alojamiento para jóvenes y estudiantes, pero desconocen la existencia de un Sistema de Camping Internacional; están de acuerdo que en Venezuela se establezca un Sistema de Camping para ellos, y se afiliaría a una organización de turismo que opere un Sistema de Camping en el país.
- Se determinó que los jóvenes y estudiantes consideran que los siguientes elementos deben integrar un Sistema de Camping específico para ese segmento de la población: que en él hayan actividades de excursiones, deportes y espectáculos, bailes y fogatas, fotografía, bar / tasca, y tomar sol. La comida debe ser la típica del lugar, expandida en instalaciones tipo self – services, o buffet; debe garantizarse su seguridad personal con vigilantes privados, y la de sus bienes, con instalaciones de

lockers; debe tener estacionamiento para vehículos con seguridad para los mismos, y una alta prioridad por la conservación del medio ambiente. Debe haber también, oportunidades para interactuar con jóvenes y estudiantes de otros países (apertura a lo internacional); los espectáculos a presentar serían de espontáneos o folklóricos, las tiendas, de artesanías y de souvenir's, . Las duchas y los sanitarios deben estar en locales separados; se les debe ofrecer hasta Cinco (5) semanas de la modalidad de tiempo compartido para su disfrute, y a quienes no opten por esta modalidad, que reserven las semanas que quieran. El Sistema de Camping debe considerarse establecerse en los estados: Bolívar (eco – turismo), Mérida (montañas – turismo de aventura), Falcón (playas y médanos) y Nueva Esparta (playas y compras). Se les debe facilitar la afiliación al Sistema de Camping en Venezuela e Internacional, y suministrarseles con regularidad información acerca de paquetes y promociones turísticas relacionados con dichos sistemas.

BIBLIOGRAFÍA

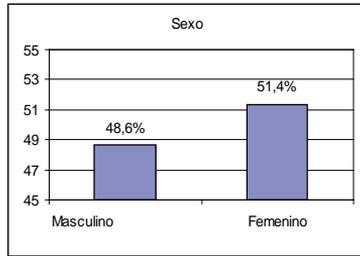
- **Aaker, David y Day, George.** (1991) Investigación de mercados. 3ra. Edición. México. Mc Graw Hill. 715 pag. ISBN: 0-471-83875-6.
- **Arias, Fidias.** (2004) Proyectos de Investigación. Guía para su elaboración. Caracas, Venezuela, Ed. Episteme. 127 Pag. ISBN: 980-07-8529-9
- **Arteaga Q., Arianna.** (2007) Guía extrema de Venezuela 2007 – 2008. Caracas, Venezuela, Ed. Arte, 443 pag. ISBN: 980-12-2238-7
- **Bautista, María E.** (2004) Manual de metodología de la investigación. Caracas, Venezuela. Ed. Talitip. 86 pag. ISBN: 980-07-8119-6
- **Barranco, Hortencia.** (en línea) El campismo popular en Cuba. Radio Nuevitas. fecha de consulta: 10-12-2008. Disponible en: http://www.radionuevitas.co.cu/2008/05/16/nuevitas_campismo_cuba_16052008.asp
- **Bialeschki, Deborah., Halliday, Nancy y Fay, Joanne.** (2007) The role of skill building. Camping Magazine 80 (1) Jan – Feb. 2007. ISSN: 0740-4131
- **Bideault, Francisco.** (1993) Apprentissage et reseaux. Economies et Societes. Serie Dynamique Technologique. W N° 1.
- **Boullon C., Roberto.** (1986) Las actividades turísticas y recreacionales, el hombre como protagonista. 2da. Edición. México. Editorial Trillas. 197 pag. ISBN: 968-24-2069-5
- **Cidon, Mireya, y Recasen, Amadeu.** (1977) Camping con encanto. Madrid, España. El país – Santillana. 262 pag.
- **Fariñas, Gilda.** (en línea) El valor de las ideas no tiene límites. Bohemia, Revista de Análisis General. Año 101. Fecha de consulta: 10-12-2008. Disponible en: <http://www.bohemia.cu/2006/05/25/nacionales/fidel-campismo-popular.html>
- **Feo Parrondo, Francisco.** (2003) Los campings en España. Cuadernos de

- Turismo. (9) p. 83 -96, ISSN: 1139-7861
- **Fernández Fuster, Luis.** (1980) Teoría y técnica del turismo. 5ta. Edición. Ed. Nacional, Cultura y Sociedad. Madrid, España. Tomo II. 965 pag. ISBN: 84-276-0335-5
 - **Gomez E, Ignacio.** (en línea) Competitividad. Las cadenas de valor y las empresas red. fecha de consulta 8-12-2008. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/70/cadvalred.htm>
 - **Hernandez, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar.** (2003) Metodología de la investigación. 3ra. Edición. México D.F., Ed. Mc Graw Hill, 117 pag. ISBN: 970-105-7538
 - **Kotler, Philip, Bowen, John, y Makens, James.** (1997) Mercadotecnia para hotelería y turismo. México. Prentice Hall Hispanoamerica. 705 pag. ISBN: 968-880-944-6
 - **Ley de Promoción del Turismo Popular.** (2006) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° de 2006. Capitulo VIII. Del Turismo Juvenil. Art. 23.
 - **Lewis, Robert, y Chambers, Richard E.** (1989) Marketing Leadership in Hospitality. New York, USA. Ed. Van Nostrand Reinhold. 699 pag. ISBN: 0-442-20531-7
 - **López Palomeque, Francisco.** (1988) Geografía del turismo en España: una aproximación a la distribución espacial de la demanda y la oferta de alojamiento. Documents d' Análisi Geografica. (13) pag. 35 – 64. ISSN: 0212-1573
 - **Ortiz, Rómulo, y Linares, Gloria.** (2008) El turismo juvenil y estudiantil en el XI Plan de la Nación de Venezuela 2007 – 2013, y la aceptación de una organización de turismo de éste tipo entre los jóvenes y estudiantes venezolanos. Antorcha Cucista. (1) No. 2: p. 32-46.
 - **Ripoll, Graciela.** (1986) Turismo popular: inversiones rentables. México D.F. Editorial Trillas. 243 pag. ISBN: 968-24-1835-6
 - **Reglamento parcial de la Ley Orgánica de Turismo.** (1988) Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36607, del 21 de Octubre de 1998. Sobre los establecimientos de alojamiento turístico. Capitulo II. De la Clasificación. Art. 10, Letra F.
 - **Sabino, Carlos.** (1994) Como hacer una tesis. Caracas, Venezuela. Edit. Panapo. 240 pag. ISBN: 9803664867
 - **Santilli, Orlando.** (1963) Camping. Bs.As. Argentina. Edit. Hobby. 142 pag.
 - **Solano, Ronald.** (en línea). Teoría de sistemas. Monografías.com. Fecha de consulta 6-12-2008. Disponible en: <http://www.monografías.com/trabajos11/teosis/teosis.shtm/>
 - **Von Bertalanffy, Ludwin.** (1976) Teoría general de sistemas. Petropolis, Brasil. Edit. Vozes.

ANEXO

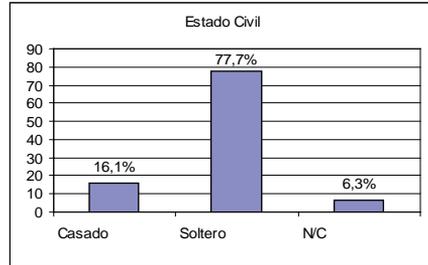
I) ITEM DE ASPECTOS SOCIO – ECONÓMICOS

1.- Sexo



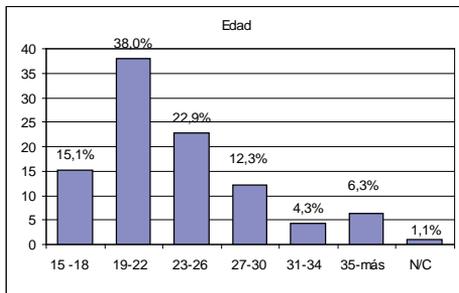
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

2.- Estado Civil



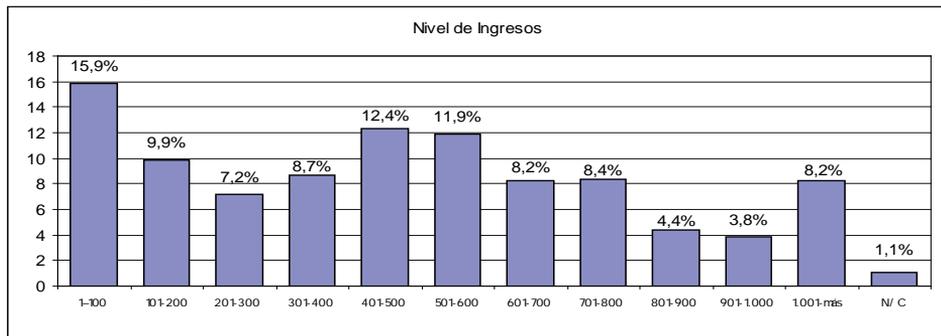
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

3.- Edad



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

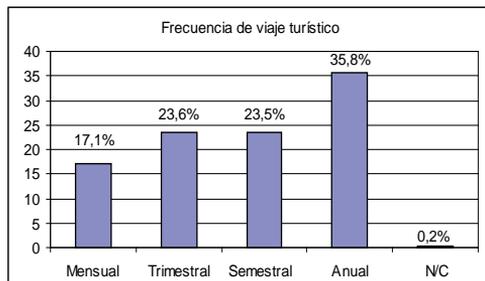
4.- Nivel de Ingresos



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

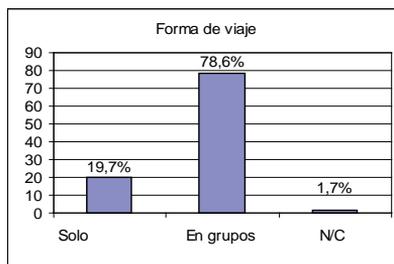
II) ÍTEM DE PROPENSIÓN AL TURISMO

5.- FRECUENCIA DE VIAJE TURÍSTICO



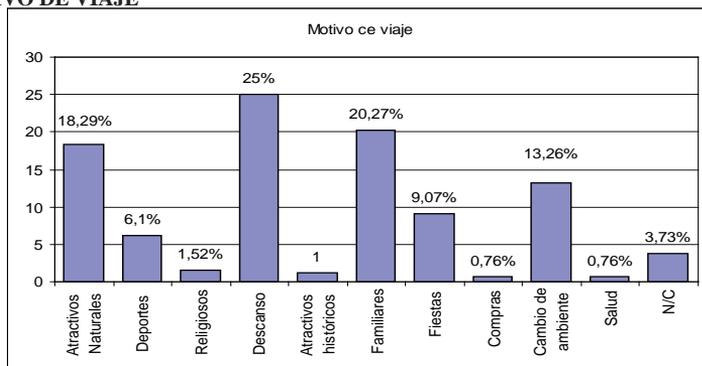
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

6.- FORMA DE VIAJE



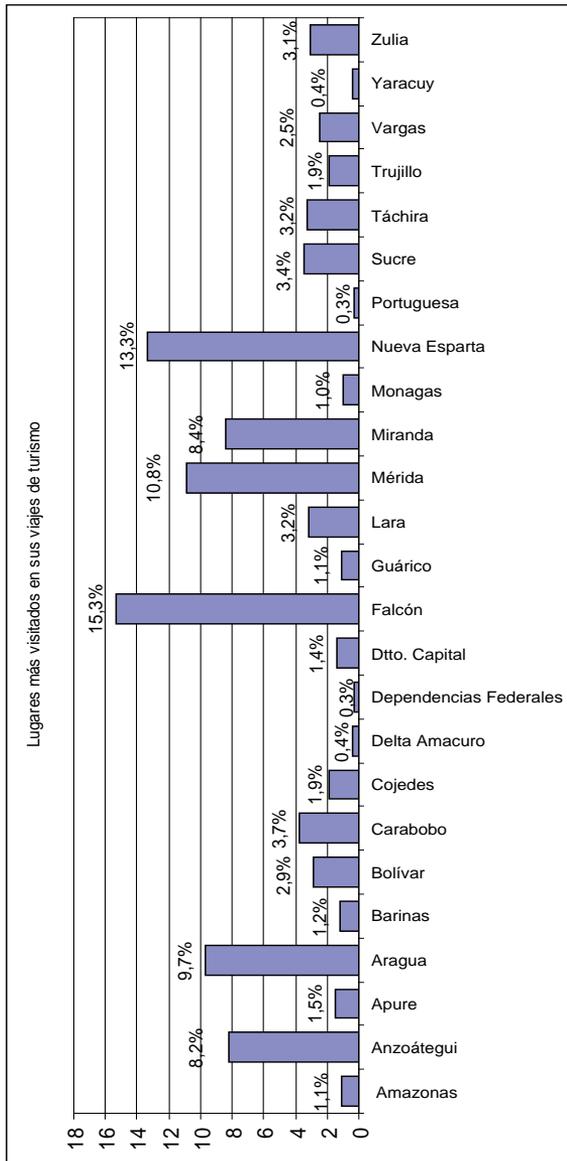
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

7.- MOTIVO DE VIAJE

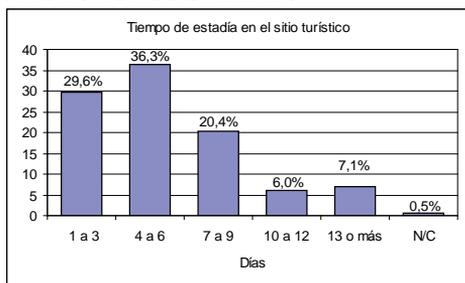


Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

8.- LUGARES MÁS VISITADOS EN SUS VIAJES DE TURISMO (Puede marcar 3 Opciones)

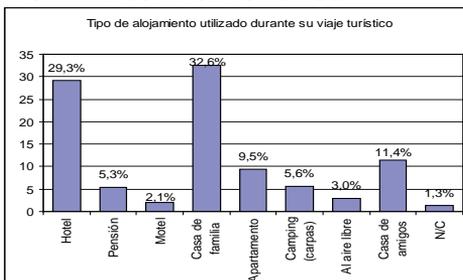


9.- TIEMPO DE ESTADÍA EN EL SITIO TURÍSTICO UTILIZADO



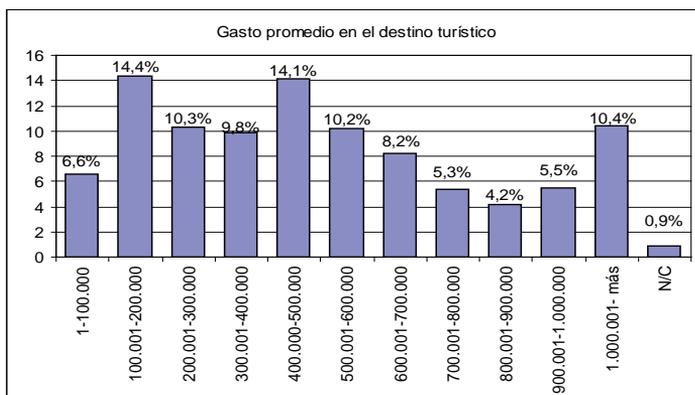
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

10.- TIPO DE ALOJAMIENTO DURANTE SU VIAJE TURÍSTICO



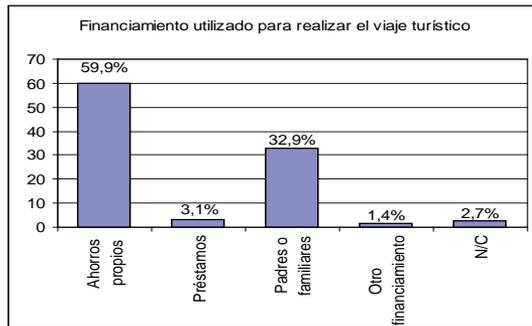
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

11.- GASTO PROMEDIO EN EL DESTINO TURÍSTICO



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

12.- FINANCIAMIENTO UTILIZADO PARA REALIZAR EL VIAJE TURÍSTICO



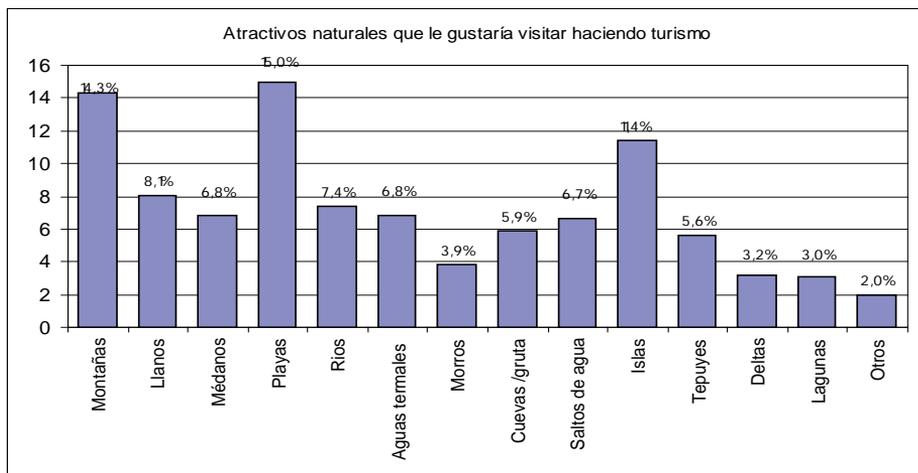
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

III) ITEM DE PREFERENCIAS TURÍSTICAS

(Lo que le gustaría o preferiría hacer en un viaje turístico).

13.- ATRACTIVOS NATURALES QUE LE GUSTARÍA VISITAR HACIENDO TURISMO

Escoja 5 atractivos, jerarquíselos de 1 al 5, 1>5



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

14.- ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR EN EL SITIO VISITADO

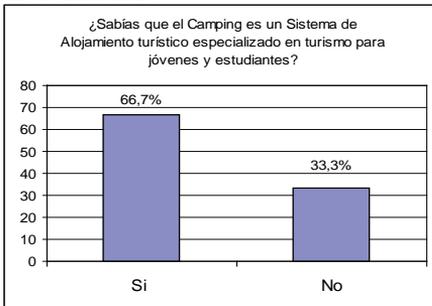
Escoja 5 atractivos, jerarquíselos de 1 al 5, 1>5



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

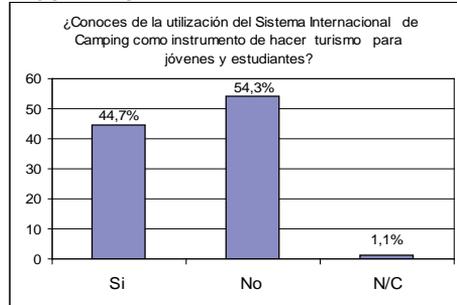
IV) ITEM DE CAMPING

15.- CONOCIMIENTO DEL SISTEMA DE CAMPING PARA JÓVENES Y ESTUDIANTES



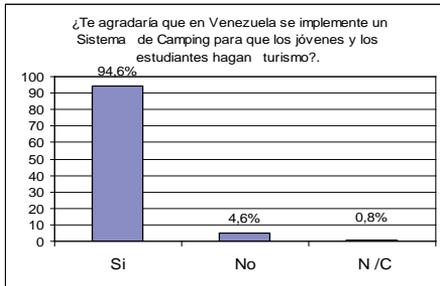
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

16.- CONOCIMIENTO DEL SISTEMA INTERNACIONAL DE CAMPINGS PARA JÓVENES



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

17.- PREFERENCIA POR SISTEMA DE CAMPING PARA JÓVENES Y ESTUDIANTES EN VENEZUELA



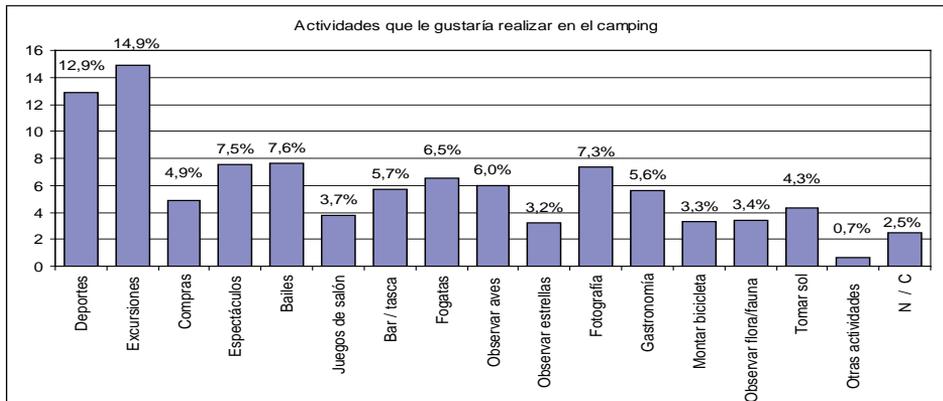
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

18.- AFILIACION AL SISTEMA DE CAMPINGS PARA JÓVENES Y ESTUDIANTES EN VENEZUELA



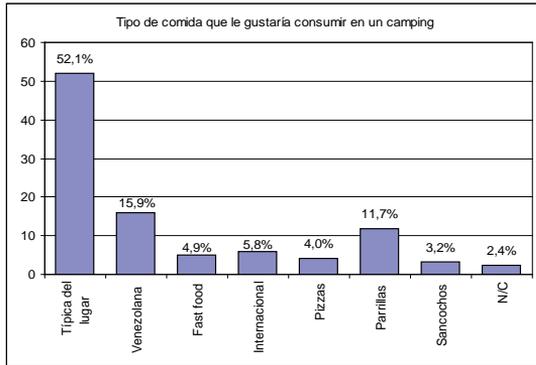
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

19.- ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR EN EL CAMPING.



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

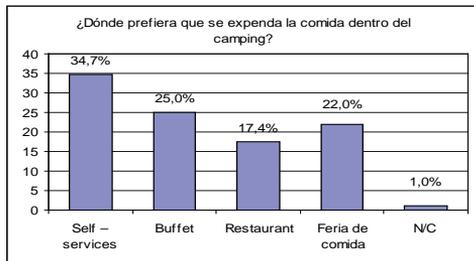
20.- TIPO DE COMIDA QUE TE GUSTARIA CONSUMIR EN UN CAMPING



Fuente: Entrevistados 2008

Elaboración: Propia

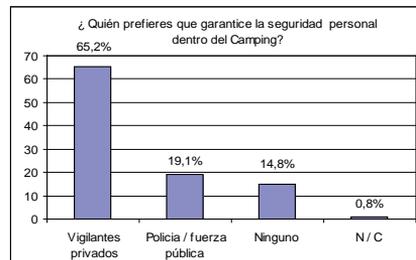
21.- ¿DONDE PREFIERES QUE SE EXPENDA LA COMIDA DENTRO DEL CAMPING?



Fuente: Entrevistados 2008

Elaboración: Propia

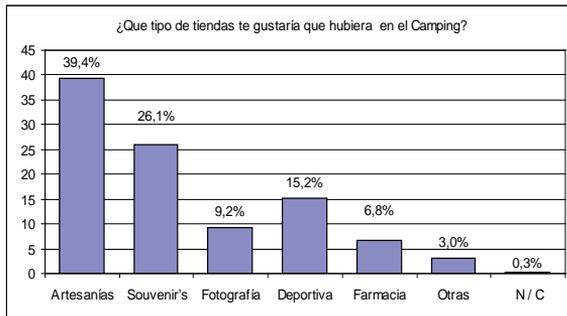
22.- SEGURIDAD PERSONAL



Fuente: Entrevistados 2008

Elaboración: Propia

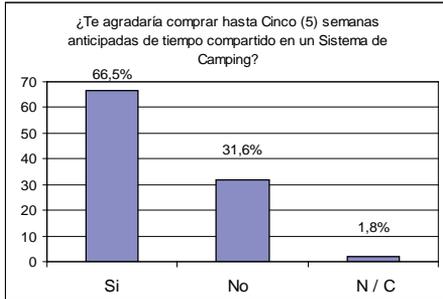
29.- TIPO DE TIENDAS



Fuente: Entrevistados 2008

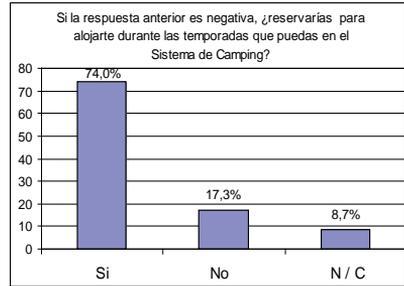
Elaboración: Propia

30.- TIEMPO COMPARTIDO



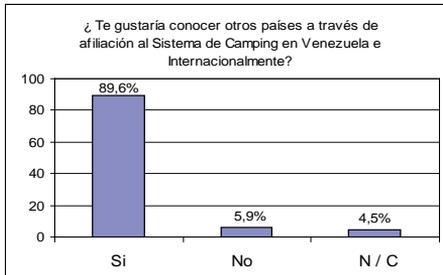
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

31.- RESERVACIONES



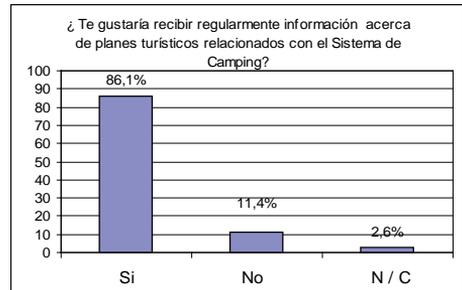
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

32.- INTERCAMBIO INTERNACIONAL



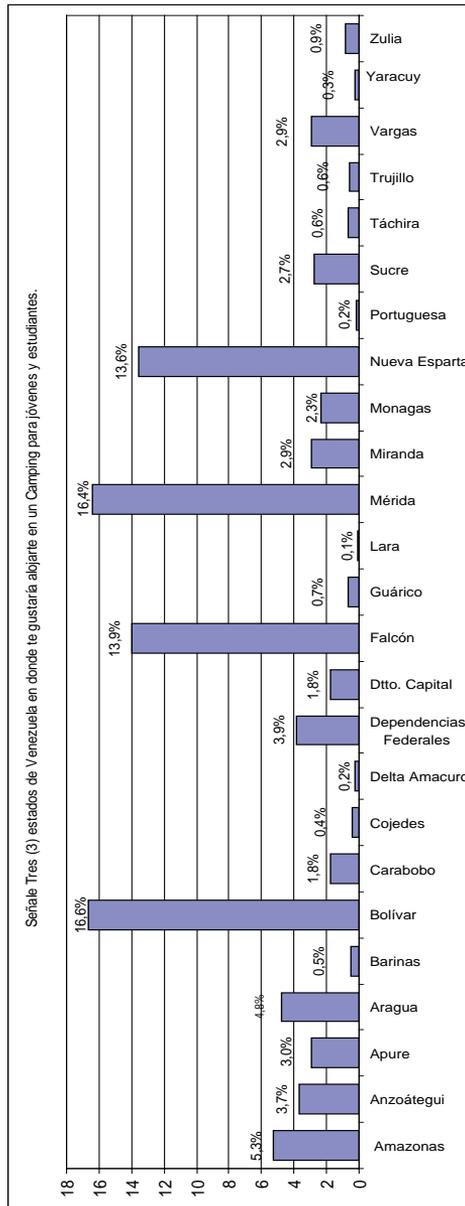
Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

33.- INFORMACION TURÍSTICA



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

34.- UBICACION DE LOS CAMPINGS



Fuente: Entrevistados 2008
Elaboración: Propia

Recibido: 03/03/2009
Aprobado: 11/05/2009
Arbitrado anonimamente