



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

**DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN BUCAY,**  
**PROVINCIA DEL GUAYAS.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER**  
**EL TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

**GONZÁLEZ MATUTE WILSON ALFREDO**

**RIOBAMBA- ECUADOR**


**2016**

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

**CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

El suscrito TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN, certifica que: Señor Wilson Alfredo González Matute, culminó con el trabajo de investigación de titulación denominado "DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICO EN EL CANTÓN BUCAY, PROVINCIA DEL GUAYAS", y ha sido prolijamente revisada y aprobada, quedando autorizada su presentación y defensa.



Ing. Paulina Moreno

**DIRECTORA**



Ing. Catalina Verdugo

**MIEMBRO**

Riobamba, febrero de 2016

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Wilson Alfredo González Matute, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 15 de febrero del 2016



Wilson Alfredo González Matute

Cedula de Ciudadanía 030220561-2

## DEDICATORIA

*Con mucho cariño dedico este trabajo a la persona más importante en mi vida, mi madre, que ha sido mi apoyo incondicional, ejemplo de trabajo, fortaleza y perseverancia.*

*A mi padre por el ejemplo que ha infundido en mi para ser lo que soy.*

*A mis queridos hermanos, por su apoyo incondicional, y su ejemplo de felicidad.*

*A todas las personas que he conocido a lo largo de mi vida y quienes me han brindado su apoyo.*

*Att:*

*Wilson*

## AGRADECIMIENTO

*Quiero agradecer a dios por toda su generosidad, por las personas buenas que ha puesto en mi camino, y por la fortaleza que me ha dado para cumplir con esta meta tan importante.*

*A mi madre, a mi padre y a mis hermanos, a José y a Jhon por haberme brindado su apoyo, y a sus familias por haberme permitido entrar a sus hogares, a Paul, Renato, Cristian y Sam, por su amistad, a todas las personas que he conocido y me han brindado su apoyo o amistad.*

*A mis profesores de la Politécnica por sus enseñanzas, y de manera especial a las Ing. Paulina Moreno y Catalina Verdugo por su tiempo y apoyo para la culminación de este trabajo.*

*A todos a quienes no he mencionado pero que los tengo presente en mi corazón, a todos Dios les pague y gracias por formar parte de mi vida.*

## TABLA DE CONTENIDOS

I.	DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTON BUCAY, PROVINCIA DEL GUAYAS.....	1
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	JUSTIFICACIÓN.....	2
III.	OBJETIVOS .....	5
A.	Objetivo General .....	5
B.	Objetivos específicos .....	5
C.	HIPÓTESIS.....	5
IV.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....	6
A.	TURISMO.....	6
B.	TIPOS DE TURISMO .....	6
C.	DIAGNÓSTICO.....	8
D.	POTENCIAL TURÍSTICO.....	8
E.	ANÁLISIS DE PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS.....	10
F.	ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	10
G.	INVENTARIO DE ATRATIVOS TURÍSTICOS .....	10
H.	VIABILIDAD COMERCIAL.....	12
I.	VIABILIDAD TECNICA.....	13
J.	VIABILIDAD AMBIENTAL.....	14
K.	VIABILIDAD LEGAL.....	14
L.	VIABILIDAD ECONOMICA Y FINANCIERA. ....	15
V.	MATERIALES Y MÉTODOS .....	5
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR .....	5
B.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	15
C.	METODOLOGÍA.....	16
VI.	RESULTADOS .....	24
A.	EVALUAR EL POTENCIAL TURISTICO DEL CANTON BUCAY. ....	24

1.	Análisis de la situacional.....	24
2.	Inventario de atractivos turísticos.....	39
3.	Análisis de la situación turística .....	88
B.	DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL Y TECNICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTON BUCAY.....	100
1.	Análisis del mercado.....	100
2.	Diseño técnico .....	139
C.	ESTUDIO AMBIENTAL.....	174
1.	Estudio de impacto ambiental .....	174
1.	Estudio legal.....	188
2.	Administrativo.....	196
D.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	206
1.	Viabilidad económica .....	206
2.	Viabilidad financiera. ....	215
VII.	CONCLUSIONES.....	216
VIII.	RECOMENDACIONES.....	217
IX.	RESUMEN.....	218
X.	SUMARY .....	219
XI.	BIBLIOGRAFIA.....	220

## INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Clasificación ecológica del cantón Bucay. ....	15
Tabla N° 2 Centros de salud del cantón Bucay. ....	26
Tabla N° 3 Población escolar del cantón Bucay. ....	27
Tabla N° 4 Vías de Acceso al Cantón Gral. Elizalde (Bucay).....	28
Tabla N° 5 Transporte interno del cantón Bucay.....	29
Tabla N° 6 Transporte interprovincial presente en el cantón Bucay.....	30
Tabla N° 7 Uso de suelo del cantón Bucay. ....	31
Tabla N° 8 Especies de flora representativas del cantón Bucay. ....	32
Tabla N° 9 Especies de flora endémicas del cantón Bucay. ....	32
Tabla N° 10 Especies de fauna representativas del cantón Bucay.....	33
Tabla N° 11 Establecimientos económicos del cantón Bucay.....	35
Tabla N° 12 Características del tren de la dulzura.....	36
Tabla N° 13 Análisis de los componentes de atractivos y actividades .....	88
Tabla N° 14 Matriz CPES .....	89
Tabla N° 15 Tabla de valores para la priorización de nudos críticos.....	90
Tabla N° 16 Matriz de identificación y priorización de nudos críticos.....	92
Tabla N° 17 Nudos críticos. ....	93
Tabla N° 18 Matriz de identificación de factores claves de éxito. ....	94
Tabla N° 19 Matriz de identificación de Factores Clave de éxito .....	95
Tabla N° 20 Matriz de identificación de alternativas o estrategias.....	96
Tabla N° 21 Matriz de determinación de estrategias de consolidación.....	98
Tabla N° 22 Atractivos turísticos del cantón Bucay. ....	100
Tabla N° 23 Resumen de los atractivos turísticos del cantón Bucay. ....	102
Tabla N° 24 Establecimientos hoteleros del cantón Bucay .....	103
Tabla N° 25 Establecimientos de Alimentación del cantón Bucay.....	104
Tabla N° 26 Establecimientos de Bares y Fuentes de soda del cantón Bucay. ....	105
Tabla N° 27 Guías que operan en el cantón Bucay.....	106
Tabla N° 28 Atractivos del cantón Cumandá .....	107
Tabla N° 29 Establecimientos hoteleros del cantón Cumandá. ....	110
Tabla N° 30 Género de los turistas nacionales. ....	112
Tabla N° 31 Edad de los turistas Nacionales.....	113
Tabla N° 32 Procedencia de los turistas Nacionales. ....	114
Tabla N° 33 Nivel de acompañamiento de los turistas Nacionales.....	115



Tabla N° 34 Motivo de viaje de los turistas Nacionales .....	116
Tabla N° 35 Medio por los que se informan los turistas Nacionales. ....	117
Tabla N° 36 Tiempo de Permanencia de los turistas Nacionales. ....	118
Tabla N° 37 Servicios turísticos de los turistas Nacionales. ....	119
Tabla N° 38 Gasto por día / por persona de los turistas Nacionales. ....	120
Tabla N° 39 Contratarían un tour en Bucay los turistas Nacionales. ....	121
Tabla N° 40 Actividades de los turistas Nacionales. ....	122
Tabla N° 41 Organizan sus Viajes los turistas Nacionales.....	123
Tabla N° 42 Género de los turistas Extranjeros.....	124
Tabla N° 43 Edad de los turistas Extranjeros. ....	125
Tabla N° 44 Procedencia de los turistas Extranjeros. ....	126
Tabla N° 45 Nivel de acompañamiento de los turistas Extranjeros. ....	127
Tabla N° 46 Motivo de viaje de los turistas Extranjeros.....	128
Tabla N° 47 Medio por los que se informan los turistas Extranjeros.....	129
Tabla N° 48 Tiempo de Permanencia de los turistas Extranjeros.....	130
Tabla N° 49 Servicios turísticos de los turistas Extranjeros.....	131
Tabla N° 50 Gasto por día / por persona de los turistas Extranjeros. ....	132
Tabla N° 51 Contratarían un tour en Bucay los turistas Extranjeros. ....	133
Tabla N° 52 Actividades de los turistas Extranjeros.....	134
Tabla N° 53 Organizan sus viajes los turistas Extranjeros.....	135
Tabla N° 54 Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera .....	138
Tabla N° 55 Proyección de la Oferta .....	138
Tabla N° 56 Demanda Insatisfecha y objetivo. ....	139
Tabla N° 57 Atractivos turísticos.....	139
Tabla N° 58 Paquete 001.....	141
Tabla N° 59 Proveedores de servicios .....	143
Tabla N° 60 Análisis de costos del paquete 001.....	145
Tabla N° 61 Paquete 002.....	146
Tabla N° 62 Proveedores de servicios .....	148
Tabla N° 63 Análisis de costos del paquete 002.....	149
Tabla N° 64 Productos turísticos del canton Bucay.....	151
Tabla N° 65 Tarifas y comisiones por paquete.....	152
Tabla N° 66 Acciones y estrategias de marketing para la comercializacion. ....	152
Tabla N° 67 Agencias y operadoras de turismo de las ciudades de Guayaquil, Riobamba y Cuenca.....	154
Tabla N° 68 Plan de Publicidad.....	156
Tabla N° 69 Cronograma de aplicación del plan de publicidad .....	157

Tabla N° 70 Presupuesto aproximado del marketing mix.....	173
Tabla N° 71 Acciones de los productos turísticos por categoría. ....	177
Tabla N° 72 Componentes ambientales del producto turístico por categoría.....	177
Tabla N° 73 Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold .....	179
Tabla N° 74 Evaluación de impactos ambientales para la operación de un producto turístico en el cantón Bucay.....	180
Tabla N° 75 Porcentaje de valores.....	183
Tabla N° 76 Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales .....	185
Tabla N° 77 Cargos y funciones del talento humano.....	199
Tabla N° 78 Manual de funciones .....	199
Tabla N° 79 Perfil del recurso humano.....	202
Tabla N° 80 Sueldos y salarios del recurso humano.....	203
Tabla N° 81 Inversiones del proyecto.....	206
Tabla N° 82 Fuentes y usos del proyecto .....	207
Tabla N° 83 Financiamiento del Proyecto.....	207
Tabla N° 84 Depreciaciones de activos fijos.....	208
Tabla N° 85 Referencia de depreciaciones.....	208
Tabla N° 86 Depreciaciones de activos diferidos .....	209
Tabla N° 87 Calculo del pago de la deuda. ....	210
Tabla N° 88 Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	211
Tabla N° 89 Estructura de ingresos .....	212
Tabla N° 90 Estado de resultados. ....	213
Tabla N° 91 Calculo del flujo de caja .....	214
Tabla N° 92 Viabilidad Financiera .....	215
Tabla N° 93 Periodo de recuperación de capital.....	215

## INDICE DE GRAFICOS

Grafico N° 1 Género de los turistas Nacionales. ....	112
Grafico N° 2 Edad de los turistas Nacionales.....	113
Grafico N° 3 Procedencia de los turistas Nacionales. ....	114
Grafico N° 4 Nivel de acompañamiento de los turistas Nacionales. ....	115
Grafico N° 5 Motivo de viaje de los turistas Nacionales. ....	116
Grafico N° 6 Medios por los que se informan los turistas Nacionales.....	117
Grafico N° 7 Tiempo de permanencia de los turistas Nacionales.....	118
Grafico N° 8 Servicios turísticos de los turistas Nacionales. ....	119
Grafico N° 9 Gasto por día/persona de los turistas Nacionales. ....	120
Grafico N° 10 Contratarían un tour en Bucay los turistas Nacionales. ....	121
Grafico N° 11 Actividades de los turistas Nacionales. ....	122
Grafico N° 12 Organizan sus viajes los turistas Nacionales.....	123
Grafico N° 13 Género de los turistas Extranjeros.....	124
Grafico N° 14 Edad de los turistas Extranjeros .....	125
Grafico N° 15 Procedencia de los turistas Extranjeros. ....	126
Grafico N° 16 Nivel de acompañamiento de los turistas Extranjeros.....	127
Grafico N° 17 Motivo de viaje de los turistas Extranjeros.....	128
Grafico N° 18 Medios por los que se informan los turistas Extranjeros .....	129
Grafico N° 19 Tiempo de permanencia de los turistas Extranjeros .....	130
Grafico N° 20 Servicios turísticos de los turistas Extranjeros.....	131
Grafico N° 21 Gasto por día/persona de los turistas Extranjeros. ....	132
Grafico N° 22 Contratarían un tour en Bucay los turistas Extranjeros. ....	133
Grafico N° 23 Actividades de los turistas Extranjeros.....	134
Grafico N° 24 Organizan sus viajes los turistas Extranjeros.....	135
Grafico N° 25 Isotipo de la Empresa. ....	150
Grafico N° 26 Diseño de la página Home del sitio web.....	158
Grafico N° 27 Diseño de la página Nosotros del sitio web .....	158
Grafico N° 28 Diseño de la página paquetes del sitio web .....	159
Grafico N° 29 Diseño de la página contacto del sitio web .....	160
Grafico N° 30 Pagina de Facebook.....	161
Grafico N° 31 Procesos de publicidad en Facebook.....	162
Grafico N° 32 Procesos de publicidad en Facebook.....	163
Grafico N° 33 Procesos de determinación de objetivo de publicidad.....	164

Grafico N° 34 Procesos de determinación de público y calendario.....	164
Grafico N° 35 Procesos de determinación presupuesto. ....	165
Grafico N° 36 Producto "naturaleza y aventura".....	166
Grafico N° 37 Producto "Cascadas y Bosque Húmedo".....	166
Grafico N° 38 Flyer producto 001 .....	167
Grafico N° 39 Flyer producto 002 .....	168
Grafico N° 40 Diseño de tríptico .....	169
Grafico N° 41 Diseño de tarjeta de presentación.....	170
Grafico N° 42 Organigrama estructural .....	197
Grafico N° 43 Organigrama funcional.....	198

## INDICE DE FOTOS

Foto N° 1 Balneario de Agua Clara .....	39
Foto N° 2 Bosque Húmedo la Esperanza .....	43
Foto N° 3 Rio Chimbo. ....	47
Foto N° 4 Cascada Piedra Blanca .....	51
Foto N° 5 Rio San Antonio. ....	55
Foto N° 6 Cascada Gallo de la Peña .....	59
Foto N° 7 Rio Limón .....	63
Foto N° 8 Rio Chague.....	67
Foto N° 9 Cascada Chorrera del Amor .....	71
Foto N° 10 Malecón del Rio Chimbo .....	75
Foto N° 11 Finca la Victoria .....	79
Foto N° 12 Tren de la Dulzura. ....	82
Foto N° 13 Trapiche.....	85

# **I. DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTON BUCAY, PROVINCIA DEL GUAYAS.**

## **II. INTRODUCCIÓN**

El Ecuador es un país con gran riqueza Natural y Cultural, se encuentra dividido en 4 regiones perfectamente demarcadas, las cuales albergan miles de especies de flora y fauna endémicos, esto ha hecho que el país sea considerado como uno de los países más ricos y biodiversos del planeta.

El turismo es un mercado cambiante y en creciente evolución, considerado como un eje fundamental que ayuda a la dinamización de la economía de los pueblos y países, cuyos sectores han sido inyectados por una creciente demanda de infraestructura, servicios y planta turística, hecho que ha favorecido al desarrollo económico de regiones y países.

El Ecuador ha visto un incremento considerable de turistas, que hasta el año 2014 según el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2014) se registra la llegada de 1 557 000 turistas internacionales, lo que generó divisas por concepto de turismo en el año 2014 de 1.085,5 millones de dólares.

Según el INEC, 2014 "La llegada de turistas se concentra en las Principales Ciudades de Quito, 45% de las llegas y Guayaquil, con 22% de las llegadas, lo que corresponde a 705.000 y 344.000 arribos respectivamente".

El cantón Bucay se encuentra a 99km de la Ciudad de Guayaquil, localizado entre las estribaciones de la costa y sierra, al pie del río Chimbo, posee una gran cantidad de recursos culturales: su gastronomía, las actividades cotidianas, las actividades agrícolas, y recursos naturales: ríos, cascadas, montañas y varias especies de flora y fauna.

Los atractivos que posee el cantón Bucay por sí solos no generan mayor interés, no hay un flujo significativo de turistas hacia esta zona, que se encuentra ubicada cerca de un mercado turístico importante como Guayaquil, además por su localización la zona tiene fácil accesibilidad desde las ciudades de Cuenca, Riobamba, Milagro y Duran que se consideren como un mercado potencial y que podrían constituirse en nichos de mercado importantes.

La diversidad de atractivos naturales de gran singularidad en la zona, esencialmente las cascadas, hace que sea factible la estructuración de rutas o circuitos turísticos los que deben ser correctamente complementados con actividades como: cabalgatas, canyoning, visita a granjas

agroturísticas. La provisión de servicios que son indispensables para el desarrollo de la actividad turística, como la alimentación, el hospedaje y el transporte. Todo esto constituye la cadena de valor que conforma un producto turístico, de acuerdo a la tipología y sobre todo la capacidad de gasto de los turistas identificados mediante un estudio de demanda.

Será importante dar a conocer el producto mediante estrategias de comercialización y canales de distribución, utilizando como medio de difusión el internet, los medios impresos como el periódico, revistas, trípticos y volantes.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

El cantón Bucay posee varios atractivos turísticos como, cascadas, bosque nublado, ríos, fincas agroturísticas, trapiche, entre otras, que pueden ser importantes para el desarrollo de la actividad turística, sin embargo, la ausencia de productos técnicamente estructurados para ofertar a la creciente demanda de turistas nacionales y extranjeros, ha hecho que el desarrollo de la actividad turística se estanque.

En contraste la afluencia de turistas que llegan al cantón Bucay ha creado interés en diversos actores privados de emprender en la actividad turística, por tal motivo se plantea el siguiente trabajo de investigación denominado "DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN BUCAY, PROVINCIA DEL GUAYAS". Como una alternativa que aporta a la dinamización de la economía local, teniendo como característica integrar los recursos, las actividades, los servicios turísticos, y la infraestructura, logrando así el desarrollo integral y sostenible de la actividad turística del cantón.

### **III. OBJETIVOS**

#### **A. Objetivo General**

Diseñar productos turísticos en el cantón Bucay, provincia del Guayas.

#### **B. Objetivos específicos**

1. Evaluar el potencial turístico del cantón.
2. Determinar la viabilidad comercial y técnica para la creación de productos turísticos
3. Determinar la viabilidad ambiental para la creación de productos turísticos
4. Determinar la viabilidad legal, administrativa para la creación de productos turísticos
5. Determinar la viabilidad económica, financiera de la propuesta.

#### **C. HIPÓTESIS**

El diseño de productos turísticos en el cantón Bucay es comercial, técnica, legal, ambiental y financieramente viable.



## **IV. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

### **A. TURISMO**

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo (OMT, 2006).

### **B. TIPOS DE TURISMO**

#### **1. turismo tradicional**

Se sustenta principalmente en el turismo masivo y en el desarrollo de grandes instalaciones de alojamiento y esparcimiento. Los turistas que practican este tipo de turismo regularmente presentan hábitos consumistas y demandan servicios sofisticados. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

#### **2. Turismo alternativo**

Es una corriente de turismo que tiene como objetivo la realización de viajes donde el turista participa en actividades recreativas de contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de comunidades rurales, indígenas y urbanas, respetando los patrimonios natural, cultural e histórico del lugar que visitan. Presupone que los organizadores están conscientes de los valores naturales, sociales y comunitarios, y que los turistas desean interactuar con la población local. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

### **3. Turismo cultural**

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de entrar en contacto con otras culturas y acercarse a sus identidades. Contempla como uno de sus objetivos el conocimiento de los bienes de patrimonio cultural. Los turistas que practican esta modalidad turística buscan el disfrute y comunicación de valores y aprovechamiento económico para fines turísticos. Las principales actividades están relacionadas con diferentes aspectos; por ejemplo: artístico monumental, arquitectura popular, de exposiciones, étnico, folklore, costumbres y tradiciones, religioso, de formación, de acontecimientos singulares, festivo, literario, gastronómico e industrial. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

### **4. Turismo rural**

Es aquel tipo de turismo que se realiza en zonas no urbanas, realzando la cultura, los valores y la identidad de la población local, a través de su directa y activa participación en la prestación de los servicios turísticos. Este tipo de turismo complementa las actividades económicas tradicionales y permite el intercambio positivo entre visitantes y receptores. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

### **5. Agroturismo**

Es una actividad en la que el turista busca vincularse con las labores del campo. Otras de sus motivaciones son: el contacto con las actividades económicas tradicionales en localidades regularmente pequeñas y experimentar la vida rural campesina. Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza, aun cuando pueda tratarse de espacios sometidos a procesos productivos intensos. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

### **6. Ecoturismo**

Es un nuevo movimiento conservacionista, basado en la industria turística. Se plantea como viajes turísticos responsables que conservan el entorno y ayudan al bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y genera un enorme flujo de viajeros internacionales. Recibe el apoyo de estudiantes, pensadores y el financiamiento de los gobiernos de algunos países industrializados.

Entre sus principales actividades están: el senderismo, la observación sideral, el rescate de flora y fauna, observación de flora, observación de ecosistemas, observación geológica y observación de atractivos naturales entre otras. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

## **7. Turismo de aventura**

Algunos lo llaman turismo deportivo, turismo de aventuras, turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos sí llegan a ser determinantes. Por lo que, estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios. Referente a las actividades que se practican dentro de esta modalidad encontramos a, el montañismo, rappel, escalada, cabalgata, ciclismo de montaña y la caminata. (Ibáñez y Rodríguez, 2007)

## **C. DIAGNÓSTICO**

Según SENPLADES (2015) en sus lineamientos para la elaboración de planes de desarrollo y ordenamiento territorial determinara que: Esta forma de realizar el diagnóstico, permite conocer y analizar la situación actual de cada uno de los componentes que inciden tanto en el desarrollo como en el ordenamiento territorial de un territorio determinado. Los componentes son: biofísico, sociocultural, económico productivo, asentamientos humanos, político institucional.

## **D. POTENCIAL TURÍSTICO**

En el capítulo I. Conceptualización del potencial turístico, se menciona:

EL potencial turístico permite definir si un destino o una zona en específico pueden tener la capacidad de ser desarrollada turísticamente, ya que al tener una visión clara de lo que se puede aprovechar, se puede iniciar el desarrollo de nuevos proyectos turísticos, asimismo, si se conoce cuáles son los recursos potencialmente turísticos se puede definir una oferta turística que permita una diferenciación con los demás productos turísticos. (Covarrubias, 2010, pág.2)

### **1. Diagnostico situacional**

“Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual de la organización o el proceso, en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en la Misión. Es a la vez una mirada sistémica y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa”. (Parra, 2014)

**a. Ámbito físico espacial.**

División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad), límites, vías de acceso. (TIERRA, P. 2009).

**b. Ámbito sociocultural**

Etnicidad (nacionalidad y pueblo), historia, población (total habitantes, número de familias, distribución por género y edad), migración, nivel de instrucción, profesión u ocupación, servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos), vivienda (tipo, propiedad, características), salud, educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes), medios de transporte (unidades, frecuencia, precio), comunicación, servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico), combustibles utilizados, abastecimiento de productos. (TIERRA, P. 2009)

**c. Ámbito ecológico territorial**

Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural), clasificación ecológica, usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas), descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos), hidrología, problemas ambientales. (TIERRA, P. 2009).

**d. Ámbito económico productivo**

Actividades económicas (tipo, ocupación), desarrollo actual del turismo en la zona, participación o interés de la población en el desarrollo turístico. (TIERRA, P. 2009).

**e. Ámbito político administrativo**

Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones), asociatividad (organizaciones) análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico, instituciones que trabajan en la zona. (TIERRA, P. 2009).

## **E. ANÁLISIS DE PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS**

### **1. Matriz FODA**

El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad. También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso. (TIERRA, P. 2009)

- FORTALEZAS: son los mejores aspectos o lo positivo de una situación.
- DEBILIDADES: Aquellas dificultades u obstáculos que se han presentado en el camino.
- OPORTUNIDADES: Son las posibilidades futuras de cambio positivo, los potenciales que surgen del análisis de las fortalezas y debilidades.
- AMENAZAS: Son aquellos obstáculos que impiden lograr las oportunidades. Son limitaciones insuperables, aspectos que ponen en peligro nuestro trabajo. (TIERRA, P. 2009)

## **F. ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que, por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (MITUR, 2004).

## **G. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

MITUR (2004), manifiesta que “el inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que conforman la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. Para ello se requiere tener muy claros los conceptos de atractivo y facilidad turística.

Existen cuatro etapas para la elaboración de atractivos:

### **1. Clasificación de los atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar

## **2. Recopilación de información**

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo. (MITUR, 2004).

## **3. Trabajo de campo**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías. (MITUR, 2004).

## **4. Evaluación y jerarquización**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción: (MITUR, 2004).

### **a. Jerarquía IV**

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial. (MITUR, 2004).

### **b. Jerarquía III**

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos. (MITUR, 2004).

### **c. Jerarquía II**

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento. (MITUR, 2004).

### **d. Jerarquía I**

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (MITUR, 2004).

## **H. VIABILIDAD COMERCIAL**

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

Estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con la mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Dicho de otra manera, el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (SÁNCHEZ, G. 1997).

### **2. Mercado**

ARBOLEDA (1998), define que el mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y por lo tanto la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar.

#### **a. Estructura del mercado**

Según RICAURTE C. (2007): la estructura del mercado modernamente se entiende como mercado el espacio físico o imaginario en el que confluyen compradores (demandantes) y

vendedores (oferentes) para hacer efectivo el intercambio. A la oferta y la demanda se le conoce como la fuerza del mercado, aquellas que les dan dinamismo y que hace posible la realización de las transacciones comerciales.

### **3. Oferta y demanda turística**

GURRIA M. 2004, manifiesta que “Quienes tienen un motivo o una razón para hacerlo, si consideramos que el turista se desplaza casi siempre de manera voluntaria hacia un lugar o destino predeterminado.

Este destino o lugar tiene que tener ciertas características que lo hagan atractivo. Es decir, un sitio que atrae el turista o viajero por todo lo que puede obtener de él; quien supone o sabe puede ofrecerle las satisfacciones que sus necesidades temporales o permanentes demandan.

Este mecanismo, al parecer tan sencillo, facilita las satisfacciones que el turista requiere que se le pueda proporcionar en el sitio al cual se desplaza, esto es ponerlo a su alcance, lo que constituye en realidad, un complejo sistema en el cual interviene gran número de subsistemas, cuyos factores no siempre son racionalmente controlados a fin de equiparar cualitativa y cuantitativamente, tanto en lo físico como en lo moral, la oferta y la demanda.

El turismo se regula por medio del equilibrio de estos dos elementos, de tal modo que, si ya existe una demanda, o sea el deseo de desplazarse a un lugar determinado, se puede crear la oferta, mediante la creación de servicios; por otro lado, si ya existe una oferta de servicios, como: hoteles, playas, espectáculos, se puede crear la demanda, mediante la promoción y venta de estos servicios. (GURRIA, M. 2004).

## **I. VIABILIDAD TECNICA**

### **1. Producto**

Es el componente que agrupa los recursos territoriales (atractivos y atractivos potenciales) del destino y que, de acuerdo a la combinación de éstos y añadiendo una serie de componentes tangibles e intangibles busca la satisfacción del público objetivo para el cual fueron diseñados. En relación a esto último se hace mucho hincapié en la calidad de la experiencia que obtiene el turista y esta calidad depende de la autenticidad de los componentes del producto. De ello se deduce que las acciones más importantes de puesta en valor de los recursos sean: la



recuperación hacia un estado original, la mejora de sus atributos y la dotación de elementos intangibles dentro del diseño del producto. (Valls, 1996)

## **2. Diseño de un producto turístico.**

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. "...se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas, lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas." (GURRIA, M. 1991)

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones, pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino. Tampoco es posible pensar que todos los destinos tengan absolutamente todos los elementos que más adelante se analizan. (Gurría, 1991).

## **J. VIABILIDAD AMBIENTAL.**

La evaluación de impacto ambiental, en el contexto actual, se entiende como un proceso de análisis que anticipa los futuros impactos ambientales negativos y positivos de acciones humanas permitiendo seleccionar las alternativas que, cumpliendo con los objetivos propuestos, maximicen los beneficios y disminuyan los impactos no deseados. (CONAMA. 1994)

## **K. VIABILIDAD LEGAL**

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa, o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada. Es decir, en esta etapa se definirá como o quien ejecutará el proyecto. Es el tipo de organización que tendrá para su funcionamiento. (GRATEROL, M. 2009).

El estudio administrativo en un proyecto proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas.

Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (LOPEZ, M. 2009)

Mientras que el estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes, también toma en cuenta, la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. (MARTINEZ, 2013)

#### **L. VIABILIDAD ECONOMICA Y FINANCIERA.**

INNOVA (2011) en su plan de viabilidad económica y financiera menciona:

La determinación de la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto se encuentra entre los objetivos fundamentales de los gestores del turismo. Naturalmente, la determinación de la viabilidad técnica del proyecto consiste en demostrar que se puede hacer lo que se quiere hacer y que, además, funciona. En este sentido el emprendedor deberá dedicar un esfuerzo específico a demostrar que el nuevo diseño, el nuevo producto o servicio, el nuevo procedimiento de fabricación o de comercialización, etc., es susceptible de ser realizado como se pretende y con los costes que se estiman.

## V. MATERIALES Y MÉTODOS

### A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

#### 1. Localización

El área de estudio se ubica en el cantón Bucay de la provincia del Guayas, al pie del río Chimbo.

#### 2. Ubicación geográfica

El cantón Bucay se encuentra al este de la provincia del Guayas

Cantón Bucay, Coordenadas Proyectadas UTM Zona 17 S, Datum WGS 84.

(PDOT BUCAY, 2013)

#### **Centro poblado cantón Bucay**

X(Este)= 707394

Y(Norte)= 9756531

#### 3. Delimitación del área

**Norte:** Con el cantón Chillanes de la provincia de Bolívar

**Sur:** Con el cantón Cumandá de la Provincia de Chimborazo

**Este:** Con el cantón Santa Rosa y Cumandá de las provincias de Bolívar y Chimborazo respectivamente.

**Oeste:** Con el cantón Naranjito de la provincia de Guayas.

(PDOT BUCAY, 2011)

#### 4. Características climáticas

La temperatura promedio se encuentra en los 24 C°.

## 5. Clasificación ecológica

El cantón Bucay Según Sierra R, 1999, pertenecen a la siguiente clasificación ecológica de:

**Tabla N° 1 Clasificación ecológica del cantón Bucay.**

NUMERO	ZONA DE VIDA	ALTITUD
1	Bosque semideciduo piemontano	Entre los 100 msnm y 400 msnm
2	Bosque siempreverde piemontano	Entre 300 msnm hasta 1300 msnm.
3	Bosque siempreverde montano bajo	1300 msnm hasta los 1800 msnm
4	Bosque de neblina montano	Desde los 1800 hasta 3000 msnm.

Fuente: Sierra R, 1999.

Elaborado por: Wilson González, 2015.

## B. MATERIALES Y EQUIPOS

Los materiales y equipos necesarios para realizar la investigación se detallan a continuación

### a. **Materiales**

Libreta de campo, Lápices, Esferográficos, Cds, Resma hojas de papel bond, Cartucho de impresora, Papelotes, Marcadores.

### b. **Equipos**

Cámara digital, Computadora, Flash memory, Impresora, Filmadora, Gps.

## **C. METODOLOGÍA**

### **1. Para el cumplimiento del primer objetivo: Evaluar el potencial turístico del cantón Bucay.**

#### **a. Análisis de la Situación turística del cantón Bucay.**

Se realizó un análisis de fuentes de información secundaria como el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Bucay, 2011. relacionadas a los ámbitos: físico espacial, ecológico territorial, socio cultural, económico productivo, y Político administrativo del cantón Bucay.

#### **b. Inventario de atractivos turísticos.**

Se realizaron salidas de campo para poder identificar y registrar los atractivos existentes y relevantes del cantón. Se utilizó la metodología del MINTUR para el inventario de atractivos, con lo cual se aplicó las fichas de inventario que son una adaptación del MINTUR, 2004, (Anexo N°1) para la sistematización, interpretación, valoración y jerarquización.

#### **c. Análisis Situacional: Elaboración de la Matriz FODA.**

Se determinó la situación turística del cantón a través de la elaboración de la matriz FODA, donde se identificó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, y de la misma forma se elaboró la matriz CPES.

#### **d. Identificación y priorización de nudos críticos.**

Se identificó los nudos críticos partir de las debilidades y amenazas obtenidas en la matriz FODA, y para la priorización se basó en los siguientes criterios:

- Dificultad.
- Impacto.
- Duración.

**e. Factores clave de éxito.**

Se identificó los factores clave de éxito a partir de las fortalezas y oportunidades obtenidas en la matriz FODA, para la priorización se basó en los siguientes criterios:

- Productividad
- Calidad
- Exclusividad

**2. Para el cumplimiento del segundo objetivo: Determinar la viabilidad comercial y técnica para la creación de productos turísticos en el cantón Bucay:**

**a. Estudio de Mercado**

**1) Análisis de la oferta**

El análisis de la oferta turística se realizó en base a los siguientes componentes:

**a) Análisis de la oferta turística actual.**

Se determinó la oferta turística cantonal en base al catastro facilitado por el Departamento de Turismo del cantón Bucay, se analizó componentes como: actividades, atractivos, infraestructura y planta turística.

**b) Análisis de oferta sustitutiva**

Para determinar la oferta sustitutiva, se identificó atractivos turísticos, así como también los diferentes prestadores de servicios del cantón Cumanda, que se encuentra junto al cantón Bucay y separados únicamente por el puente del río Chimbo.

**2) Análisis de la demanda**

**a) Determinación del universo de estudio**

Para determinar el universo de estudio se tomó el número de turistas nacionales y extranjeros que han llegado a Bucay en el Tren de la Dulzura en el año 2015 que son 16.967.

### b) Determinación de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra de turistas nacionales y extranjeros, se empleó la fórmula propuesta por Canavos, considerando un margen de error del 5% y varianza del 1,96.

$$\frac{N \cdot (p \cdot q)}{\left[ (N - 1) \left( \frac{e}{z} \right)^2 \right] + (p \cdot q)}$$

La muestra se calculó en relación a la fórmula en donde:

n: Tamaño de la muestra

p: Probabilidad de ocurrencia de un hecho o fenómeno 0.5

q: Probabilidad de no ocurrencia 0.5

N: Universo

z: Confianza: 1.960 equivalente a 94%

e: Error del 5%.

El número de turistas que llegaron a Bucay en el año 2015 es de (16.967). turistas nacionales (90%), turistas extranjeros (10%), que aplicando la formula dio el siguiente resultado:

$$n = \frac{(N)(P \cdot Q)}{(N - 1) \left( \frac{e}{z} \right)^2 + P \cdot Q}$$

$$n = \frac{(16.967) (0.25)}{(16.966) (0.025)^2 + 0.25} =$$

$$n = 376 \text{ encuestas}$$

### c) Aplicación de encuestas

La encuesta fue la técnica utilizada para la recolección de información sobre la demanda turística, y como instrumento se usó el cuestionario en español e inglés. Ver anexo N°2 Antes de la aplicación se determinó la distribución de la muestra, 338 encuestas para turistas nacionales, 38 encuestas para turistas extranjeros.

#### **d) Caracterización de la demanda**

Al culminar la aplicación de las encuestas se procedió a tabular los datos, analizar y sistematizar la información correspondiente que se encuentran reflejados en los cuadros y gráficos posteriores, y que permitieron establecer el perfil del turista potencial.

### **3) Confrontación oferta – demanda**

Para la confrontación de la oferta vs la demanda, se realizó:

#### **a) Oferta potencial**

Se tomó como la oferta potencial el número total de los turistas que han visitado las cascadas de Bucay en el año 2015, que es 4300 personas según la Asociación de Guías Nativos de Bucay, que luego han sido proyectados a 5 años.

#### **b) Demanda potencial**

Se calculó la demanda potencial en base al porcentaje de aceptación, obtenido en la aplicación de encuestas a los turistas nacionales y extranjeros.

#### **c) Calculo de las proyecciones**

Las proyecciones de la oferta y la demanda se realizaron utilizando la fórmula del incremento compuesto. Para la proyección de los dos segmentos se utilizó el índice de crecimiento turístico internacional (6%).

Formula del incremento compuesto:

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas: Nacionales y extranjeros

i= Incremento del turismo nacional e internacional (6%)

n= El año a proyectarse (1-5)

#### **d) Demanda insatisfecha proyectada**

La demanda insatisfecha se la obtuvo mediante la confrontación entre la demanda y oferta proyectada.



### **e) Demanda objetivo**

Para la demanda objetivo se tomó como referencia el porcentaje de turistas que el proyecto desea captar de la demanda insatisfecha.

### **b. Diseño técnico**

Para el diseño de productos se consideró los siguientes aspectos.

#### **1) Potencialidad turística**

Se realizó un análisis de los atractivos naturales y culturales a ser considerados en el diseño de los productos turísticos, en cuanto a: ubicación, categoría, jerarquía y tipos de actividades que se pueden realizar.

#### **2) Paquetes turísticos**

Para la realización del diseño técnico de los productos se tomó en cuenta los gustos y preferencias de los turistas potenciales (demanda), así como también la confluencia con la oferta que presenta la zona de estudio, con lo cual se procedió a elaborar los paquetes turísticos tomando en cuenta denominación del paquete, codificación, duración, itinerario, dificultad, servicios que incluyen y servicios que no incluyen, precio, observaciones y requerimiento para la visita.

### **c. Elaboración de estrategias de comercialización**

Una vez elaborados los productos, se estableció estrategias de comercialización basado en el mix del marketing, el mismo que se desarrolló en sus cuatro componentes que son:

- Estrategias de comercialización Producto
- Estrategias de comercialización Precio
- Estrategias de comercialización Plaza
- Estrategias de comercialización Promoción

Las estrategias de comercialización permiten colocar en el mercado los productos diseñados, de forma que estos sean accesibles para los consumidores potenciales.

**3. Para el cumplimiento del tercer objetivo: Determinar la viabilidad ambiental para la creación de productos turísticos en el cantón Bucay:**

Se aplicó la matriz de Leopold, donde se evaluó los impactos ambientales y socio culturales que pueda causar la implementación de los productos turísticos en el área de estudio, tomando en cuenta las zonas de influencia directa e indirecta.

**4. Para el cumplimiento del cuarto objetivo: Determinar la viabilidad legal, administrativa para la creación de productos turísticos en el cantón Bucay:**

**a. Estudio legal**

Se analizó la estructura legal con la que se pueda operar los productos turísticos, considerando el marco normativo relacionado con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del producto.

**b. Estudio administrativo**

Para el ámbito administrativo se determinó claramente las responsabilidades y cargos de manera sencilla y de fácil implementación cumpliendo con las leyes y reglamentos que regulan el sistema turístico.

- Organigrama estructural y funcional.
- Talento humano y remuneración económica.
- Manual de funciones y competencias laborales.
- Reglamento para empleados y visitantes.

**5. Para el cumplimiento del quinto objetivo: Determinar la viabilidad económica, financiera para la creación de productos turísticos en el cantón Bucay:**

**a. Estudio económico**

Para realizar este análisis se establecieron todos los gastos que se generarían en la implementación de los productos, mediante el análisis de los siguientes aspectos:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo.
- Fuentes de financiamiento y usos.
- Presupuesto de costos y gastos.
- Costos.
- Ingresos.
- Estado de resultados.
- Flujo de caja del proyecto.

**b. Evaluación financiera**

Con la evaluación financiera se determinó la rentabilidad de la inversión y se definió mediante el cálculo y análisis de los siguientes parámetros:

- Tasa interna de retorno “TIR”
- Valor actual neto “VAN”
- Relación Costo Beneficio “RC\B”

## **VI. RESULTADOS**

### **A. EVALUAR EL POTENCIAL TURISTICO DEL CANTON BUCAY.**

#### **1. Análisis de la situacional.**

##### **a. Físico espacial.**

###### **1) Ubicación geográfica**

El cantón General Antonio Elizalde, también llamado “Bucay”, tiene una extensión de 152 Km<sup>2</sup> y se encuentra ubicado al este de la provincia del Guayas a una distancia de 99 km de Guayaquil, capital de la provincia. (PDOT. BUCAY, 2011).

###### **2) División territorial**

Está estructurada por una sola parroquia que corresponde a su cabecera cantonal, y posee ocho recintos los cuales son: San Pedro, Matilde Esther, La Esperanza Alta, La Esperanza Baja, El Limón, El Batán, Altos de Bucay y Bethania. (PDOT. BUCAY, 2011).

##### **b. Socio-cultural.**

###### **1) Población**

Según los datos obtenidos del VII Censo del INEC 2010, el cantón cuenta con una población aproximada de 10.642 habitantes que están distribuidos en 6.079 en la zona urbana y 4.563 en la zona rural.

###### **2) Servicios básicos**

###### **a) Agua potable**

La zona urbana presenta un desarrollo notable en los servicios de abastecimiento de Agua potable brindado por tubería. La planta de captación de agua que abastece al cantón se encuentra ubicada en el recinto Esperanza Alta la cual recibe el agua del río Limón. Al momento, la planta

cuenta con un reservorio de 1.200 metros cúbicos que abastece a la cabecera cantonal, también se cuenta con otro tanque elevado de 48 metros cúbicos que abastece a 90 familias de los recintos de Bellavista y San José.

Sin embargo, cabe indicar que no es suficiente la cobertura del sistema de abastecimiento de agua potable, ya que, en las zonas rurales, debido a la dispersión de los recintos, el sistema de abastecimiento se realiza por medio de tanques elevados que tienen captación desde ríos y vertientes cercanas.

La red de agua potable presenta problemas en épocas de invierno, a causa de altas precipitaciones, lo que provoca que los ríos aumenten su caudal y su turbiedad afectando las plantas de captación y a las redes de distribución. (PDOT. BUCAY, 2011).

#### **b) Energía eléctrica.**

El Servicio eléctrico alcanza a casi el 90% de la población. Las viviendas de los recintos y las comunidades más alejadas son abastecidas por energía eléctrica a través de un sistema de distribución brindado por la Empresa Eléctrica Riobamba S.A. en los recintos El Batán, San Pedro, obtienen el servicio de la empresa Eléctrica de Milagro. (PDOT. GAE, 2011).

#### **c) Alcantarillado**

En la ciudad de Bucay, la forma de evacuar las aguas servidas es a través de la “red pública de alcantarillado” que representa el 61%.

A nivel cantonal el 13.30% de las viviendas no cuentan con un sistema de eliminación de aguas servidas, algunos lo realizan de través de pozo sépticos o descargan los desechos sólidos al río más cercano.

La planta de tratamiento realiza el servicio de conducción de desechos sólidos a lagunas de oxidación, que por medio de filtración se limpian las aguas negras. Se realizan estudios para la nueva planta de tratamiento en el área rural. (PDOT. BUCAY, 2011).

#### **d) Desechos solidos**

En lo que corresponde a recolección de desechos sólidos, se maneja en conjunto con los cantones Bucay, Pallatanga y Cumandá a cargo de la empresa pública de aseo integral denominada Mancomunidad. El modelo integral de residuos sólidos de los tres cantones,

comprende la clasificación domiciliaria y recolección por tipo y en días específicos, dependiendo si son orgánicos o inorgánicos. (PDOT. BUCAY, 2011).

### 3) Salud

En el ámbito de la salud, a nivel cantonal se tiene el sistema público y privado con 4 centros de salud para la atención de la población, 3 de estos son de carácter público (Centro Materno Infantil, IESS Bucay, IESS San Pedro). y uno de carácter privado (Dispensario Médico Monseñor Weisneth). cubren algunas de las necesidades médicas y ambulatorias de medicina general y odontología, ver la tabla N°7 con los centros de salud. (PDOT. BUCAY, 2011).

**Tabla N° 2 Centros de salud del cantón Bucay.**

#	Nombre de unidades de salud	Ubicación	Número pacientes por mes	Número de médicos
1	Centro Materno Infantil	Malecón	800	4
2	IESS Bucay	García Moreno sur	1200	3
3	IESS San Pedro	Recinto San Pedro	600	1
4	Dispensario Médico Monseñor Weisneth	García Moreno sur	1000	3

Elaborado por: PDOTBUCAY, 2011.

### 4) Seguridad.

Se cuenta con un Destacamento de la Policía Nacional del cantón General Antonio Elizalde (Bucay).

En la Municipalidad encontramos la Comisaria de Policía del cantón. Conformada por el Comisario Municipal y 11 Policías Municipales, que son los encargados de controlar la seguridad de las calles de la cabecera cantonal, vigilar los puestos localizados en el mercado municipal, controlar los disturbios en la vía pública, entre otras. (PDOT. BUCAY, 2011).

**Comisión de tránsito.** - El Destacamento de la Comisión de Tránsito del Ecuador se encuentra localizada en la Avenida Raúl Banderas y vía Bucay-Pallatanga.

## 5) Educación

Los establecimientos educativos son un elemento esencial para el desarrollo del cantón. Existen alrededor de 5.250 alumnos en 20 establecimientos. Estos centros educativos, tanto públicos como privados, se encuentran distribuidos en las zonas urbana y rural. (PDOT. BUCAY, 2011).

**Tabla N° 3** Población escolar del cantón Bucay.

N°	NOMBRE DE UNIDADES EDUCATIVAS	UBICACIÓN	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	N° DE ESTUDIANTES	N° DE PROFESORES
1	Ferroviaria	Ave. Paquisha	Pública	700	15
2	José María Velasco Ibarra	Eloy Alfaro y Corina Parral	Pública	626	16
3	La Lolita	Campamento La Lolita	Pública	98	5
4	Rosa Camba Ortiz	Esperanza Alta	Pública	93	3
5	Provincia del Guayas N° 29	Vía Bucay – Naranjito	Pública	22	1
6	Ángela Carbo	Recinto El Batan	Pública	45	2
7	Demetrio Aguilera Malta	Recinto San Pedro	Pública	91	4
8	Zoila Martínez N° 27	Recinto Esperanza Baja	Pública	52	2
9	Los Altos de Bucay	Recinto Altos de Bucay	Pública	20	1
10	San Juan Bucay	Bellavista	Privada	389	28
11	Madre Bernarda	Cuidalela San Francisco	Privada	450	22
12	Mundo Bucay	Ciudadela San Francisco	Privada	30	4
13	Juan López Tiwiran	Recinto El Limón	Pública Bilingüe	51	3
14	Edmundo Valdez Murillo	Recinto Matilde Esther	Pública	45	2
15	Horacio Idrovo*	Recinto Matilde Esther	Pública	340	13
16	General Antonio Elizalde	Eloy Alfaro y Corina Parral	Pública	1647	49
17	Nuestra Señora del Carmen	Eloy Alfaro y Corina Parral	Pública	159	9
18	Francisco Falquez	Recinto Matilde Esther	Pública	190	14
19	Nuevos Horizontes	Ciudadela San Francisco	Pública	93	9
20	Academia Matilde Esther	Recinto Matilde Esther	Pública	110	9
21	Academia Dr. Camilo Gallegos	Recinto Matilde Esther	Pública	50	8
		<b>TOTAL DE ALUMNOS</b>		<b>5301</b>	

**Fuente:** Subsecretaría de Educación del Litoral

**Elaborado por:** PDOT Bucay, 2011.

Las 21 instituciones educativas identificadas en el cantón, se desglosan de la siguiente manera, en el área rural encontramos: 1 escuela primaria bilingüe. 1 colegio Técnico Agropecuario, 2 Academias Artesanales y dos escuelas primarias fiscales ubicados en el recinto Matilde Esther, y 6 escuelas fiscales en cada uno de los recintos

En el área urbana: 2 unidades educativas de carácter privado, 1 colegio de especialización, 1 colegio a distancia particular, 1 colegio técnico, 2 centros de educación básica, 1 jardín de infantes privado y 1 academia artesanal. (PDOT. BUCAY, 2011).

## 6) Vías de acceso y transporte

### a) Vías de acceso

La red vial del cantón Bucay brinda 3 accesos directos a las zonas urbanas, una de ellas conecta a los cantones con la región sierra y las otras dos con la costa, así se tienen:

Al Este de Bucay, Se encuentran dos vías:

**Vía Bucay- Pallatanga- Riobamba**, Es la vía más utilizada para el traslado de personas desde la costa hacia la sierra y viceversa, además presenta un movimiento comercial importante de productos agrícolas. (PDOT. BUCAY, 2011).

Las otras rutas son **Bucay-Cumandá-El Triunfo-Guayaquil**, y **Guayaquil-Yaguachi-Milagro-Naranjito-Bucay**, este último conecta con varios cantones de la provincia del Guayas. (PDOT. BUCAY, 2011).

**Vía férrea.-** La vía férrea ha sido rehabilitada y juega un papel importante en el desarrollo turístico de estos cantones, Bucay se conecta con Yaguachi a través de esta vía de 60km, La ruta Sibambe-Cumandá-Bucay también se encuentra rehabilitada. (PDOT. BUCAY, 2011).

**Tabla N° 4** Vías de Acceso al Cantón Gral. Elizalde (Bucay).

Ubicación	Vías	Ciudades/ Cantones	Orden
Al Sur de Bucay	E (Panamericana Sur)	El Triunfo, La Troncal, Duran, Guayaquil	Primer
Al Sur-occidente Bucay	E25 (carretera secundaria) Transversal de la costa.	Naranjito y Milagro	Primer
Al Norte	E Panamericana.	Pallatanga, Guamote, Colta y Riobamba.	Primer
Este de los cantones Bucay	Vía férrea, ruta tren de la dulzura.	Milagro, Duran.	Vía férrea.

**Fuente:** PDOTCB 2011.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.



## b) Transporte

Para llegar a cada uno de los recintos que conforman el cantón, se realiza a través del sistema de buses, camionetas y camiones que hacen recorridos con horarios establecidos a cada uno de ellos y pertenecen a asociaciones y pre- asociaciones de transporte cantonal, las vías de acceso a los distintos recintos del cantón son asfaltadas en su mayoría. (PDOT. BUCAY, 2011).

## c) Transporte intercantonal.

Ivonne Valdivieso, 2011. Manifiesta que “E cantón Bucay se encuentra dotado del servicio de transporte por las empresas de transporte: Santa Martha (Bucay-Guayaquil), Transimesa (Bucay-Matilde Ester), TransBucay (Bucay - San Pedro), compañía de taxis: Nuestra Señora del Carmen (Interior del canton), General Antonio (Interior del canton). Compañía de moto taxis: Buycum Carmen (Interior del cantón), San Francisco (Interior del canton). (PDOT. BUCAY, 2011).

**Tabla N° 5** Transporte interno del cantón Bucay.

No.	Razón Social	Tipo de Organización	Recorridos	Nº de Socios	Horarios
1	Cooperativa de Transporte Santa Martha	Cooperativa de Transportes	Bucay –Guayaquil	40	04H00 a 22H00
2	Transimesa	Pre-Cooperativa	Bucay – Matilde Esther	10	06H00 a 18H00
3	TransBucay	Pre Cooperativa	Bucay - San Pedro	8	05H00 17H00
4	Nuestra Señora del Carmen	Compañía	Internos del Cantón	30	24 horas
5	General Antonio	Compañía	Internos del Cantón	50	24 horas
6	Buycum	Compañía de Mototaxis	Internos del Cantón	30	05H00 a 19H00
7	San Francisco	Compañía de Mototaxis	Internos del Cantón	50	05H00 a 19H00

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Ivonne Valdivieso 2011.

## d) Transporte interprovincial

El transporte interprovincial se desarrolla por las cooperativas que cubren las rutas Riobamba-Guayaquil./Guayaquil-Riobamba. Entre ellas están; Cooperativa de Transporte “Patria”, Cooperativa de Transportes Ecuador, Cooperativa de Transportes Riobamba, Cooperativa de

Transportes TrasAndina, Cooperativa de Transportes Pelileo, Cooperativa de Transportes Colta.  
(Doris Villalva, 2011).

**Tabla N° 6** Transporte interprovincial presente en el cantón Bucay.

RAZÓN SOCIAL	RECORRIDO	COSTO	FRECUENCIA
Cooperativa de Transporte "Patria"	Riobamba – Guayaquil Guayaquil – Riobamba Quito – Guayaquil	\$ 4.50 \$4.50 \$8.50	Cada media hora desde las 3:30 am hasta las 10:00 pm
Cooperativa de Transportes Ecuador	Riobamba – Guayaquil Guayaquil – Riobamba	\$ 4.50	Desde las 5 am hasta las 10 pm. Con una frecuencia de 4 horas.
Cooperativa de Transportes Riobamba	Riobamba – Guayaquil Guayaquil – Riobamba	\$ 4.50	Desde las 5 am hasta las 10 pm. Con una frecuencia de 4 horas.
Cooperativa de Transportes TrasAndina	Riobamba – Guayaquil Guayaquil – Riobamba	\$ 4.50	Cada media hora desde las 3:30 am hasta las 10:00 pm
Cooperativa de Transportes Pelileo	Riobamba – Guayaquil Guayaquil – Riobamba	\$ 4.50	Cada media hora desde las 3:30 am hasta las 10:00 pm
Cooperativa de Transportes Colta	Riobamba – Guayaquil Guayaquil – Riobamba	\$ 4.50	Desde las 7 am hasta las 10 pm. Con una frecuencia de 5 horas.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

## 7) Comunicación

### a) Telefonía

La cobertura telefónica cuenta con los servicios de las empresas CLARO, MOVISTAR, y CNT: un 85% de usuarios se encuentran en el área urbana (cabecera cantonal), y un 15% en el área rural (recintos). El servicio de internet.- lo brindan las empresas: CNT, Claro, Telconet, Meganet. (PDOT. BUCAY, 2011).

### 8) Abastecimiento de productos.

Existe un Mercado Municipal ubicado en el centro de Bucay, y los días de feria son los domingos. (PDOT. BUCAY, 2011).

## c. Ecológico-territorial.

### 1) Condiciones ambientales de la zona

La temperatura varía entre los 18 y 24°C. y la precipitación media anual es de: 3000 mm.  
(PDOT. BUCAY, 2011).

### 2) Usos del suelo

Según el PDOTB, 2011, detalla el uso de suelos en el siguiente cuadro:

**Tabla N° 7** Uso de suelo del cantón Bucay.

N°	Tipo de uso	Medida de uso
1	Zona urbana	2.6%
2	Pasto cultivado	43.07%
3	Bosque Natural	18.64%
4	Cultivos de ciclo corto	0.04%
5	Cultivos Permanentes	33.4%
6	Cultivo Indiferenciado	1.76%

**Fuente:** PDOT Bucay, 2011.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

El pasto cultivado es el de mayor porcentaje de utilización de suelo con un 43,07%, el uso de cultivos permanentes ocupa el segundo lugar con un 33,4%, el tercer lugar de uso de suelo corresponde a bosque natural con 18,64%.

**Bosque Protector comunitario Esperanza Alta:** ubicado en el sector del mismo nombre, se encuentra dentro del Bosque Protector de “Chillanes- Bucay”; el cual fue creado según Acuerdo Ministerial 027, expedido por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, publicado en el Registro Oficial N° 112 del 19 de enero del 1989, con una extensión de 1875 has.

Este bosque constituye una de las fortalezas ecológicas del cantón, ya que esta zona alberga una gran cantidad de especies mamíferas, aves y reptiles. También plantas arbustivas y arbóreas endémicas de la zona. La temperatura promedio anual de la zona es de 18-24 °C, con una precipitación de 3000 mm anuales.

Se han tomado medidas de conservación a nivel de los propietarios que poseen remanentes de bosque primario y secundario: Existen planes de manejo para el Bosque impulsado por la Prefectura del Guayas.

**Reserva privada San Rafael,** está ubicada en la hacienda San Rafael, tiene una extensión de 252.77 hectáreas, 20 minutos de la cabecera cantonal en la vía Bucay-Naranjito. Para lo cual existen programas de conservación a nivel privado. (PDOT. BUCAY, 2011).

### 3) Flora

La flora de los cantones Bucay y Cumandá resulta muy abundante debido a que se encuentran en una zona de transición entre la sierra y la costa, además que las especies son similares entre

estos dos cantones por encontrarse en la misma zona geográfica, teniendo como especies representativas las siguientes, según el (PDOT. BUCAY, 2011).

**Tabla N° 8** Especies de flora representativas del cantón Bucay.

N°	FAMILIA	ESPECIES NOMBRE CIENTIFICO	ESPECIES NOMBRE COMÚN
1	BIGNONIACEAE	<i>Tabebuia chrysantha</i>	Guayacan
2	BORAGINACEAE	<i>Cordia alliodora</i>	Laurel
3	MORACEAE	<i>Ficus sp</i> <i>Castilla elástica</i>	Mata palo Caucho
4	LAURACEAE	<i>Cinnamomum sp</i>	Canelo
5	MYRTACEAE	<i>Psidium guajaba</i>	Guayaba
6	POACEAE	<i>Guadua angustifolia</i>	Caña guadua
7	CARICACEAE	<i>Carica papaya</i>	Papaya
8	SOLANACEAE	<i>Solanum quitoense</i>	Naranjilla
9	ARACEAE	<i>Colocasia esculenta</i>	Papa china
10	ORCHIDACEAE	<i>Oncidium sp</i>	Orquidea
11	ARECACIA	<i>Ceroxylonampinum</i> <i>Phytelephasma crocarpa</i> <i>Euterpe precatória</i>	Palma de ramos Cade Palmito

**Fuente:** Plan de Manejo Asociación de Agricultores 5 de Septiembre.

**Elaborado:** Wilson González, 2015.

Según el PDOTB.2011, En el cantón Bucay se han reconocido 63 especies de plantas pertenecientes a 31 familias y 51 géneros: 30 especies arbóreas, 3 arbustivas, 17 herbáceas, 10 epifitas y 3 de hábitos compartidos. Se reportan 8 especies endémicas de las cuales según el libro rojo de Plantas endémicas del Ecuador. 6 especies se encuentran amenazadas y en peligro de extinción.

Dentro de las principales especies maderables tenemos: el guayacán, matapalo; además se aprecia plantas menores como orquídeas, helechos, con diversos olores y aromas muy característicos del entorno natural de Bucay. Principalmente en los recintos Esperanza alta, los altos de Bucay y Esperanza Baja.

**Tabla N° 9** Especies de flora endémicas del cantón Bucay.

N°	Familia	Nombre Común	Nombre Científico	Estado de Conservación
1	Araceae	Anturio	<i>Anthurium dolivhostachyum</i>	Endémico. Vulnerable
2	Araceae	Filodendro	<i>Philodendron acuminatissimum</i> Engl.	Endémico
3	Bromeliaceae	Bromelia	<i>Tillandsia cyanea</i> linden ex Koch	Endémico. Casi amenazada
4	Cappareceae	s/n	<i>Podandrogynne brevipedunculata</i> Cochrane	Endémico. En Peligro
5	Moraceae	s/n	<i>Sococoea carcorarpa</i> Lanj.	Endémico. En peligro
6	Orchidaceae	Orquídea bailarina	<i>Brassia warszewiczii</i>	Endémico. Vulnerable

Nº	Familia	Nombre Común	Nombre Científico	Estado de Conservación
7	Rubiaceae	Cascarillon	Ladendergia pavonii	Endémico. Casi amenazada

**Fuente:** Plan de Manejo Asociación de Agricultores 5 de Septiembre.

**Elaborado:** Departamento de Planificación cantón Bucay.

#### 4) Especies introducidas

Como principal especie introducida se puede enunciar el ganado bovino mismo que se ha extendido a lo largo del cantón Bucay, dándose como consecuencia la depredación de vastas zonas naturales para el desarrollo de la ganadería, además se han adaptado áreas para la producción de la avicultura y porcicultura.

#### 5) Fauna

En el cantón Bucay se puede encontrar: 20 especies de mamíferos, 3 especies de reptiles, y 23 especies de aves.

**Tabla N° 10** Especies de fauna representativas del cantón Bucay

Nº	FAMILIA	ESPECIES NOMBRE CIENTIFICO	ESPECIES NOMBRE COMÚN
1	AGOUTIDAE	<i>Agouti paca</i>	Guanta
2	DASYPODIDAE	<i>Dasypus novemcinctus</i>	Armadillo 9 bandas
3	DASYPROCTIDAE	<i>Dasyprocta punctata</i>	Guatusa
4	MUSTELIDAE	<i>Eirabarbara</i>	Cabeza mate
5	MYRMECOPHAGIDAE	<i>Tamandúa tetractyla</i>	Oso hormiguero
6	SCIURIDAE	<i>Sciurusgranatensis</i>	Ardilla
7	PROCYONIDAE	<i>Nasua narica</i>	Cuchuco- Coati
8	COLUBRIDAE	<i>Clelia clelia</i>	Chonta
9	VIPERIDAE	<i>Bothrops atrox</i>	Equis
10	HYLIDAE	<i>Hyla sp.</i>	Rana arborícola
11	EMBERIZIDAE	<i>Sicalis flaveola</i>	Pinzón sabanero Azafranado
12	STRIGIDAE	<i>Strix virgata</i>	Búho moteado
13	ACCIPITRIDAE	<i>Gypes fulvus</i>	Gavilán
14	STRIGIDAE	<i>Pulsatrix perspicillata</i>	Búho de anteojos
15	FALCONIDAE	<i>Falco peregrinus</i>	Halcón peregrino

**Fuente:** PDOTC Bucay, 2011.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

## 6) Hidrología

### a) Ríos.

Tomando como fuente en el PDOTB.2011, se describen los ríos que se encuentran en Bucay.

- **Río Chimbo:** El río Chimbo tiene una longitud aproximada desde su nacimiento hasta la unión con el río Chanchan de 144 Km aproximadamente, se encuentra bordeando toda la parte sur del cantón, proviene de los afluentes de la Sierra, entre ellos el Río Pallatanga, estero Agua Clara, Río de la Victoria y pequeños afluentes.
- **Río Chagüe:** se forma de la unión de los riachuelos Chagüe Chico y Chagüe Grande.
- **Río San Antonio:** formado por el río La Fortuna, y el aporte de algunos riachuelos que nacen en las montañas de Changuil y Adolfo Kleare; son ríos intermitentes y su caudal crece en época de invierno.
- **Los ríos Limón y Agua Clara** se forman de las estribaciones del bosque protector la Esperanza Alta, tienen la particularidad de no contener sólidos en suspensión en sus aguas por lo que se usa para el abastecimiento de agua potable a las poblaciones de Bucay y Naranjito manteniendo una gran influencia en la provisión de agua potable para las poblaciones indicadas. (PDOT. BUCAY, 2011).

### b) Problemas ambientales

Según VALDIVIESO I. 2010, "La micro cuenca del río Chimbo se ha visto afectada por la contaminación del agua por desechos orgánicos e inorgánicos, la tala de los bosques nativos, expansión agrícola y ganadera entre otros factores han alterado el ecosistema desde muchos años atrás, provocando una seria afectación a la esorrentía de la microcuenca, incremento del caudal en la época de invierno y disminución del caudal en la época de verano, de esta manera afecta directamente a sus pobladores, el entorno natural y calidad del paisaje".

### d. Económico-productivo.

#### 1) Actividades económicas

Son considerados esenciales en el aspecto económico la presencia de las industrias ganadera, avícola y bananera que generan una importante fuente de empleo para los habitantes de Bucay. La ubicación geográfica del cantón lo convierte en un sitio estratégico de intercambio y comercialización de distintos productos para los mercados local, regional, nacional e internacional. Además, su ecosistema brinda un fuerte potencial turístico donde se destaca la naturaleza que rodea al cantón y las actividades agroturísticas que se desarrollan en las haciendas. (PDOT. BUCAY, 2011).

**Tabla N° 11** Establecimientos económicos del cantón Bucay.

<b>ESTABLECIMIENTOS ECONOMICOS CENSADOS</b>	<b>VALOR ABSOLUTO</b>	<b>%</b>
<b>TOTAL</b>	431	100,00
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	1	0,23
Industrias manufactureras.	28	6,50
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	1	0,23
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	2	0,46
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	241	55,92
Transporte y almacenamiento.	5	1,16
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	42	9,74
Información y comunicación.	26	6,03
Actividades financieras y de seguros.	2	0,46
Actividades inmobiliarias.	1	0,23
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	6	1,39
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	1	0,23
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	2	0,46
Enseñanza.	9	2,09
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	21	4,87
Artes, entretenimiento y recreación.	6	1,39
Otras actividades de servicios.	37	8,58

**CENSO ECONOMICO INEC 2010**

## 2) Ganadería

En cuanto a la ganadería, el cantón posee alrededor de 15.000 cabezas de ganado destinando el 66% como lechero y el 34% para carnes. (**Gobierno Autónomo Descentralizado de General Antonio Elizalde, 2011, pág. 85**)

Se producen alrededor de 80.000 litros de leche diarios, de los cuales el 90% lo adquieren las industrias, y lo restante es destinado para consumo local y para la elaboración de quesos. Además, se realizan actividades avícolas, cuya infraestructura cuenta con seis plantas procesadoras distribuidos por la zona, las mismas que generan la mayor fuente de empleo del cantón. (PDOT. BUCAY, 2011).

## 3) Artesanal

De la caña de azúcar artesanalmente los agricultores de la zona elaboran panela, melcocha y licor. Estos productos son ofertados en el mercado local. (PDOT. BUCAY, 2011).

#### 4) Industrias y empresas privadas

La principal empresa privada ubicada en la zona es la Procesadora Nacional de Alimentos PRONACA, que se dedica a la crianza y procesamiento de pollo.

También existen otras empresas de servicios y comercio en el cantón como lo son: Banco Pichincha, Almacenes La Ganga, Almacenes Marcimex, Almacenes Aldor Home y Almacenes Arcos. (PDOT. BUCAY, 2011).

#### 5) Comercio

Según el PDOTCB, 2011, establece que en el cantón se encuentran 3 establecimientos financieros.

##### a) Banco Pichincha

Los préstamos van desde un monto de 600 como mínimo sin especificaciones de montos máximos.

##### b) Cooperativa de Ahorro y Crédito Lucha Campesina Ltda.

Los montos mínimos van desde 500 dólares, el interés va de acuerdo a la actividad en la que se invierte el crédito.

c) **Banco de Fomento.** - ubicado en el cantón Cumandá aproximadamente a 600 metros de Bucay.

##### d) Desarrollo del turismo en la zona

El desarrollo turístico del cantón Bucay cuenta con un notable incremento principalmente los fines de semana y feriados, esto se debe a la rehabilitación del ferrocarril mismo que ha traído consigo flujo turístico, así como también la difusión del cantón, sus atractivos y actividades.

**Tabla N° 12** Características del tren de la dulzura.

NOMBRE	RUTA	FRECUENCIA	PRECIO
--------	------	------------	--------



<b>TREN DE LA DULZURA</b>	Duran-Yahuachi- Bucay	Sábados - domingos y feriados	USD 28.00
---------------------------	--------------------------	----------------------------------	-----------

**Fuente:** Ferrocarriles del Ecuador, 2015.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

### ➤ **Servicios turísticos**

Entre los servicios que se pueden adquirir en el cantón Bucay está principalmente la alimentación: la cual es típica de la zona y destacan la tilapia azada, y el cuero de chanco. El cantón Bucay presenta 25 establecimientos de alimentación con un total de 664 plazas.

En Bucay se cuenta con 9 establecimientos hoteleros con una capacidad instalada de 221 plazas disponibles para el alojamiento, en la zona urbana constituida por hoteles, y en la zona rural por hosterías.

### ➤ **Modalidades de turismo desarrollado**

Por las características y facilidades de la zona se ha iniciado la actividad ecoturística: la oferta está conformada por el bosque húmedo, la visita a las cascadas, y las playas de los ríos limón, Chagui, Chimbo, en épocas de verano. El agroturismo es otra modalidad de turismo que se ha desarrollado en el cantón Bucay, se realiza actividades de trapiche y extracción del jugo de caña, elaboración de panelas, licor o trago de puntas y cabalgata. Turismo de aventura: los recursos naturales con los que cuentan el cantón Bucay como, los ríos, cascadas, extensas áreas de vegetación, hace factible la realización de canyoning, tubing, rafting, canopy, biking.

### ➤ **Participación o interés de la población en el desarrollo turístico**

Existe un creciente interés en la población local en el desarrollo de la actividad turística, haciéndose evidente la implementación de hoteles, restaurantes, la adecuación de haciendas, así como también la motivación de brindar servicios de guía.

## **e. Político-administrativo.**

### **1) Análisis del estado actual de la administración turística cantonal.**

Bucay cuenta con un departamento técnico de turismo, por tal motivo posee las competencias para la regulación de las actividades turísticas cantonales. Existe una oficina de turismo ubicada en los altos de la Biblioteca municipal.

En cuanto al presupuesto destinado para este departamento y su desarrollo es relativamente escaso debido a que el único monto desembolsable para esta actividad consiste en los sueldos y salarios del personal, además de montos ocasionales para el desarrollo actos y eventos de interés general.

## **2) Asociatividad**

### **a) Organizaciones Agrícolas:**

Centro Agrícola Cantonal, Asociación 5 de septiembre, Asociación de Productores de Banano Orito, Asociación de Agricultores Altos de Bucay.

### **b) Organizaciones Ganaderas:**


Asociación de Ganaderos del cantón Bucay

### **c) Organizaciones Turísticas del cantón:**

- **Asociación 5 de septiembre.** - Se formó con carácter agrícola, pero sus miembros han descubierto en el turismo comunitario una fuente de trabajo es así que se han capacitado en esta área para ofrecer sus servicios a los turistas que llegan al sector de la Esperanza Alta, además se debe destacar que son los administradores de los senderos que llevan a la cascada Gallo de la Peña.
- **Asociación de Guías Nativos de Bucay.**- conformada por 15 personas que trabajan en conjunto con las hosterías del cantón, recorren las cascadas, realizan deportes de aventura como Trekking, cabalgatas, canioning, etc.

## 2. Inventario de atractivos turísticos


### a. Atractivos naturales

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 001
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 Diciembre de 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Balneario de Agua Clara	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambiente lacustre	
<b>1.8 Subtipo:</b> Poza	
	
<p><b>Foto N° 1</b> Balneario de Agua Clara <b>Por:</b> Wilson González</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> Bucay	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Centro poblado del cantón Bucay	500m

Centro poblado del cantón Cumandá.	500m
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 320 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23 C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
A 0.5 Km del Cantón General Antonio Elizalde, se puede acceder en automóvil por la vía Bucay Pallatanga, Bucay- El Triunfo, en el Barrio La Puntilla continuando por el camino que conduce al Balneario, que se encuentra en el límite entre las provincias del Guayas y Bolívar.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
El balneario de agua Clara recibe el nombre por estar al pie de la Parroquia de Agua Clara del cantón Chillanes provincia de Bolívar, pero está localizada en la Provincia del Guayas. El sitio tiene una caída de agua que termina en una poza natural.	
Su dimensión es aproximadamente de 60 m <sup>2</sup> , la calidad del agua es verdosa y transparente y la temperatura es fría a 20C°, El balneario es más visitado en los meses de lluvia (febrero-julio) y también en el feriado de carnaval, podemos encontrar también una cascada con una caída de 2 metros de alto.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
La entrada es gratuita y es accesible todos los días del año.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
El balneario es usado para el esparcimiento y recreación.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Complejo turístico con piscinas y toboganes.	
Senderos interpretativos de avifauna.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
La implementación de adecuada señalización en todo el recorrido.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
Potencial plazas de trabajo para los pobladores locales mediante la prestación de servicios turísticos en el lugar.	
Gestión para obtención de ayuda para implementación de infraestructura turística.	
Gestión para obtención de ayuda para la implementación de facilidades turísticas en el lugar.	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
La contaminación del agua con basura que arrojan los visitantes.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	

<b>5.1 Estado:</b> en proceso Deterioro		
<b>5.2 Causas:</b> Las Piscinas naturales se han ido perdiendo debido a la acumulación de materia ( tierra y piedra).		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> En proceso deterioro		
<b>6.2 Causas:</b> Debido a que se encuentra en el sector urbano que es zona de construcción de viviendas.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Sendero	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Caminando desde el cetro poblado 500 metros.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> De lunes a domingo	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Para la visita se recomienda utilizar ropa o traje de baño y repelente de mosquitos.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Se puede contratar todas las facilidades turísticas de hospedaje, alimentación en el Centro del cantón.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red publica		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Red publica		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Estación del Tren	<b>10.2 Distancia:</b> 1km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o	2

	Organización	
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>I</b>		
Este atractivo forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otro de mayor jerarquía		


<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 002
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 Diciembre de 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Bosque Húmedo la Esperanza	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Bosque	
<b>1.8 Subtipo:</b> Húmedo Subtropical Occidental	
	
<p><b>Foto N° 2</b> Bosque Húmedo la Esperanza <b>Por:</b> Wilson González</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas.	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay.
<b>2.3 Parroquia:</b> Bucay.	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Recinto la Esperanza	3km
Centro cantonal de Bucay	8 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 700 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23 C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El Bosque húmedo la esperanza se encuentra ubicado en la estribaciones de la cordillera occidental, En el	

Recinto la Esperanza.
<p><b>4.5 Descripción del atractivo</b></p> <p>El Bosque Húmedo la Esperanza, es uno de los remanentes de Bosque Primario, posee un paisaje agradable, y se pueden encontrar varias especies de flora y fauna. Además, este bosque constituye una fuente de agua para las poblaciones aledañas.</p> <p>Se puede ingresar al bosque por el sector denominado Asociacion5 de Septiembre, aquí existen senderos que llevan hasta el centro del bosque.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Paisaje: se puede observar las montañas y las nubes al pie del Bosque.</li> <li>• Especies de Fauna como: <ul style="list-style-type: none"> <li>Mamíferos: guantas (<i>Dasyprocta punctata</i>), armadillo (<i>Dasypus novemcinctus</i>), cuchucho(<i>Nasua nasua</i>), oso hormiguero (<i>Eira barbara</i>), loros (<i>Pionus sordinas mindoensis</i>),tucanes(<i>Andigena laminirostris</i>), pericos (<i>Aratinga sp</i>), colibríes (<i>Heliodoxa jacula</i>).</li> <li>Reptiles: Serpiente equis (<i>Bothrops atrox</i>), lagartijas (<i>Ameiva edracantha</i>)</li> </ul> </li> <li>• Especies de flora como: bromelias, arboles de chonta, laurel, y cedro.</li> </ul>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>Disponible todo el año. La entrada tiene un costo de \$1 y se debe ingresar con un guía local.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Senderismo</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Punto de avistamiento de aves</p> <p>Camping</p> <p>Trekking</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Mejoramiento del sendero.</p> <p>Señalización</p> <p>Guía de aves del sitio</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para los pobladores locales mediante la prestación de servicios turísticos.</p> <p>Gestión para la implementación de señalización a lo largo del recorrido.</p> <p>Gestión para la implementación de infraestructura adecuada para el turismo.</p> <p>Elaboración de una guía de aves del lugar.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Dstrucción del ecosistema de Bosque.</p>



Perdida de los pequeños afluentes		
Contaminación con desechos		
Alteración del ciclo de vida de las aves.		
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Conservado		
<b>5.2 Causas:</b>		
Difícil accesibilidad para la construcción o para la agricultura.		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b>		
Área de difícil acceso para la construcción o para la agricultura.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Sendero.	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> 8km en carro propio o alquiler de Taxi o camionetas.	
<b>7.5 Frecuencias:</b>	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>	
De lunes a domingo	Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
Para acceder a este sitio se recomienda llevar ropa ligera, botas, se debe acceder con un guía local.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Se pueden adquirir todas las facilidades de hospedaje y alimentación en el centro cantonal de Bucay a 8km aproximadamente.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red publica		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo ciego.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Cascada Piedra Blanca	8km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Regional		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>


CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	1
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		38
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>II</b>		
Atractivo con rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes, ya sea del mercado interno o receptivo.		

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 003
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Rio Chimbo	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Raudal	
	
<p><b>Foto N° 3</b> Rio Chimbo.  <b>Por:</b> Wilson González</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> Bucay	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Cabecera cantonal	<b>3.2 Distancia:</b> 5m
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 300 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 22C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El atractivo se ubica a lo largo del centro del cantón Bucay por la parte sur. Este rio divide a Cumanda y	

Bucay.
<p><b>4.5 Descripción del atractivo</b></p> <p>El río tiene aproximadamente 5 km de interés turístico, es el río más grande de la zona y alberga gran cantidad de especies de peces, el río recorre a lo largo del cantón Bucay por su parte sur. Además, este río es el que divide a dos cantones Bucay, Guayas y Cumanda, Chimborazo.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riberas</li> <li>• Especies de aves</li> <li>• Especies de peces.</li> </ul>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>El ingreso a estas playas es totalmente libre y gratuito todo el año.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Zona de visita y esparcimiento y zona de pesca deportiva.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Practica de Kayak, Apto para Rafting y tubing.</p> <p>Zona de avistamiento de aves.</p> <p>Zona de recreación por sus riberas.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Señalización turística</p> <p>Medios interpretativos</p> <p>Infraestructura turística</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para la localidad</p> <p>Realce y mejoramiento de la imagen del centro cantonal.</p> <p>Apto para la creación de nuevas actividades turísticas.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Contaminación con basura del río y sus riberas.</p> <p>Alteración del paisaje natural por la implementación de infraestructura.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> medianamente deteriorado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b></p>
<p>Contaminación con desechos sólidos y líquidos, Creación de infraestructura inadecuada en las riberas,</p>

impacto visual y paisajístico alterado.		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado		
<b>6.2 Causas:</b> Casas con escaso mantenimiento que deteriora el paisaje.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> asfalto	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas, taxis	
<b>7.5 Frecuencias:</b> lunes a domingo	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Existentes en el centro cantonal, a 5 metros de distancia.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red pública		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Red pública.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Balneario de Agua Clara	<b>10.2 Distancia:</b> 500m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	2

	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>I</b>		
Este atractivo necesita ser complementado con uno de mayor jerarquía para generar interés en el turista.		


<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 004
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Piedra Blanca	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Rio	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Foto N° 4</b> Cascada Piedra Blanca	
Por: Wilson González	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> La Esperanza	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Recinto la Esperanza	8km
Centro cantonal de Bucay	16 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1200 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20 C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
Se encuentra ubicada dentro del Bosque húmedo la esperanza, a 35 minutos del centro cantonal.	

<p><b>4.5 Descripción del atractivo</b></p> <p>La Cascada tiene una altura de 90m, y se encuentra en medio de dos montañas, que se puede acceder caminando por un sendero durante 10 minutos desde la carretera. En su base existe una pequeña poza de agua formada por la caída. El agua es fría aproximadamente 12 C°.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caída de agua</li> <li>• La Poza en su base</li> <li>• Paisaje.</li> <li>• Especies de Fauna como: loros (<i>Pionus sordinas mindoensis</i>), tucanes (<i>Andigena laminirostris</i>), pericos (<i>Aratinga sp</i>), colibríes (<i>Heliodyta jacula</i>).</li> <li>• Especies de flora: Bromelias, Orquideas, helechos.</li> </ul>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>La entrada tiene un costo de \$2 y se recomienda ingresar con un guía local.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Senderismo y recreación.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Punto de avistamiento de aves.</p> <p>Camping.</p> <p>Trekking.</p> <p>Mirador desde la cima de la cascada.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Mejoramiento del sendero.</p> <p>Infraestructura turística</p> <p>Señalización</p> <p>Guía de aves del sitio</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para los pobladores locales mediante la prestación de servicios turísticos.</p> <p>Gestión para la implementación de señalización a lo largo del recorrido.</p> <p>Gestión para la implementación de infraestructura adecuada para el turismo.</p> <p>Elaboración de una guía de aves del lugar.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Destrucción del ecosistema de Bosque.</p> <p>Contaminación del recurso agua con desechos.</p>



Alteración del ciclo de vida de las aves.		
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>5.1 Estado:</b> Conservado		
<b>5.2 Causas:</b> Existe mantenimiento constante de la infraestructura pública.		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> Área de difícil acceso para la construcción o para la agricultura.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto, empedrada y Sendero.	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> 16km en carro propio o alquiler de Taxi o camionetas.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> De lunes a domingo	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Para acceder a este sitio se recomienda llevar ropa impermeable, botas, se debe acceder con un guía local.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Se pueden adquirir todas las facilidades de hospedaje y alimentación en el centro cantonal de Bucay.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red publica		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo ciego.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Cascada Chorrera del Amor	<b>10.2 Distancia:</b> 10m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Regional		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5

APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	0
TOTAL		44
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>II</b>		
Atractivo con rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes, ya sea del mercado interno o receptivo.		

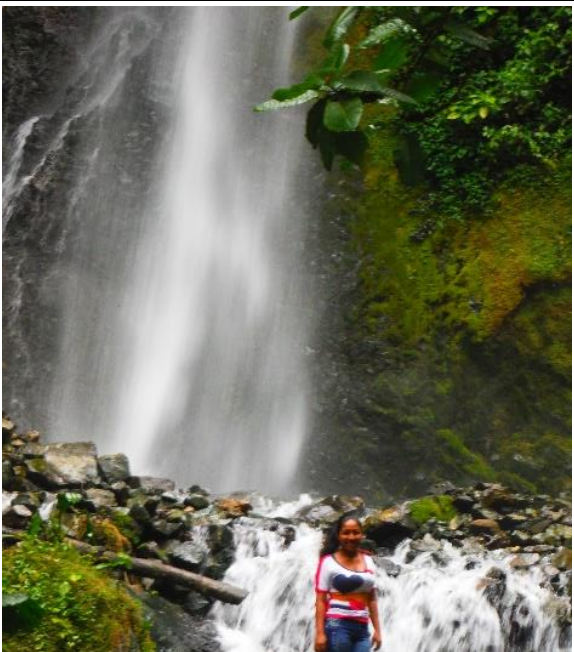
<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 005
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Rio San Antonio	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Raudal	
	
<p><b>Foto N° 5</b> Rio San Antonio.  <b>Por:</b> Wilson González</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> Matilde Esther	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Recinto Matilde Esther	1m
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 360 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El Rio se ubica a 1km del centro poblado Recinto Matilde Esther.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
El rio tiene aproximadamente 6 km de interés turístico, su caudal es variable, en la época de invierno tiende a ser mayor que en el Verano y es un rio con gran afluencia de personas en la época de Carnaval,	

<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riberas y playas.</li> <li>• Cabañas de comida rápida en sus orillas.</li> <li>• Especies de peces.</li> </ul>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>El ingreso a estas playas es totalmente libre y gratuito todo el año.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Zona de esparcimiento y zona de pesca deportiva</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Practica de Kayak en invierno.</p> <p>Zona cabalgata y bicicleta por sus orillas.</p> <p>Zona de recreación por sus riberas.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Señalización turística</p> <p>Medios interpretativos</p> <p>Infraestructura turística</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para la localidad</p> <p>Realce y mejoramiento de la imagen del Recinto.</p> <p>Apto para la creación de nuevas actividades turísticas.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Contaminación con basura, del rio y sus riberas.</p> <p>Alteración del paisaje natural por la implementación de infraestructura.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> conservado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b></p> <p>El rio presenta una recuperación natural.</p>
<p><b>6. ENTORNO:</b></p>
<p><b>6.1 Entorno:</b> Conservado</p>
<p><b>6.2 Causas:</b></p> <p>Se mantiene el ambiente natural.</p>

<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto y empedrado.	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas, taxis.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> lunes a domingo	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Todas las facilidades disponibles en el centro cantonal a 15km, en el sector se puede acceder únicamente a servicio de alimentación.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red pública		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo ciego.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Balneario de Agua Clara	<b>10.2 Distancia:</b> 15km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>

**13. JERARQUIZACIÓN****I**

Este atractivo forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otro de mayor jerarquía


<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 006
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Gallo de la Peña.	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Rio	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<p><b>Foto N° 6</b> Cascada Gallo de la Peña <b>Por:</b> Wilson González</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> La Esperanza	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Recinto la Esperanza	4km
Centro cantonal de Bucay	16 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 800 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 21 C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
Se encuentra ubicada dentro del Bosque húmedo la Esperanza, a 20 minutos del centro cantonal de	

Bucay.
<p><b>4.5 Descripción del atractivo</b></p> <p>La Cascada tiene una altura de 60m, en su base se encuentra una especie de mesón natural de piedras, para acceder a esta cascada se debe caminar aproximadamente 30 minutos desde la carretera principal del Recinto la Esperanza.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caída de agua</li> <li>• Mesón en su base</li> <li>• Paisaje.</li> <li>• Especies de Fauna como: loros (<i>Pionus sordinas mindoensis</i>), tucanes(<i>Andigena laminirostris</i>), pericos (<i>Aratinga sp</i>), colibríes (<i>Heliodoxa jacula</i>).</li> <li>• Especies de flora: Bromelias, Orquideas, helechos.</li> </ul>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>La entrada tiene un costo de \$2 y se recomienda ingresar con un guía local.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Senderismo y recreación.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Punto de avistamiento de aves.</p> <p>Camping.</p> <p>Trekking.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Mejoramiento del sendero.</p> <p>Infraestructura turística</p> <p>Señalización</p> <p>Guía de aves del sitio.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para los pobladores locales mediante la prestación de servicios turísticos.</p> <p>Gestión para la implementación de señalización a lo largo del recorrido.</p> <p>Gestión para la implementación de infraestructura adecuada para el turismo.</p> <p>Elaboración de una guía de aves del lugar.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Destrucción del ecosistema de Bosque.</p> <p>Contaminación del recurso agua con desechos.</p>



Alteración del ciclo de vida de las aves.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> EL tiempo que las personas deben caminar para acceder a la misma	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b> Área de cuidado para la mantención del Bosque por parte de la Asociación 5 de Septiembre.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto y Sendero.
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> 8km en carro propio o alquiler de Taxi o camionetas.
<b>7.5 Frecuencias:</b> De lunes a domingo	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Para acceder a este sitio se recomienda llevar ropa impermeable, botas, se recomienda acceder con un guía local.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
Se pueden adquirir todas las facilidades de hospedaje y alimentación en el centro cantonal de Bucay a 20 minutos de distancia.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red pública	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo ciego.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Bosque húmedo al Esperanza Cascada Chorrera del Amor Cascada Piedra Blanca	<b>10.2 Distancia:</b> 0m 8km 8km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>	

<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		28
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>II</b>		
Atractivo con rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes, ya sea del mercado interno o receptivo.		


<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 007
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Rio Limón	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Rio	
<b>1.8 Subtipo:</b> Raudal	
	
<b>Foto N° 7 Rio Limón</b> <b>Por:</b> Wilson González	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> Bucay	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> Recinto Matilde Esther	<b>3.2 Distancia:</b> 1m
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 520 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b> El Rio se ubica dentro del Recinto Limón, a una distancia de 5km del centro poblado de Bucay.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b> El rio tiene aproximadamente 3 km de interés turístico, sus aguas son de un color verde claro en todo su trayecto. En sus riberas es común observar especies de aves. Este rio aumenta su caudal de manera	

considerable en época de invierno, por este motivo existen zonas donde se han construido muros de contención.
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riberas y playas.</li> <li>• Especies de peces.</li> </ul>
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>
El ingreso a este río es totalmente libre y gratuito todo el año.
<b>4.8 Usos</b>
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>
Zona de esparcimiento por personas de la localidad.
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>
Zona cabalgata y bicicleta por sus orillas.
Zona de recreación por sus riberas.
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>
Señalización turística
Medios interpretativos
Infraestructura turística
<b>4.9 Impactos</b>
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>
Realce y mejoramiento de la imagen del Recinto.
Apto para la creación de nuevas actividades turísticas.
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>
Contaminación con basura, del río y sus riberas.
Alteración del paisaje natural por la implementación de infraestructura.
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>
<b>5.1 Estado:</b> conservado
<b>5.2 Causas:</b>
No existe construcciones en sus alrededores.
<b>6. ENTORNO:</b>
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado
<b>6.2 Causas:</b> Se mantiene el ambiente natural.
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre <b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto y empedrado.

<b>7.3 Estado de Vías:</b> bueno		<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas, taxis.
<b>7.5 Frecuencias:</b> lunes a domingo		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Todas las facilidades disponibles en el centro cantonal de Bucay a 5km.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red pública		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo ciego.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Bosque la Esperanza	3km	
Fincas y granjas	2km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	2
	b) Valor extrínseco	2
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		17

**13. JERARQUIZACIÓN****I**

Este atractivo forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otro de mayor jerarquía

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 008
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Balneario Natural el Chagúe	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Rio	
<b>1.8 Subtipo:</b> Riachuelo	
	
<b>Foto N° 8</b> Rio Chague <b>Por:</b> Wilson González	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> El Limón	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Centro cantonal de Bucay	4km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 520 m.s.n.m.	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El rio se ubica dentro del Recinto el Chague, junto a la vía que lleva hasta el centro poblado del recinto del mismo nombre.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
El agua del rio es de color turbia en invierno y muy clara en verano, así mismo el nivel del caudal sube	


<p>dependiendo la época. A lo largo del río se puede apreciar especies de aves y muchas especies de flora.</p> <p>A lo largo del río se puede encontrar 2 zonas de playa donde las personas locales acuden los fines de semana a realizar actividades de esparcimiento y recreación.</p> <p>La primera zona de esparcimiento o playa se encuentra a 3km por la vía Bucay-Naranjito, frente a las Cabañas de Papo.</p> <p>Y la otra zona o playa es a 3 km por la vía Bucay - la Esperanza.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riberas y playas.</li> <li>• Especies de peces y aves.</li> </ul>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>El ingreso a este río es totalmente libre y gratuito todo el año.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Zona de esparcimiento por personas de la localidad.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Zona cabalgata y bicicleta por sus orillas.</p> <p>Zona de recreación por sus riberas.</p> <p>Zona de avistamiento de aves.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Señalización turística</p> <p>Medios interpretativos</p> <p>Infraestructura turística</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Realce y mejoramiento de la imagen del Recinto.</p> <p>Apto para la creación de nuevas actividades turísticas.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Contaminación con basura, del río y sus riberas.</p> <p>Alteración del paisaje natural por la implementación de infraestructura.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> poco conservado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b></p> <p>Existe contaminación de las riberas y del río con basura que dejan las personas que visitan semanalmente este río.</p>



<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> Se mantiene el ambiente natural.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto y empedrado.	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Camionetas, taxis.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> lunes a domingo	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Todas las facilidades disponibles en el centro cantonal de Bucay a 3km.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red pública		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo ciego.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Bosque la Esperanza Fincas y granjas	<b>10.2 Distancia:</b> 4km 2km	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2

SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		22
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>I</b>		
Este atractivo forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otro de mayor jerarquía		

**1. DATOS GENERALES**


<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 009
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cascada Chorrera del amor	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Rio	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cascada	
	
<b>Foto N° 9</b> Cascada Chorrera del Amor	
<b>Por:</b> Wilson González	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> La Esperanza	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Recinto la Esperanza	8km
Centro cantonal de Bucay	16 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1200 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23 C°.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 3000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
Se encuentra ubicada dentro del Bosque húmedo la esperanza, a 35 minutos del centro cantonal.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
La Cascada tiene una altura de 30m, y se encuentra a continuación de la cascada Piedra Blanca, que se	

<p>puede acceder caminando por un sendero durante 10 minutos desde la carretera. En su cima existe Anclajes para la práctica de Canyoning o rapel.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Caída de agua de 30m.</li> <li>• Paisaje.</li> </ul>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>La entrada tiene un costo de \$2 y se recomienda ingresar con un guía local.</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Senderismo, recreación y Canyoning.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Punto de avistamiento de aves.</p> <p>Trekking.</p> <p>Canyoning.</p>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Mejoramiento del sendero.</p> <p>Infraestructura turística</p> <p>Señalización</p> <p>Guía de aves del sitio</p> <p>Adecuación e implementación de equipos para canyoning: anclajes barandas, etc.</p>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para los pobladores locales mediante la prestación de servicios turísticos.</p> <p>Gestión para la implementación de señalización a lo largo del recorrido.</p> <p>Gestión para la implementación de infraestructura adecuada para el Canyoning.</p> <p>Elaboración de una guía de aves del lugar.</p>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <p>Destrucción del ecosistema de Bosque.</p> <p>Contaminación del recurso agua con desechos.</p> <p>Alteración del ciclo de vida de las aves.</p>
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>
<p><b>5.1 Estado:</b> Conservado</p>
<p><b>5.2 Causas:</b></p>

Distancia desde el centro poblado.		
<b>6. ENTORNO:</b>		
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado		
<b>6.2 Causas:</b> Área de difícil acceso para la construcción o para la agricultura.		
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>		
<b>7.1 Tipo:</b> terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto, empedrado y Sendero.	
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> 16km en carro propio o alquiler de Taxi o camionetas.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> De lunes a domingo	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b> Para acceder a este sitio se recomienda llevar ropa impermeable, botas, se recomienda acceder con un guía local.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
Se pueden adquirir todas las facilidades de hospedaje y alimentación en el centro cantonal de Bucay.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> inexistente		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo ciego.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Cascada Piedra Blanca	<b>10.2 Distancia:</b> 10m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0

	d) Internacional	0
TOTAL		29
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>II</b>		
Atractivo con rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes, ya sea del mercado interno o receptivo.		

## b. Atractivos culturales


<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 10
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre de 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Malecón del río Chimbo	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas, científicas y contemporáneas.	
<b>1.8 Subtipo:</b> Obras técnicas	
	
<p><b>Foto N° 10</b> Malecón del Río Chimbo  <b>Por:</b> Wilson González</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> Bucay	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Bucay	5m
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 300 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El Malecón del Río Chimbo se encuentra al costado de la cabecera cantonal, al pie del Río Chimbo. La entrada principal se encuentra en el cruce de las calles Eloy Alfaro y Avenida Raúl Bandejas.	

<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
El malecón tiene una construcción lineal, de 800 metros de largo por 30 metros de ancho, existen áreas verdes, juegos infantiles, bancas y una pileta. Los principales materiales de construcción empleados son, adoquín, cemento, bloque, hierro, baldosa, etc.	
El malecón dispone de alumbrado público, tachos recolectores de basura y parqueadero para 20 vehículos.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
La visita a este malecón es completamente libre todo el año.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Recreación y esparcimiento.	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Toma de fotografías.	
Centro de interpretación.	
Centro de exhibición de atractivos de Bucay.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
Medios interpretativos	
Señal ética	
Adecuación de los servicios higiénicos.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
Generación de empleo para la población local.	
Mejoramiento del área urbana del cantón.	
Generación de lugares de esparcimiento y recreación para la población local.	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
Alteración del paisaje natural del río.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado.	
<b>5.2 Causas:</b>	
Existe una persona( conserje) que se encarga de dar mantenimiento al sitio.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Se puede acceder caminando




desde el centro de Bucay.		
<b>7.5 Frecuencias:</b>	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>	
Lunes a domingo	Todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
Al momento de visitar este sitio es importante auto informarse debido a que no existe ningún medio interpretativo en dicho lugar.		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>		
las facilidades de hospedaje, alimentación se pueden adquirir a pocos metros del lugar.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> potable		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red pública		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Red pública		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Rio Chimbo	0	
Balneario de agua Clara	500m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación	2
	y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>I</b>		

Este atractivo forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otro de mayor jerarquía

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 11
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Finca la Victoria	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Etnografía	
<b>1.8 Subtipo:</b> Agroturismo	
	
<b>Foto N° 11</b> Finca la Victoria <b>Por:</b> Wilson González	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> Recinto Matilde Esther	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 350 - 800msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 - 3000mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
Las finca la Victoria se ubica en el recinto Matilde Esther a 15km desde el centro de Bucay.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
Esta finca conserva procesos artesanales de producción de queso y ordeño de vacas.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finca ganadera</li> <li>• Proceso de ordeño y elaboración de queso.</li> </ul>	
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>La visita a esta finca está restringida a personas sin guía local, y tiene un costo de ingreso.</p>	
<p><b>4.8 Usos</b></p>	
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Se usa como actividad económica y de subsistencia.</p>	
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <p>Recorridos guiados.</p> <p>Interpretación In situ</p> <p>Participación en actividades agrícolas y pecuarias.</p> <p>Productos de agroturismo.</p> <p>Cabalgatas</p>	
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <p>Medios interpretativos</p> <p>Señalética</p> <p>Capacitación a guías locales.</p> <p>Creación de productos con Guiones interpretativos.</p>	
<p><b>4.9 Impactos</b></p>	
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para la población local mediante la prestación de servicios y venta de suvenir.</p> <p>Establecimiento de un producto turístico vinculado al agroturismo.</p>	
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>	
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre</p>	<p><b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto y Ampedrado</p>
<p><b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno</p>	<p><b>7.4 Transporte:</b> camionetas de alquiler/taxis.</p>
<p><b>7.5 Frecuencias:</b></p> <p>Lunes a domingo</p>	<p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b></p> <p>Todo el año</p>
<p><b>7.7 Observaciones:</b></p> <p>Al momento de visitar esta finca es necesario contactar con un guía de la localidad, debido a que no existe información de cómo llegar a estas.</p>	
<p><b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p> <p>Las facilidades de transporte, alimentación y hospedaje se pueden adquirir en el centro cantonal de Bucay.</p>	
<p><b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b></p>	


<b>9.1 Agua:</b> potable		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Red pública		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> pozo ciego.		
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		24
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>I</b>		
Este atractivo forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otro de mayor jerarquía		

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 12
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 Diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Tren de la Dulzura.	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Realizaciones técnicas, científicas, y contemporáneas.	
<b>1.8 Subtipo:</b> Obras de ingeniería	
	
<p><b>Foto N° 12</b> Tren de la Dulzura.  <b>Por:</b> Wilson González</p>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> Bucay	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Bucay	0km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 300 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El tren de la Dulzura tiene un recorrido desde Duran con destino a Bucay, recorre aproximadamente 90 km, y atraviesa gran parte del cantón Bucay.	

<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
El Tren de la Dulzura, es una de las rutas rehabilitadas del ferrocarril Ecuatoriano, el recorrido es de 90 km aproximadamente, Inicia en Duran, atraviesa pueblos como milagro, Naranjito y llega hasta su estación en el centro poblado de Bucay, el tren está disponible los días jueves, viernes, sábado y domingo y feriados.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren</li> <li>• Recorrido por poblados de la costa</li> <li>• El paisaje de plantaciones de caña.</li> </ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
El Tren de la Dulzura tiene un costo de \$28 por persona disponible de jueves a domingo.	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
Recreación y turismo.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
Generación de empleo para la población local	
Establecimiento de un producto turístico del cantón.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b>	
El Tren de la Dulzura fue rehabilitado las rieles u durmientes fueron cambiadas, así como su estación renovada.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> tren, camionetas o taxis.
<b>7.5 Frecuencias:</b>	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>
Jueves a domingo	Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Es recomendable reservar los pasajes con anticipación debido al número limitado de lugares.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
las facilidades de hospedaje, alimentación y transporte se pueden adquirir en el centro cantonal de Bucay.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>

Malecón de Bucay	5m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Regional.		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	6
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
TOTAL		51
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>III</b>		
Atractivo capaz de motivar una corriente potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.		



<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Wilson González	<b>1.2 Ficha N°</b> 13
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Paulina Moreno	<b>1.4 Fecha:</b> 28 Diciembre 2015
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Trapiche Artesanal	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Explotaciones Industriales	
<b>1.8 Subtipo:</b> Trapiche	
	
<b>Foto N° 13</b> Trapiche <b>Por:</b> Wilson González	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Guayas	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Bucay
<b>2.3 Parroquia:</b> La Esperanza	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Bucay	8km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 700 msnm	
<b>4.2 Temperatura:</b> 23C°	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> 2000 mm	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
El trapiche artesanal está ubicado en el recinto la Esperanza, en la finca de Sr. Daniel, está ubicado junto a la vía Bucay la Esperanza a 8km del centro poblado de Bucay.	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	

<p>El Trapiche es una maquina artesanal usada para moler la caña de azúcar y extraer el jugo, este puede ser bebido en el instante, solo o acompañado con limón o puro(alcohol). El trapiche está formado por tres masas cilíndricas que deben ser girado con una palanca de madera que se ubica en la parte superior del mismo.</p>	
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Casa o choza de caña y techo de hojas de cade.</li> <li>• Maquina (trapiche)</li> </ul>	
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>El costo de la actividad es de 50 ctv. por vaso de jugo de caña o a su vez \$5 la jarra. Accesible todo el año</p>	
<p><b>4.8 Usos</b></p>	
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>Recreación e interpretación.</p>	
<p><b>4.9 Impactos</b></p>	
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <p>Generación de empleo para la población local</p> <p>Establecimiento de una actividad turística.</p>	
<p><b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>	
<p><b>5.1 Estado:</b> Conservado</p>	
<p><b>5.2 Causas:</b></p> <p>Mantiene la forma y proceso tradicional de extracción de jugo.</p>	
<p><b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b></p>	
<p><b>7.1 Tipo:</b> Terrestre</p>	<p><b>7.2 Subtipo:</b> vía de segundo orden</p>
<p><b>7.3 Estado de Vías:</b> Bueno</p>	<p><b>7.4 Transporte:</b> taxis o camionetas de alquiler.</p>
<p><b>7.5 Frecuencias:</b></p> <p>Jueves a domingo</p>	<p><b>7.6 Temporalidad de acceso:</b></p> <p>Todo el año</p>
<p><b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b></p> <p>las facilidades de hospedaje, alimentación y transporte se pueden adquirir en el centro cantonal de Bucay.</p>	
<p><b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b></p>	
<p><b>10.1 Nombre del atractivo:</b></p> <p>Cascada Gallo dela Peña</p> <p>Cascada Piedra Blanca</p> <p>Cascada Chorrera del amor</p>	<p><b>10.2 Distancia:</b></p> <p>1km</p> <p>8km</p> <p>8km</p>
<p><b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b></p>	

<b>11.1 Difusión:</b> Local.		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	0
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
TOTAL		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>I</b>		
Este atractivo forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otro de mayor jerarquía		

### 3. Análisis de la situación turística

#### a. Matriz FODA

**Tabla N° 13** Análisis de los componentes de atractivos y actividades

	<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>FACTORES EXTERNOS</b>
	<b><i>FORTALEZAS</i></b>	<b><i>OPORTUNIDAD</i></b>
<b>POSITIVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rehabilitación del Ferrocarril</li> <li>• Apoyo en difusión y publicidad por parte del GAD Provincial del Guayas.</li> <li>• Pueblo completamente agricultor lo cual constituye en un gran potencial para el agroturismo.</li> <li>• Riqueza gastronómica y artesanal presente y en constante crecimiento.</li> <li>• Cercanía y fácil acceso desde Guayaquil.</li> <li>• La presencia de Escenarios para la práctica de Canyoning, Rafting, Cabalgatas, Biking, y Trekking.</li> <li>• Cercanía a atractivos turísticos de otros cantones y que tienen gran potencial turístico.</li> <li>• Creciente interés de la población en la actividad turística.</li> <li>• El Cantón Cuenta con un departamento técnico de Turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La articulación de bienes y servicios en productos turísticos de relevancia.</li> <li>• Demanda creciente de productos turísticos relacionados con la naturaleza y la cultura.</li> <li>• Existen organismos públicos y privados que aportan al desarrollo de proyectos de índole turístico.</li> <li>• Apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, asociaciones, (MAE, MINTUR, MIES, MAGAP, , Ministerio de Cultura, INPC), con apoyo técnico y financiero para la elaboración de programas y proyectos.</li> </ul>
<b>NEGATIVO</b>	<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>FACTORES EXTERNOS</b>
	<b><i>DEBILIDAD</i></b>	<b><i>AMENAZA</i></b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contaminación de los ríos con desechos de los hogares.</li> <li>• Perdida de zonas de bosque por actividades agropecuarias.</li> <li>• Escases de medios interpretativos, informativos, equipamiento y señal ética en los atractivos.</li> <li>• Carencia de un plan de desarrollo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos turísticos empaquetados y de mayor relevancia en los centros turísticos aledaños al cantón.</li> <li>• Falta de interés de Instituciones para el apoyo estratégico de proyectos de desarrollo en el cantón.</li> <li>• Escaso interés de las autoridades locales en el desarrollo turístico.</li> </ul>

	<p>turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escaso número de guías de turismo con licencia.</li> <li>• Escasa promoción y publicidad del cantón.</li> <li>• Escasa infraestructura básica..</li> </ul>	
--	---	--

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

## b. Matriz CPES

**Tabla N° 14** Matriz CPES

CAUSA	PROBLEMA	EFEECTO	SOLUCION
Falta de alcantarillado y sistema de recolección de desechos.	Contaminación de las fuentes hídricas con desechos de los hogares.	Ríos no aptos para el turismo, y muerte de fauna de los ríos.	Elaboración de un sistema de manejo de cuencas hídricas.
Avance de la frontera agrícola y pecuaria.	Perdida de zonas de bosque.	Extinción de especies de flora y fauna.	Regular y determinar la zonificación para áreas de cultivo. Plan de restauración forestal
Falta de proyectos de mejora y acondicionamiento de atractivos turísticos.	Escases de medios interpretativos, informativos, equipamiento y señal ética en los atractivos.	Pobre experiencia de los turistas al visitar los atractivos del cantón.	Plan de señalización turística.
Falta de personal técnico capacitado en el área de turismo.	Carencia de un plan de desarrollo turístico.	Servicios. Y productos turísticos de baja calidad.	Diseñar y ejecutar un plan de desarrollo turístico
Falta de proyectos de capacitación de guías de turismo.	Escaso número de guías de turismo con licencia.	Desconfianza en los turistas al tomar un tour. Poca oferta de actividades turísticas.	Proyectos de capacitación guías.
Falta de proyectos de promoción y marketing.	Escasa promoción y publicidad del Cantón.	Bajo nivel de afluencia turística.	Elaborar un plan de marketing turístico para el cantón Bucay.

Falta de apoyo e intervención de instituciones públicas o privadas en el cantón.	Deficiente infraestructura básica.	Poco desarrollo socioeconómico cantonal y baja calidad de vida de las personas.	Generar convenios entre GAD Bucay con instituciones que aporten al desarrollo turístico.
--	------------------------------------	---	--

**Fuente:** Ferrocarriles del Ecuador, 2015.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

### c. Identificación y priorización de nudos críticos.

Para la priorización de nudos críticos se aplicó la siguiente tabla de valores, donde se evidenció el grado de dificultad, impacto y duración de la siguiente manera:

**Tabla N° 15** Tabla de valores para la priorización de nudos críticos.

NUMERO	DIFICULTAD	IMPACTO	DURACIÓN
1	Bajo	Bajo	Corto plazo
2	Medio	Medio	Mediano plazo
3	Alto	Alto	Largo plazo

**Fuente:** Jara, J. 2011. ESPOCH. Practicas pre profesionales II.

Los criterios de valoración son:

#### a) Dificultad:

- Para 1 corresponde el criterio bajo, ya que el nudo critico correspondiente es de fácil solución.
- Para 2 corresponde el criterio medio, ya que para la solución de este nudo critico se necesita conocimientos técnicos básicos.
- Para 3 corresponde al criterio alto, ya que para la solución de este nudo crítico es necesario conocimientos técnicos y científicos.

#### b) Impacto:

- Para 1 corresponde el criterio bajo, ya que el nudo critico tiene un impacto relativamente significativo.
- Para 2 corresponde el criterio medio, ya este nudo critico afecta a la población local y causa daños considerables.

- Para 3 corresponde al criterio alto, ya que este nudo crítico, bien pudiera acabar con la actividad turística de la zona causando daños irreparables.

**c) Duración:**

- Para 1 corresponde el criterio corto plazo, ya que la solución puede ser inmediata, no más de un mes.
- Para 2 corresponde el criterio mediano plazo, ya que este nudo crítico se puede tardar meses en buscar una posible solución.
- Para 3 corresponde al criterio al largo plazo, ya que dar solución al nudo crítico, puede tardar más de un año y dependerá de terceros.

**Tabla N° 16** Matriz de identificación y priorización de nudos críticos.

NUDOS CRÍTICOS	CAUSA	EFECTO	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
			Durac	Impa c	Dificul t	TOT A
Escases de medios interpretativos, informativos, equipamiento y señal ética en los atractivos.	Limitada gestión para obtención de recursos para la implementación de facilidades, equipamiento, infraestructura y señalización.	Mala imagen de los atractivos y baja experiencia de la visita en los turistas.  Difícil identificación de los atractivos para los visitantes.	1	1	1	<b>8</b>
• Escasa promoción y publicidad del cantón Bucay.	Falta de plan de marketing turístico para el cantón Bucay.	Poco afluencia de turistas al cantón.	1	2	3	<b>6</b>
Carencia de un plan de desarrollo turístico	Deficiencia del municipio en personal técnico capacitado para la elaboración de planes turísticas.	Escasos productos turísticos y deficiencia en la calidad de servicios y atractivos turísticos.	2	2	3	<b>7</b>
• Escaso número de guías de turismo con licencia.	Escaso interés del Municipio en desarrollar proyectos de capacitación en servicios turísticos.	Los turistas se llevan una mala experiencia del destino.	2	2	2	<b>5</b>
Perdida de zonas de bosque.	Falta de control de las autoridades para hacer cumplir las zonas destinadas para la agricultura.	Extinción de fauna y pérdida de paisaje.	3	3	3	<b>9</b>



NUDOS CRÍTICOS	CAUSA	EFECTO	PRIORIZACIÓN DE NUDOS CRÍTICOS			
			Durac	Impa c	Dificul t	TOT A
• Contaminación de las fuentes hídricas.	Eliminación de los desechos de los hogares de forma directa a las fuentes hídricas.	Extinción de fauna acuática, ríos no aptos para la recreación.	3	3	3	<b>9</b>
• Deficiente infraestructura básica	• Carencia de convenios con institucionales que aporten al desarrollo turístico.	Baja calidad de vida de las personas.	3	2	2	<b>7</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

Una vez analizado la matriz para la valoración de debilidades y amenazas bajo los siguientes criterios de: duración, Impacto, y dificultad se llegó a definir como nudos críticos los siguientes aspectos que se los mencionan a continuación.

**Tabla N° 17** Nudos críticos.

NUMERO	Nudos críticos identificados	Valoración
<b>1</b>	Contaminación de las fuentes hídricas.	9
<b>2</b>	Perdida de las zonas de Bosque.	9
<b>3</b>	Deficiente infraestructura básica	7
<b>4</b>	Carencia de un plan de desarrollo turístico	7

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

#### d. Identificación de factores claves de éxito

**Tabla N° 18** Matriz de identificación de factores claves de éxito.

N°	FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PRIORIZACIÓN DE FACTORES CLAVES DE ÉXITO			
		CALIDAD	PRODUCTIVIDAD	COMPETITIVAD	TOTAL
F1	• Rehabilitación del ferrocarril	3	2	3	<b>8</b>
F2	• Apoyo en difusión y publicidad por parte del GAD Provincial del Guayas.	3	2	3	<b>6</b>
F3	• Pueblo completamente agricultor lo cual constituye en un gran potencial para el agroturismo.	3	3	3	<b>7</b>
F4	• Riqueza gastronómica y artesanal presente y en constante crecimiento.	3	3	1	<b>6</b>
F5	• Cercanía y fácil acceso desde Guayaquil.	3	2	3	<b>7</b>
F6	• La presencia de escenarios para la práctica de canyoning, rafting, cabalgatas, biking, y trekking.	3	2	3	<b>8</b>
F7	• Cercanía a atractivos turísticos de otros cantones y que tienen gran potencial turístico.	3	2	3	<b>7</b>
F8	• Creciente interés de la población en la actividad turística.				<b>5</b>
F9	El Cantón Cuenta con un departamento técnico de Turismo.				<b>8</b>
F10	Riqueza Natural abundante				

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

Una vez analizado la matriz para la valoración de fortalezas y oportunidades bajo los siguientes criterios de, calidad, productividad, y competitividad se llegó a definir como factores claves de éxito los siguientes aspectos que se los mencionan a continuación

**Tabla N° 19** Matriz de identificación de Factores Clave de éxito

NÚMERO	FACTORES CLAVE	VALORACIÓN
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rehabilitación del Tren de la Dulzura</li> </ul>	8
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>La presencia de Escenarios para la práctica de Canyoning, Rafting, Cabalgatas, Biking, y Trekking.</li> </ul>	8
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>El Cantón Cuenta con un departamento técnico de Turismo en el GAD Municipal.</li> </ul>	8
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cercanía y fácil acceso desde Guayaquil.</li> </ul>	7
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cercanía a atractivos turísticos de otros cantones y que tienen gran potencial turístico.</li> </ul>	7
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pueblo completamente agricultor lo cual constituye en un gran potencial para el agroturismo.</li> </ul>	7
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Riqueza Natural abundante (existen zonas que aún mantienen bosque nativo y existe un sin número de fuentes de agua)</li> </ul>	7

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

e. Identificación de alternativas o estrategias

Tabla N° 20 Matriz de identificación de alternativas o estrategias.

NUDOS CRITICOS	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	ACTOR COMPETENTE
Contaminación de las fuentes hídricas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de manejo de cuencas hídricas</li> <li>• Proyecto de concientización Ambiental a la población.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GAD cantonal de Bucay.</li> <li>- Gobierno Provincial del Guayas.</li> <li>- Ministerio del Ambiente.</li> <li>- Población local.</li> </ul>
Pérdida de las zonas de Bosque.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de concientización ambiental.</li> <li>• Proyecto para la zonificación y delimitación de zonas agrícolas y ganaderas.</li> <li>• Proyecto de reforestación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GAD cantonal de Bucay.</li> <li>- Gobierno Provincial del Guayas.</li> <li>- Ministerio del Ambiente.</li> <li>- Juntas Parroquiales.</li> <li>- Población local.</li> </ul>
Deficiente infraestructura básica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de gestión y dotación de alumbrado público en las zonas rurales.</li> <li>• Proyecto de gestión y mejoramiento de las vías de segundo y tercer orden de acceso hacia las zonas rurales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GAD cantonal de Bucay.</li> <li>• Gobierno Provincial del Guayas.</li> <li>• Juntas Parroquiales.</li> </ul>
Carencia de un plan de desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto de diseño y ejecución de un plan de desarrollo turístico cantonal.</li> <li>• Elaboración de un Plan de Marketing turístico cantonal.</li> <li>• Personal técnico dedicado al levantamiento, registro y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- GAD cantonal de Bucay.</li> <li>- MINTUR.</li> <li>- Gobierno Provincial del Guayas.</li> </ul>

NUDOS CRITICOS	ESTRATEGIAS DE CAMBIO	ACTOR COMPETENTE
	<p>análisis de la información relacionada con oferta y demanda.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Proyecto de capacitación en área operativa de servicios de hospedaje y alimentación.</li><li>• Proyecto de gestión y administración de empresas turísticas.</li></ul>	

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

**Tabla N° 21** Matriz de determinación de estrategias de consolidación

FACTORES CLAVE DE EXITO	ESTRATEGIAS DE CONSOLIDACION	ACTOR COMPETENTE
<b>Rehabilitación del Tren de la Dulzura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructuración de un producto integrador.</li> </ul>	-GAD del cantón Bucay. -MINTUR -FEEP.
<b>La presencia de escenarios para la práctica de canyoning, rafting, cabalgatas, biking, y trekking.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructuración de productos especializados.</li> <li>• La adecuación y equipamiento de los escenarios para la práctica de actividades deportivas y turísticas.</li> <li>• Capacitación de guías especializados.</li> </ul>	-MINTUR. - GAD del cantón Bucay. Gobierno Provincial del Guayas.
<b>El cantón cuenta con un departamento técnico de turismo en el GAD Municipal.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecimiento de una mesa de concertación de turismo cantonal.</li> <li>• Programas de vinculación de trabajo articulado entre los diferentes actores turísticos que permita la correcta estructuración de productos y estrategias de desarrollo turístico integral.</li> </ul>	-MINTUR. - GAD del cantón Bucay. - Gobierno Provincial del Guayas. - MAE. - MIES.

FACTORES CLAVE DE EXITO	ESTRATEGIAS DE CONSOLIDACION	ACTOR COMPETENTE
<b>Cercanía y fácil acceso desde Guayaquil.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la promoción y publicidad turística del cantón, tanto de rutas, circuitos y atractivos.</li> <li>• La correcta estructuración de productos acordes a la demanda potencial presente en las zonas turísticas cercanas.</li> <li>• Estructuración de un Plan de Marketing turístico cantonal. determinando oferta, demanda, y competencia.</li> <li>• Implementación de medios informativos y señal ética en las vías del cantón.</li> <li>• Mejoramiento de las condiciones de las vías de accesibilidad hacia los atractivos turísticos.</li> </ul>	-MINTUR. - GAD del cantón Bucay.. - Gobierno Provincial del Guayas. -MTOP.
<b>Cercanía con atractivos turísticos de otros cantones y que tienen gran potencial turístico.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de Guías que brinden información en los atractivos turísticos, y centros urbanos del cantón.</li> <li>• Establecimiento de productos integradores(corredores turísticos)</li> </ul>	- GAD del cantón Bucay. - GAD del cantón Cumanda -ESPOCH -MINTUR
<b>Pueblo completamente agricultor lo cual constituye en un gran potencial para el agroturismo.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en programas de gestión empresarial y fomento turístico a dueños de fincas.</li> <li>• Establecer y gestionar productos agro turísticos.</li> <li>• Establecer guiones turísticos y manuales de procesos.</li> </ul>	- GAD del cantón Bucay. -MAGAP -MINTUR
<b>Riqueza natural abundante</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar programas de aprovechamiento sostenible de recursos naturales.</li> <li>• Programas de protección ambiental</li> <li>• Planificación y gestión de productos eco turísticos en zonas protegidas.</li> </ul>	-GAD del cantón Bucay. -MINTUR. - MAE - Gobierno Provincial del Guayas.

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

**B. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL Y TECNICA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL CANTON BUCAY.**

**1. Análisis del mercado**

**a. Análisis de la oferta**

El análisis de la oferta turística se efectúa en base a sus dos componentes que son:

**1) Análisis de la oferta turística actual**

**a) Atractivos**

**Tabla N° 22** Atractivos turísticos del cantón Bucay.

N°	ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	Jerarquía	DESCRIPCIÓN
1	Balneario de Agua Clara	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Pozo	I	Balneario en el que los turistas acuden a bañarse, se encuentra cerca de la cabecera cantonal.
2	Bosque Húmedo de la Esperanza	Sitio Natural	Bosque	Bosque Húmedo Subtropical Occidental	II	Bosque que alberga gran cantidad de especies de flora y de fauna, además contiene Cascada Gallo de la Peña.
3	Río Chimbo	Sitio Natural	Río	Raudal	I	Este río divide a los cantones Bucay y Cumandá, en su recorrido se pueden observar variados paisajes y su caudal es apto para realizar tubing y rafting.
4	Cascada Piedra Blanca	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Esta cascada tiene una altura de 90m, en esta se puede realizar excursiones y vistas.



5	Cascadas Chorrera del Amor	Sitio Natural	Río	Cascada	II	Esta Cascada tiene una altura de 30m, se encuentra junto a la Cascada Piedra Blanca y es apta para realizar Canyoning.
6	Río San Antonio	Sitio Natural	Río	Raudal	I	Posee aguas cristalinas que bajan desde la parte alta de las montañas, acuden a bañarse personas locales.
7	Cascada Gallo de la Peña	Sitio Natural	Río	Cascada	II	En esta cascada se puede realizar Excursiones y vistas, y su altura es de 60m aproximadamente.
8	Río Limón	Sitio Natural	Río	Raudal	I	Este río posee aguas cristalinas y es un lugar al que acuden bañistas locales.
9	Balneario El Chagüe	Sitio Natural	Río	Riachuelo	I	Sus aguas son cristalinas y muy concurridas por bañistas locales en todas las épocas del año.
10	Malecón del Río Chimbo	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnico científicas	Obras Técnicas	I	Posee áreas de recreación y se ubica paralelo al río Chimbo.
11	Finca la Victoria	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Agroturismo	I	Posee búfalos y vacas para ordeño, aquí también se aprende la elaboración de queso artesanal.
12	Tren de la Dulzura	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas Científicas y Culturales	Obras de Ingeniería	III	Es el único tren de la costa Ecuatoriana y recorre el tramo Duran-Bucay.
13	Trapiche artesanal	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Trapiche	I	Se ubica en el recinto la Esperanza, y permite a las personas moler la caña y sacar el jugo de manera artesanal.

Elaborado por: Wilson González, 2015.

**Tabla N° 23** Resumen de los atractivos turísticos del cantón Bucay.

CATEGORIA	JERARQUIA	N°	Porcentaje
Sitio Natural	II	4	31%
	I	5	38%
Manifestación Cultural	III	1	8%
	I	3	23%
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

Bucay presenta 13 atractivos entre naturales y culturales. 1 es de jerarquía III con el 8%, 4 atractivos de jerarquía II que representan el 31%, y 8 de jerarquía I que representan el 61%.

En jerarquía III se encuentra el Tren de la Dulzura, de jerarquía II: las cascadas de Piedra Blanca y Chorrera del Amor, el Bosque la Esperanza, la cascada Gallo de la Peña. Los atractivos que poseen Jerarquía I están: los ríos San Antonio, Chimbo y Limón, Balneario el Chague, Malecón de Bucay, las Finca la Victoria y el Trapiche artesanal.

## b) Hospedaje

Tabla N° 24 Establecimientos hoteleros del cantón Bucay

No.	Nombre del establecimiento	Dirección	Teléfono	Representante	Servicios	N° habitaciones	N° Plazas	Precio
1	Hotel california	Av. Raúl Banderas	2727766 2727271	Rut Granizo Tufiño	Hospedaje, alimentación	11	38	15.00
2	Hotel el Rey	Calles 9 de octubre y calle ferroviaria	2727247	María Calvopiña	Hospedaje, Alimentación	17	33	15.00
3	Hotel Central 1	Av. Eloy Alfaro y 19 de Agosto	2727594	Coronel Joaquín Alberto	Hospedaje, Alimentación	20	26	12.00
4	Hotel Central 2	Av. Paquisha y la calle 19 de agosto 28-24	2727766	Coronel Joaquín Alberto	Hospedaje	18	21	12.00
5	Hostería Casa de Piedra	Recinto El Limón, a un costado de la Vía El Limón	099988206	Roberto Bustamante	Hospedaje, Alimentación, esparcimiento y turismo	5	20	12.00
6	Hotel Andersen	Av. Eloy Alfaro y Emilio Quiroga	2728200	Carme Vicuña	Hospedaje	12	38	20.00
7	Hotel Magus	Sargento 6 y Ferroviaria esquina	2728386	Gustavo Urgiles García	Hospedaje	7	15	12.00
9	Hotel Sao Paulo	Calle ferroviaria y 9 Octubre	0989109921	Paulo Granizo	Hospedaje	12	30	15.00
<b>TOTAL PLAZAS</b>							221	

**Fuente:** Departamento de turismo del cantón Bucay

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

Bucay cuenta con 9 establecimientos hoteleros con una capacidad instalada de 221 plazas disponibles en hosterías y hoteles, más del 50% se encuentran en el centro cantonal.

## c) Alimentación

Tabla N° 25 Establecimientos de Alimentación del cantón Bucay.

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CATEGORIA	MESAS	PLAZAS
1	Restaurante del Tren	Av. Eloy Alfaro y 9 de Octubre	0985958036	Primera	25	100
2	Restaurante Delicias del mar	Eloy Alfaro y 10 de agosto	2727313	Tercera	10	40
3	Comedor Maykel	Sargento 6 y Av. Paquisha	90954140	Tercera	4	16
4	Restaurante La Puntilla	Av. Raúl Banderas	2727777	Cuarta	3	12
5	Las ricuras de doña Paty	Santa Rosa de Agua Clara	2728098	Cuarta	4	16
6	Lucia Balseca de Coronel	Av. Raúl Banderas	2727854	Cuarta	5	20
7	Picantería "Angelita"	9 de Octubre	2727218	Tercera	7	28
8	Picantería Jalile	Eloy Alfaro y 19 de agosto	88224796	Tercera	6	24
9	La estación "Disco"	9 de Octubre y Eloy Alfaro	81263017	Cuarta	3	12
10	Restaurante Nina Estefanía	Eloy Alfaro y 17 de septiembre	090168738	Tercera	5	20
11	Restaurante El dolarazo	Av. Sargento 6	2728178	Cuarta	6	24
12	Sin Nombre	Moya Raúl y Eloy Alfaro	727854	Cuarta	3	12
13	Asadero Normita	Av. Sargento 6 y Eloy Alfaro	2727276	Tercera	6	24
14	La barca Picantería	Eloy Alfaro 273 y 19 de Agosto	272773	Tercera	3	12
15	Asadero El Manaba	Sargento 6 y Av. Paquisha	80213941	Tercera	8	32
16	Restaurante Don Quijote	Av. Eloy Alfaro	2727057	Tercera	9	36
17	Billares La estación	9 de Octubre y Eloy Alfaro	94756620	Cuarta	2	8
18	Restaurante Cabañas de Papo	km. 92 vía Naranjito- Bucay	098156579	Tercera	18	72
19	Restaurante El Chamizar	Av. Raúl Banderas	2727520	Tercera	10	40
20	Soda Bar Barcelona	Av. Mayor Raúl Banderas	727440	Cuarta	4	16
21	El más Querido	Eloy Alfaro y 19 de agosto		Cuarta	3	12
22	Restaurante Nina Adrianita	Eloy Alfaro y las calles 19 de Agosto	2727696	Cuarta	4	16
23	Restaurante Menestras de Sully	Av. García Moreno Sur	094253577	Cuarta	2	8

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CATEGORIA	MESAS	PLAZAS
24	El Pirata	García Moreno Sur entre esmeralda y Zamora	2727409	Tercera	4	16
25	Restaurante Chifa Prospero	Av. García Moreno Sur	2727028	Tercera	12	48
<b>TOTAL</b>					<b>166</b>	<b>664</b>

**Fuente:** Departamento de turismo del cantón Bucay

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

El cantón Bucay presenta 25 establecimientos de alimentación con un total de 664 plazas, brindan desde un menú tradicional como tilapia asada, caldo de gallina criolla, como también platos a la carta y almuerzos.

#### d) Fuentes de Soda y Bares.

**Tabla N° 26** Establecimientos de Bares y Fuentes de soda del cantón Bucay.

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	CONTACTO	REPRESENTANTE
<b>FUENTES DE SODA</b>				
1	Café del Tren	Av. Eloy Alfaro y 9 de Octubre	0985958036	José Guerrero
2	Heladería La Estación de comida rápida	Av. Raúl Banderas	2727721	Jimena Jara
3	Sin Nombre	19 de agosto y 5 de junio	0985650325	Rosa Valverde
4	Estefanía	Av. Sargento 6	0984123244	Estefany Aldaz
5	Heladería Topsis	Av. García Moreno Sur	2727455	Luz América Encalada
6	Bar Tip Top	García Moreno Sur y Catani	0989294628	María Chávez
<b>BARES</b>				
1	Disco Bar Anos 70	Cdla. Teresita "en la vía Bucay, naranjito Km 92"	0982892091	Milton Bunay
2	Bar Raíces	Calles 9 de octubre	2727687	Gracia Jorge Enrique
3	Disco – Bar Blue	Calles Córdova y Av. Raúl Banderas	2727567	Hurtado Silva David
4	Bar "Santo Pecado"	Av. Raúl Banderas	2727123	Muñoz Silva Mayra

**Fuente:** Inventario de la planta turística del cantón (Unidad de Turismo).

**Elaborado por:** Wilson González, 2015.

## e) Guianza.

Tabla N° 27 Guías que operan en el cantón Bucay.

N°	NOMBRE	TIPO DE GUIA	CONTACTOS	OBSERVACIONES
1	Roberto Bustamante	Nacional / Con licencia	0994473558	Actividades de aventura, recorridos ecoturísticos
2	Federico Calle	Nativo / Sin licencia	0939861636	Guianza en la comunidad Shuar
3	Pablo Villamarín	Nativo / Sin licencia	0986110189	Recorridos ecoturísticos, e interpretación trapiche.
4	Luis Yánez	Nativo/ Sin licencia	0984976423	Turismo de aventura, recorridos ecoturísticos
5	Juan Pérez	Nacional/ Con licencia	0993035302	Actividades de aventura, recorridos ecoturísticos

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

## 2) Análisis de la oferta sustitutiva

Se ha considerado al cantón Cumandá como la oferta sustitutiva debido a la cercanía y fácil accesibilidad que existe con el cantón Bucay.

**Tabla N° 28** Atractivos del cantón Cumandá

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	DESCRIPCION
01	Cascada el Encanto de la Princesa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Se encuentra dentro del recinto Guagal, sus características permiten que sea ideal para la recreación.
02	Cascada Paila de Oro	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Ubicado junto a la cascada Encanto de la Princesa, en el recinto Guagal, apto para baños y fotografías.
03	Cascada La Chorrera de Diablo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Atractivo de 30m de altura, ideal para la práctica de deportes extremos canyoning
04	Cascada Chilicay	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Cascadas de 30m de altura para toma de fotografías.
05	Río Chanchán	Sitio Natural	Ríos	Rápidos	II	Forma parte de la Historia del Ferrocarril, es un río con caudal estacionario.
06	Río San Pablo	Sitio Natural	Ríos	Moderado	I	Río de agua cristalina, ideal para tomar baños relajantes.
07	Laguna Encantada de Santa Rosa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	I	Se ubica a 30min de la cabecera cantonal, es una laguna que se forma en época de invierno.
08	Bosque de Santa Rosa de Suncamal	Sitios Naturales	Bosques	Bosque Húmedo Nublado	I	Se ubica a 25min de la cabecera cantonal y por su abundancia en flora y fauna es posible realizar, observación de especies de flora, fauna.
9	Bosque el Nogalero	Sitio Natural	Bosques	Bosque semihúmedo	I	Este bosque posee gran cantidad de especies arbóreas de nogal, lo que hace que sea un lugar ideal para el senderismo.
10	Bosque Protector	Sitio Natural	Área	Bosque	II	Se ubica aproximadamente a 2 horas de la

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	DESCRIPCION
	Chilicay Manuelita		Protegida	Protector		cabecera catonal, posee variedad de especies de aves, y exuberante flora.
11	El Sepulcro	Sitio Natural	Fenómeno Geológico	Escarpa de falla	I	
12	Mirador Llalla Cocha	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I	Se ubica en la comunidad de Copalillo, desde aquí se puede observar el recorrido del río Chimbo en su paso hacia Guayaquil.
13	Piedras Talladas (Hcda Polibio Paredes)	Manifestaciones culturales	Histórico	Petroglifos	I	Desde este lugar se puede observar un hermoso paisaje y escuchar el cauce del río Blanco que se encuentra cerca.
14	Paradero de venta de Frutas y Licores	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Gastronomía	I	Se ubica a un costado de la vía principal, se puede encontrar gran variedad de frutas de clima tropical.
15	Caminos Antiguos de Herradura Guagal	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	I	Se ubica en la parte Nor este del recinto Guagal, en su recorrido se puede disfrutar de paisajes maravillosos.
16	Ruta del contrabandista	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura Civil	II	Se ubica a lo largo del recinto Guagal, y fue un sitio de paso del trago de contrabando.
17	Complejo Turístico Arco de Piedra	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	Este complejo se ubica en el recinto la Victoria, por sus instalaciones es ideal para la recepción.
18	Túnel de los murciélagos	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura civil	II	Este túnel forma parte de la antigua represa de Mayahuan, y en sus interior se pueden observar variedad de murciélagos.
19	Represa Mayahuan	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas, científicas	Obras técnicas	I	Forma parte de los vestigios de la primera represa Hidroeléctrica del país. Se observa el canal o conducto de agua de km de largo.
20	Hacienda San Francisco	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	II	Esta hacienda posee áreas de producción de banano, ganado y áreas de bosque, es un sitio ideal para la recreación turística.
21	Hacienda Surucay	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	II	En esta hacienda es posible realizar actividades relacionadas con el ecoturismo.
22	Hacienda San Ramón	Manifestaciones	Arquitectura	Hacienda	II	Se encuentra ubicada en el recinto Buenos



N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	DESCRIPCION
		Culturales	y Espacios Urbanos			Aires, se puede realizar recorrido por las plantaciones de banano y cacao, visita al serpentario.
23	Fábrica de Lácteos Valle Hermoso	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Fábrica de Lácteos	II	Se ubica en el recinto Suncamal y se realiza observación del proceso de producción de quesos
24	Bio- caña	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Fábrica de Panela	II	Se ubica en el recinto Suncamal, observación del proceso de la elaboración de panela y azúcar morena desde el corte de la caña.
25	Trapiche rudimentario San Vicente	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Trapiche	II	Se ubica en el recinto Suncamal, demostraciones de la elaboración de la panela y del trago
26	Iglesia de Suncamal	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia	II	Se encuentra ubicada en el centro del recinto, y su arquitectura es hecha en madera.
27	Casa antigua de Suncamal	Manifestaciones Culturales	Histórico	Edificaciones (casa)	I	Casa de material autoctono, bambu y adobe, la propietaria da a conocer la historia del recinto Suncamal

**Fuente:** Evaluación de potencial turístico.

**Elaborado por:** Doris Villalva Bustamante

**Tabla N° 29** Establecimientos hoteleros del cantón Cumandá.

No.	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	REPRESENTANTE	SERVICIOS	N° HABITACIONES	N° PLAZAS	Precio	
1	Metrópolis Grand Hotel	Calle 9 de Octubre y 5 de Junio	032326721	Aníbal Guailasaca	Hospedaje, alimentación	19	44	10.00	
2	Hostería Olympus	Vía Cumandá- Rcto. Cascajal km. 6	2728007	Briorita Argudo	Hospedaje, Alimentación Esparcimiento	8	15	15.00	
3	Hostería La Playita	Vía Cumandá- Rcto. Buenos Aires km 4 1/2	097295191	Claudio Peralta	Hospedaje, Alimentación Esparcimiento	7	18	12.00	
4	Hotel Florida	Juan Montalvo y Malecón	2727608	Juan Flores Lema	Hospedaje	7	10	10.00	
5	Juan Flores	Avenida de los Puentes	-----	Juan Flores Lema	Hospedaje,		12	8.00	
6	Hosteria Luis Antonio	Recinto Suncamal	2835730	Víctor García	Hospedaje, Alimentación Esparcimiento	9	30	25.00	
7	Hosteria Suncamal	Recinto Suncamal	0984976423	Luis Yánez	Hospedaje, alimentación Recreación	6	18	15.00	
	<b>TOTAL PLAZAS</b>							167	

Fuente: Departamento turismo Cumanda

Elaborado por: Wilson González, 2015.

**a) Análisis de la oferta sustitutiva**

Se ha considerado al cantón Cumandá como la oferta sustitutiva debido a la cercanía y fácil accesibilidad que existe con el cantón Bucay:

Cumandá cuenta con 27 atractivos entre naturales y culturales, 12 atractivos tienen jerarquía II, lo que representa un 44% del total, y 15 atractivos que se encuentran en jerarquía I, representa el 56% del total. Es importante mencionar que el inventario de los atractivos ha sido facilitado por el municipio de Cumandá 2015”.

El cantón Cumandá presenta una planta hotelera con una capacidad instalada de 167 plazas, que se distribuyen principalmente en hosterías, la planta hotelera se ubica en su mayoría en los recintos del cantón, entre los servicios adicionales se encuentran la alimentación, y servicios adicionales de recreación, como recorridos turísticos y piscinas.

La capacidad instalada la categoría de primera es de 30 plazas disponibles en la hostería Luis Antonio, mientras la capacidad instalada de segunda categoría es 15 plazas disponibles en la hostería Olimpus, y la capacidad instalada restante es de 122 plazas disponibles en tercera categoría.

## b. Análisis de la demanda.

### 1) Tabulación de encuestas

#### a) Turistas nacionales.

- **Género de los turistas Nacionales.**

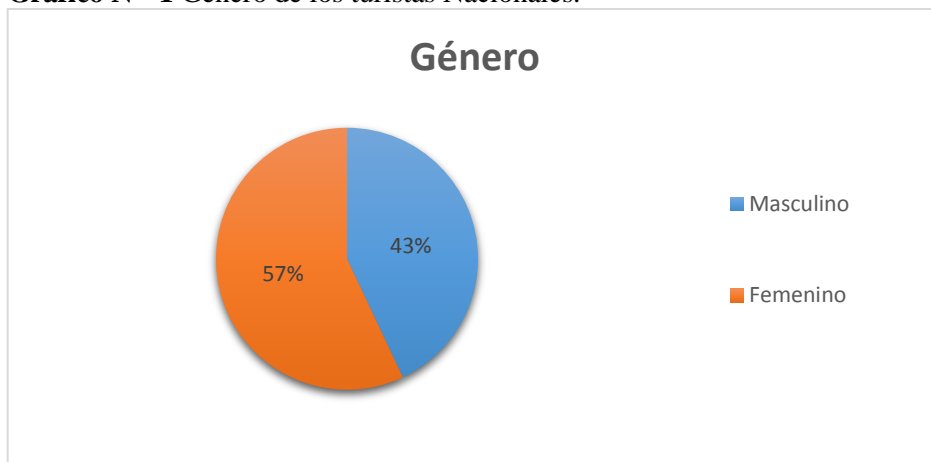
**Tabla N° 30** Género de los turistas nacionales.

GÉNERO	FRECUENCIA	%
Masculino	145	43
Femenino	193	57
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 1** Género de los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El 57% de turistas pertenece al género femenino, mientras que el 43% restante es de género masculino, así es recomendable considerar este aspecto para el establecimiento del producto.

- **Edad de los turistas Nacionales.**

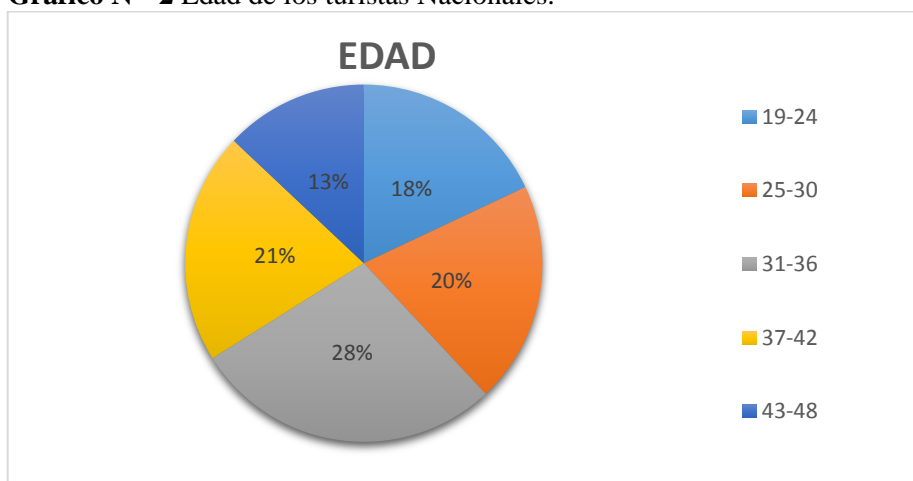
**Tabla N° 31** Edad de los turistas Nacionales.

EDAD(años)	FRECUENCIA	%
19-24	61	18
25-30	68	20
31-36	95	28
37-42	71	21
43-48	44	13
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 2** Edad de los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

La edad de los encuestados de 31-36 años comprende 28%, de 37-42 con un 21% y de 25-30 años con un 19%.

- **Procedencia de los turistas Nacionales**

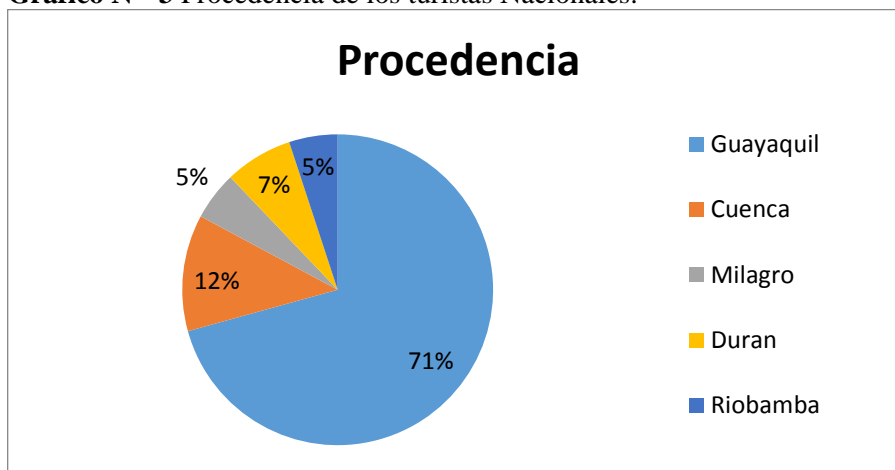
**Tabla N° 32** Procedencia de los turistas Nacionales.

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	%
Guayaquil	237	70
Cuenca	41	12
Milagro	17	5
Duran	24	7
Riobamba	17	5
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 3** Procedencia de los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

En la variable de procedencia de los turistas, el más representativo con 71% proceden de la ciudad de Guayaquil, mientras que el 12 % de la ciudad de Cuenca, en menor porcentaje; de las ciudades de Riobamba, Duran, y Milagro. Así se obtiene una visión del nivel de importancia que se debe aplicar a la promoción y publicidad en cada una de estas ciudades.

- **Acompañamiento**

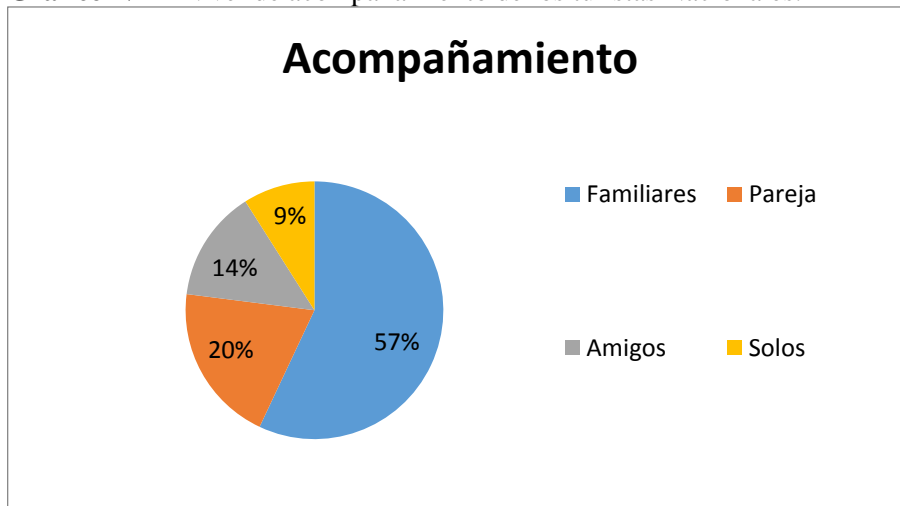
**Tabla N° 33** Nivel de acompañamiento de los turistas Nacionales.

ACOMPañAMIENTO	FRECUENCIA	%
Familiares	193	57
Pareja	68	20
Amigos	47	14
Solos	30	9
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 4** Nivel de acompañamiento de los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El de mayor porcentaje es de las personas que viajan con familiares con un 57%, viajan en pareja 20%, viajan con amigos 14%, viajan solos 9%. Es relevante el indicador de las personas que viajan en familia al cual debería darse real importancia al momento de realizar el empaquetamiento de productos turísticos, aunque sin descuidar los que viajan en pareja, con amigos y, solos.

- **Motivo de viaje**

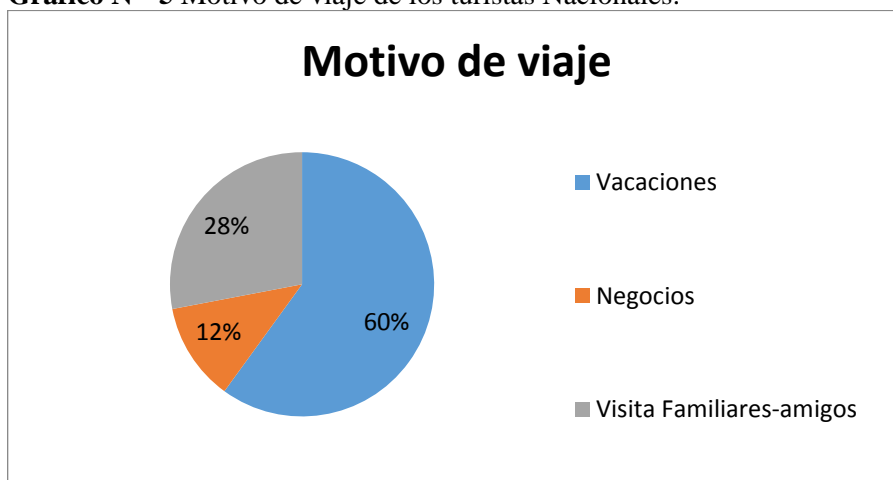
**Tabla N° 34** Motivo de viaje de los turistas Nacionales

MOTIVO DE VIAJE	FRECUENCIA	%
Vacaciones	203	60
Negocios	41	12
Visita Familiares-amigos	95	28
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 5** Motivo de viaje de los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El principal motivo de viaje es por vacaciones con un 60%, visita a amigos y familiares 28%, y negocios 12%. De esta manera las actividades que estén relacionadas con el producto deben ir enfocadas a las personas que viajan por vacaciones con mayor relevancia en las actividades y servicios, sin descuidar los demás segmentos que viajan por visita a familiares y por negocios.



- **Se informan**

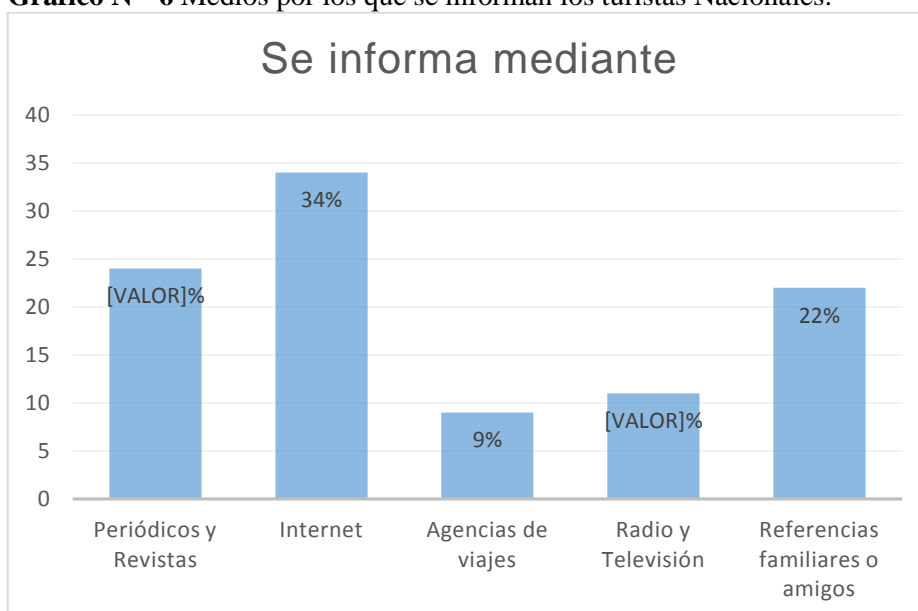
**Tabla N° 35** Medio por los que se informan los turistas Nacionales.

Se Informan	FRECUENCIA	%
Periódicos y Revistas	81	24
Internet	115	34
Agencias de viajes	30	9
Radio y Televisión	37	11
Referencias familiares o amigos	74	22
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 6** Medios por los que se informan los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El medio por el cual se informan es en su mayoría es el internet con el 34%, periódicos y revistas el 24%, es también relevante las referencias de amigos y familiares con el 22%, radio y televisión y agencias de viajes son también utilizados por los encuestados, aunque en menor medida, así se puede deducir que el internet es el medio que se debería utilizar para llegar a las personas que interesa captar, sin dejar de lado los medios impresos, televisión y radio.

- **Tiempo de permanencia**

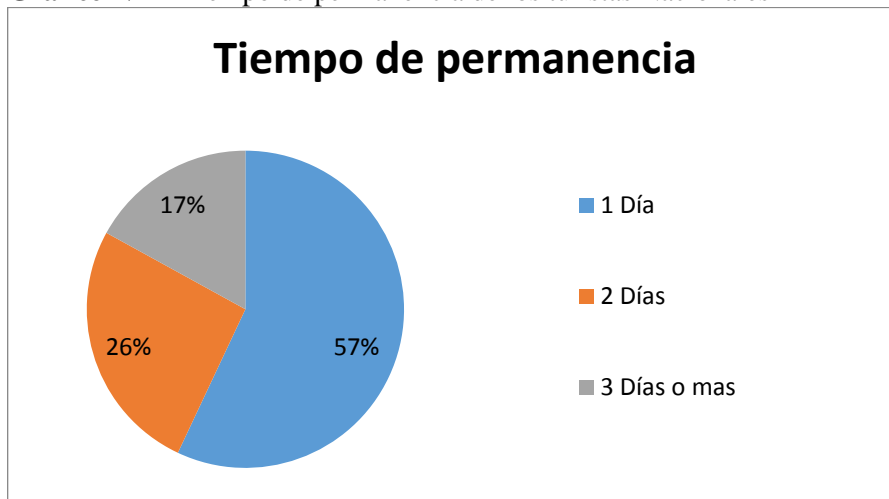
**Tabla N° 36** Tiempo de Permanencia de los turistas Nacionales.

TIEMPO PERMANENCIA	FRECUENCIA	%
1 Día	193	57
2 Días	88	26
3 Días o mas	57	17
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 7** Tiempo de permanencia de los turistas Nacionales



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El tiempo de permanencia de las personas encuestadas es de 1 día con el 57%, 2 días con 26% y de 3 o más días con el 17%, así las duraciones de los productos a desarrollarse deberán considerar el tiempo de permanencia que prefieren los turistas siendo así de 1 y 2 días los de mayor relevancia.

- **Servicios**

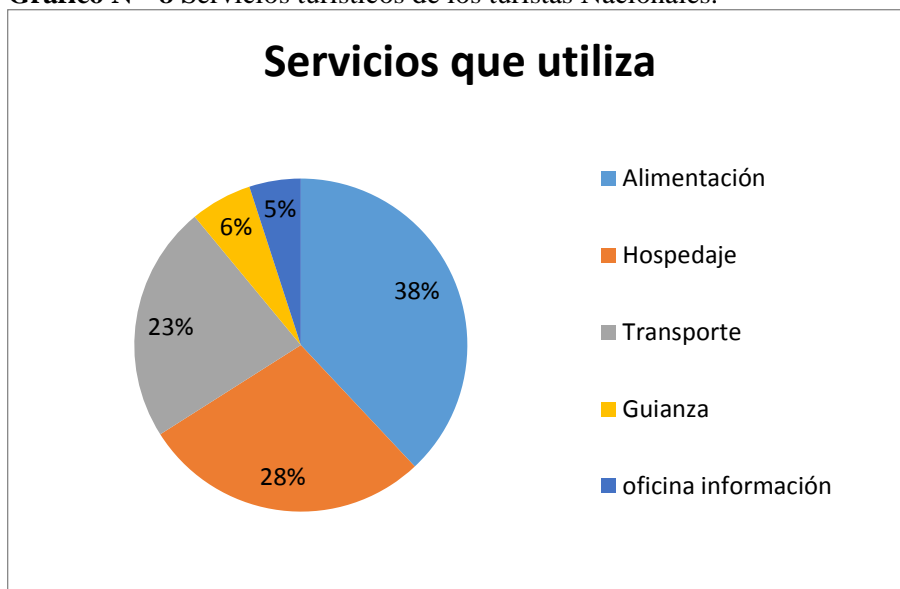
**Tabla N° 37** Servicios turísticos de los turistas Nacionales.

Servicios	FRECUENCIA	%
Alimentación	128	38
Hospedaje	95	28
Transporte	78	23
Guianza	20	6
oficina información	17	5
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 8** Servicios turísticos de los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

Los servicios que mayor relevancia de uso en los encuestados están: alimentación 38%, el hospedaje 28%, transporte 23%, oficina de información y guianza en menor relevancia. Así los servicios que mayor atención se deberá tener al momento del empaquetamiento de productos sería; la alimentación el hospedaje y el transporte respectivamente.

- **Gasto por día**

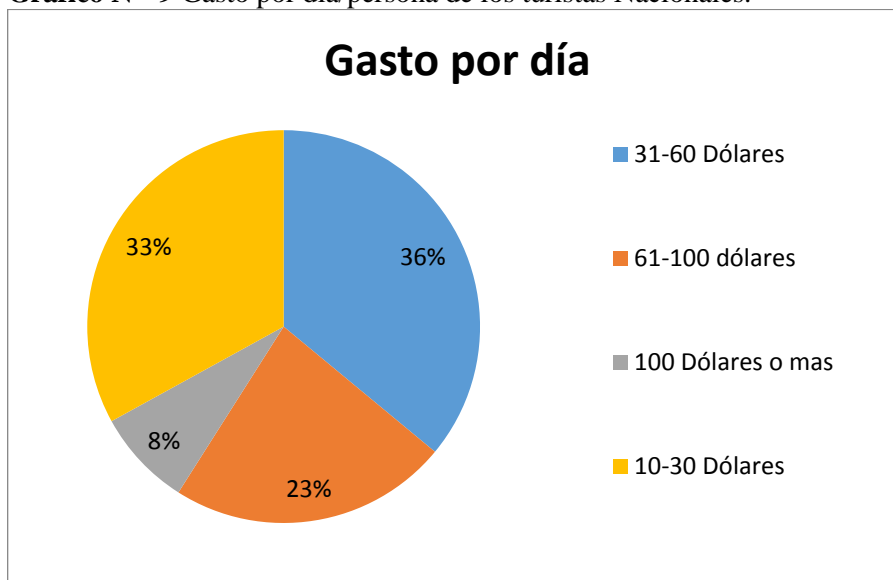
**Tabla N° 38** Gasto por día / por persona de los turistas Nacionales.

Gasta por día	FRECUENCIA	%
10-30 Dólares	112	33
61-100 dólares	78	23
100 Dólares o mas	27	8
31-60 Dólares	122	36
TOTAL	338	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 9** Gasto por día/persona de los turistas Nacionales.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El gasto por día de los turistas potenciales es de 31-60 dólares con 36%, muy cerca con 33% están los turistas que gastan de 10-30 dólares. Así se puede establecer el precio de las actividades, y servicios, así como también el tamaño de la cadena de valor y el precio total del producto el cual podrá ser establecido por un rango de precio de 31-60 dólares por día.

- **Contratarían un tour en Bucay**

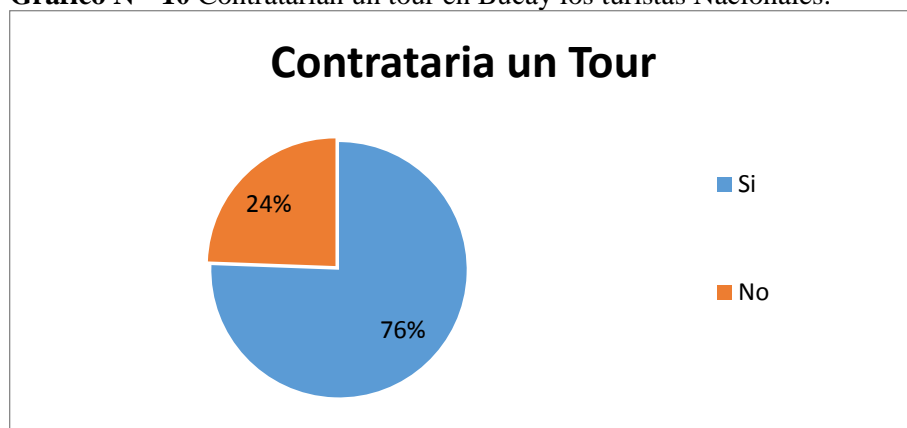
**Tabla N° 39** Contratarían un tour en Bucay los turistas Nacionales.

Contrataría un tour en Bucay	FRECUENCIA	%
Si	257	76
No	81	24
TOTAL	338	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 10** Contratarían un tour en Bucay los turistas Nacionales.



Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

El 76% de las personas encuestadas si contratarían un tour en el cantón Bucay, mientras que el 28% manifestaron que no deseaban hacer un tour por el cantón Bucay. Lo cual se establece que, al realizar un producto en este sector, existiría aceptación por parte de los turistas potenciales a captar.

- **Actividades que desean**

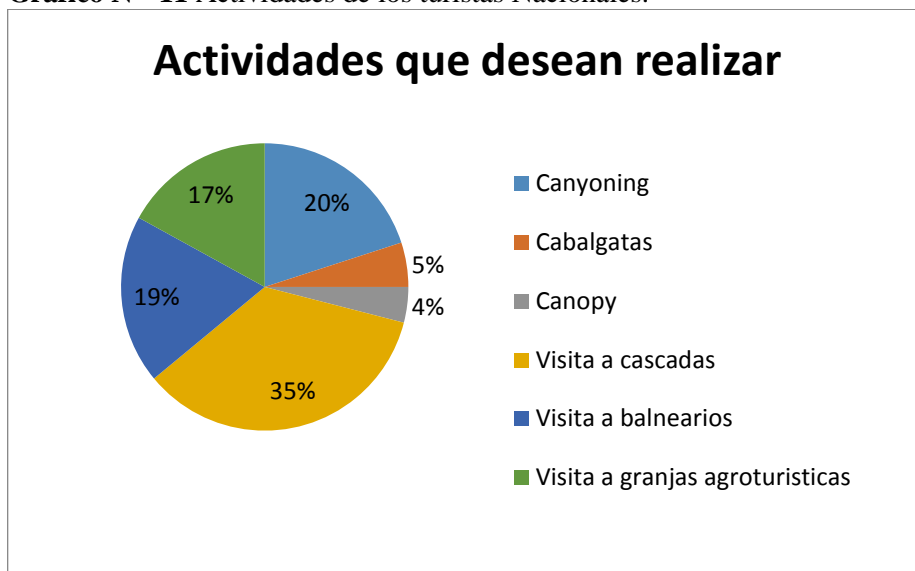
**Tabla N° 40** Actividades de los turistas Nacionales.

Actividad desean	FRECUENCIA	%
Canyoning	68	20
Cabalgatas	17	5
Canopy	14	4
Visita a cascadas	118	35
Visita a balnearios	64	19
Visita a granjas agroturisticas	57	17
<b>TOTAL</b>	<b>338</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 11** Actividades de los turistas Nacionales.



Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

Entre las principales actividades que desean realizar están, visita a cascadas 35%, Canyoning 20%, visita a balnearios 19%, visita a granjas agroturísticas 17%, canopy y cabalgatas las de menor puntuación.

- **Organizan sus viajes**

**Tabla N° 41** Organizan sus Viajes los turistas Nacionales.

Organizan sus viajes	FRECUENCIA	%
Agencias de viajes	88	26
Independiente	250	74
TOTAL	338	100

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 12** Organizan sus viajes los turistas Nacionales.



Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

El 74% organizan sus viajes de manera independiente, mientras que el 26 % mediante agencias de viajes, esto permite establecer los canales de distribución y estrategias de comercialización que se deberá tomar para poder llegar a una mayor cantidad de personas, estrategias como la comercialización directa.

## b) Turistas Extranjeros

- **Género**

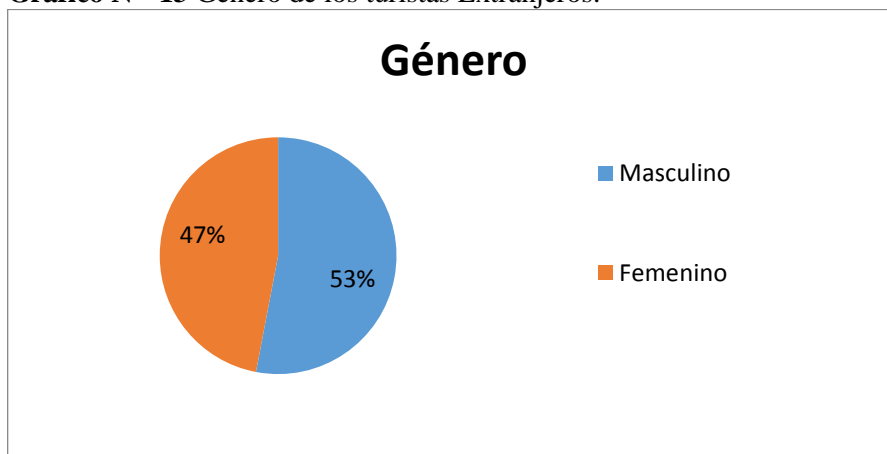
**Tabla N° 42** Género de los turistas Extranjeros

<b>GÉNERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Masculino	20	53
Femenino	18	47
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 13** Género de los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El 53% de turistas pertenece al género masculino, mientras que el 47% restante es de género femenino, es importante este dato para determinar las características del producto.



- **Edad**

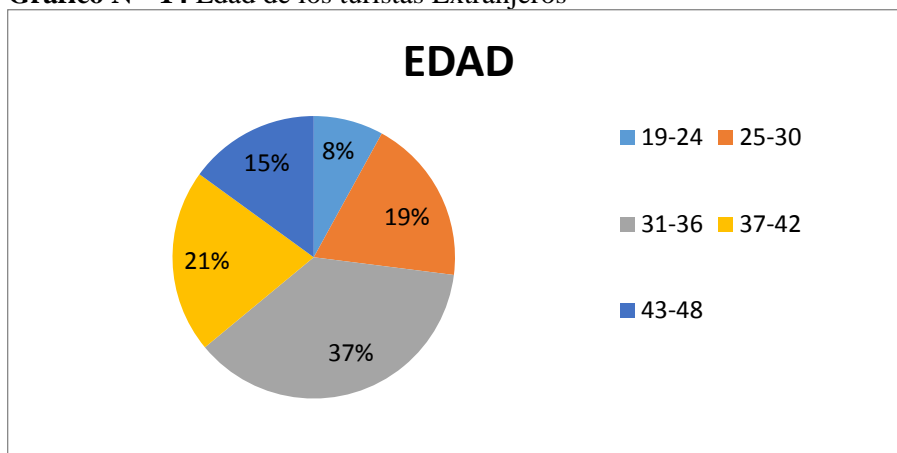
**Tabla N° 43** Edad de los turistas Extranjeros.

EDAD(años)	FRECUENCIA	%
19-24	3	8
25-30	7	19
31-36	14	37
37-42	8	21
43-48	6	15
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 14** Edad de los turistas Extranjeros



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

La edad de los encuestados es de 31-36 años comprende 37%, de 37-42 con un 21% y de 25-30 años con un 19%.

- **Procedencia**

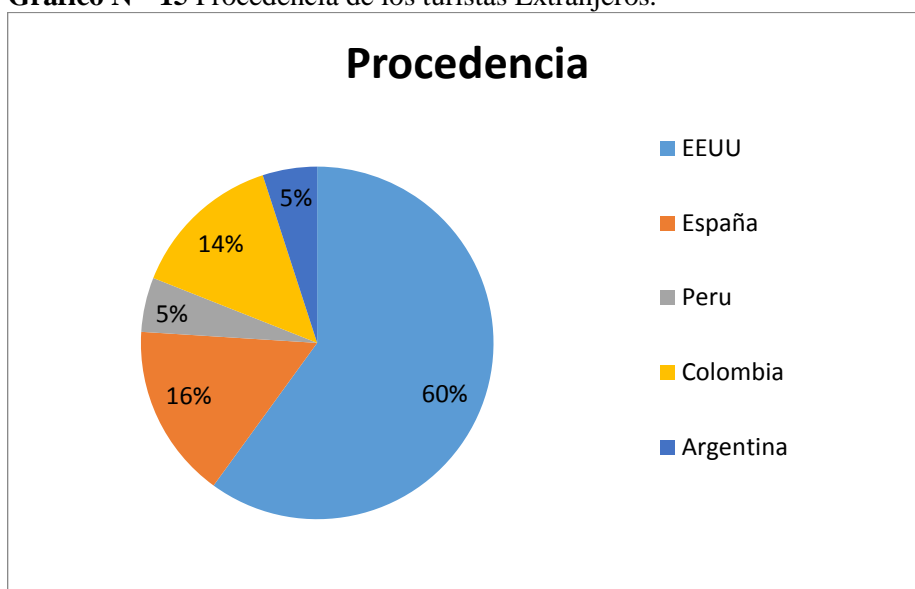
**Tabla N° 44** Procedencia de los turistas Extranjeros.

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	%
EEUU	23	60
España	6	16
Perú	2	5
Colombia	5	14
Argentina	2	5
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 15** Procedencia de los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

En la variable de procedencia de los turistas extranjeros, el más representativo con 60% proceden de EEUU, mientras que el 16 % de España, en menor porcentaje; de Colombia, Argentina y Perú.

- **Acompañamiento.**

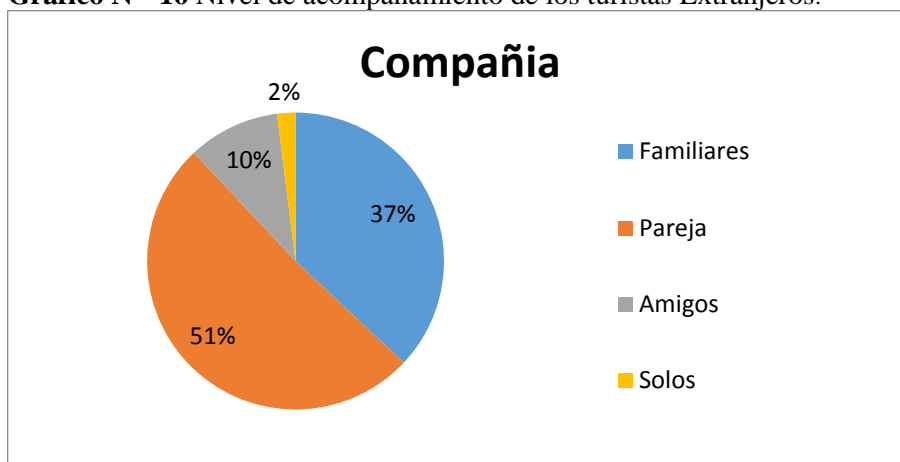
**Tabla N° 45** Nivel de acompañamiento de los turistas Extranjeros.

ACOMPañAMIENTO	FRECUENCIA	%
Familiares	14	37
Pareja	19	51
Amigos	4	10
Solos	1	2
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Gráfico N° 16** Nivel de acompañamiento de los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El de mayor porcentaje es de los turistas extranjeros que viajan en pareja con 51%, viajan en familia 37%, viajan con amigos 10%, viajan solos 2%. Es relevante el indicador de las personas que viajan en pareja y familia los cuales debería darse real importancia al momento de realizar el empaquetamiento de productos turísticos.

- **Motivo de viaje**

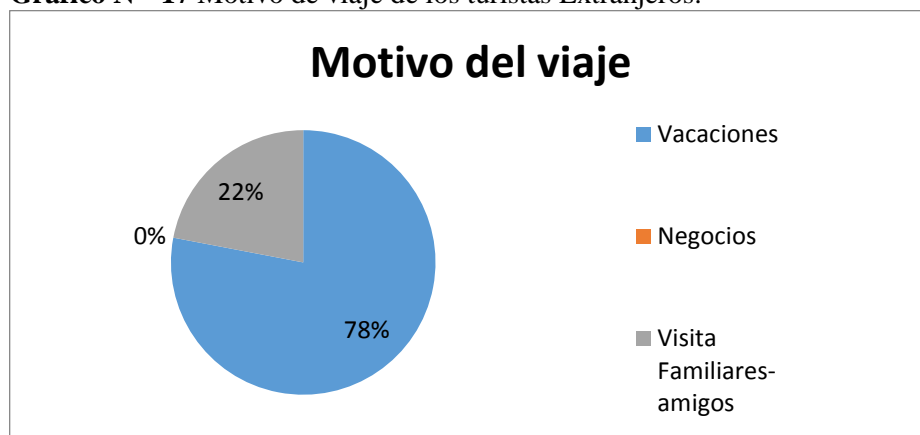
**Tabla N° 46** Motivo de viaje de los turistas Extranjeros

MOTIVO DE VIAJE	FRECUENCIA	%
Vacaciones	30	78
Negocios	0	0
Visita Familiares-amigos	8	22
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 17** Motivo de viaje de los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El principal motivo de viaje es por vacaciones con un 78%, visita a amigos y familiares 22%. De esta manera las actividades que estén relacionadas con el producto deben ir enfocadas a las personas que viajan por vacaciones con mayor relevancia en las actividades y servicios.

- **Se informan**

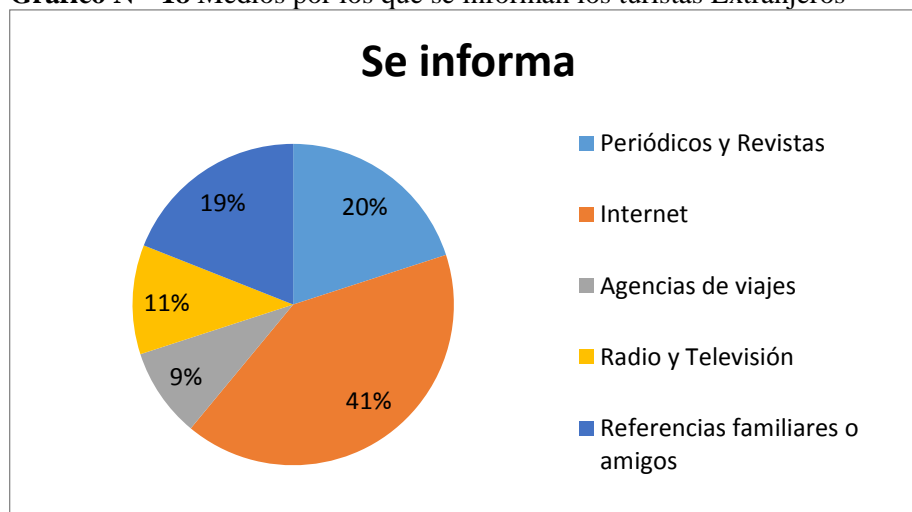
**Tabla N° 47** Medio por los que se informan los turistas Extranjeros.

Se Informan	FRECUENCIA	%
Periódicos y Revistas	8	20
Internet	16	41
Agencias de viajes	3	9
Radio y Televisión	4	11
Referencias familiares o amigos	7	19
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 18** Medios por los que se informan los turistas Extranjeros



. **Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El medio por el cual los turistas extranjeros se informan es en su mayoría el internet, con el 41%, periódicos y revistas el 20%, es también relevante las referencias de amigos y familiares con el 19%, radio y televisión y agencias de viajes son también utilizados por los encuestados, aunque en menor medida, así se puede deducir que el internet es el medio que se debería utilizar para llegar a las personas que interesa captar, sin dejar de lado los medios impresos, de televisión y radio.

- **Tiempo de permanencia**

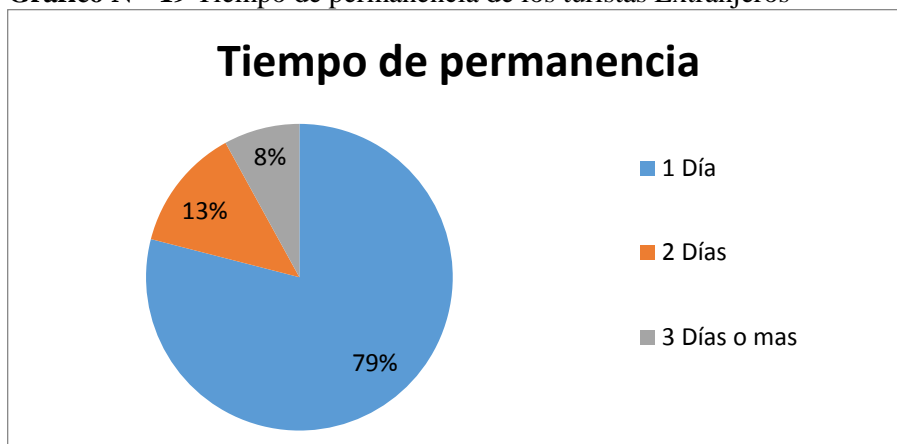
**Tabla N° 48** Tiempo de Permanencia de los turistas Extranjeros.

TIEMPO PERMANENCIA	FRECUENCIA	%
1 Día	30	79
2 Días	5	13
3 Días o mas	3	8
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 19** Tiempo de permanencia de los turistas Extranjeros



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El tiempo de permanencia de las personas encuestadas es de 1 día con el 79%, 2 días con 13% y de 3 o más días con el 8%, así las duraciones de los productos a desarrollarse deberán considerar el tiempo de permanencia que prefieren los turistas siendo así de 1, y 2 días los de mayor relevancia.

- **Servicios**

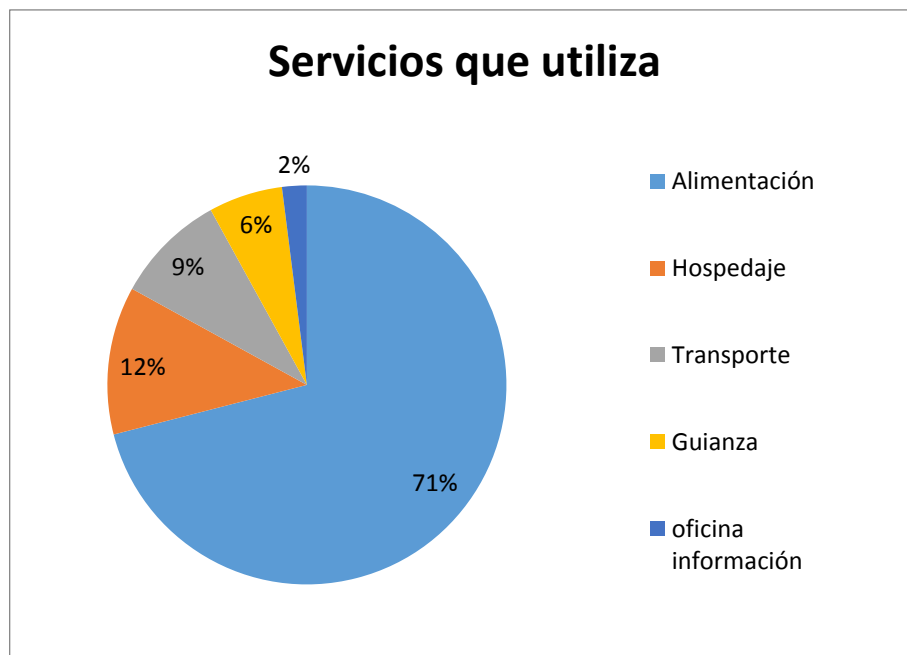
**Tabla N° 49** Servicios turísticos de los turistas Extranjeros.

Servicios	FRECUENCIA	%
Alimentación	27	71
Hospedaje	5	12
Transporte	3	9
Guianza	2	6
oficina información	1	2
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 20** Servicios turísticos de los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

Los servicios que mayor relevancia de uso en los encuestados están: alimentación 71%, el hospedaje 12%, transporte 9%, guianza y oficina de información en menor relevancia. Así los servicios que mayor atención se deberá tener al momento del empaquetamiento de productos sería; la alimentación el hospedaje y el transporte respectivamente.

- **Gasto por día**

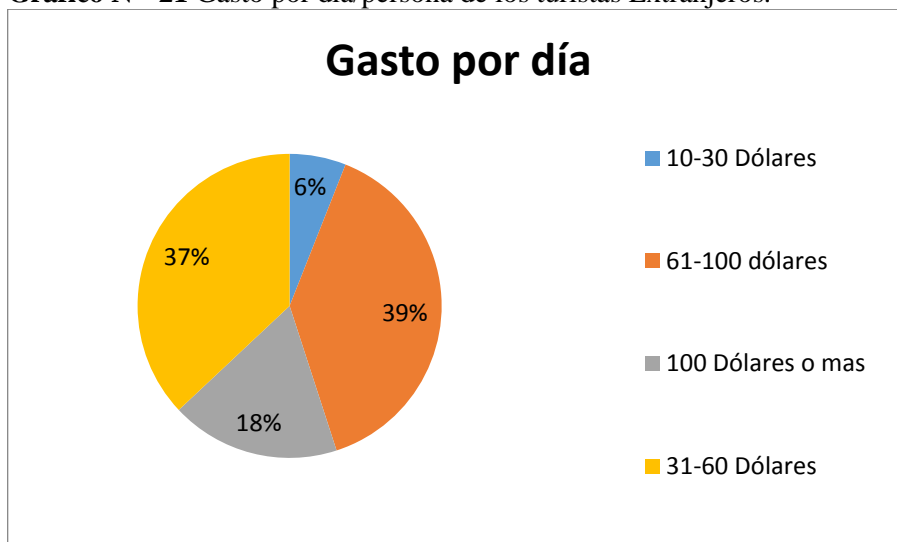
**Tabla N° 50** Gasto por día / por persona de los turistas Extranjeros.

<b>Gasta por día</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
10-30 Dólares	2	6
61-100 dólares	15	39
100 Dólares o mas	7	18
31-60 Dólares	14	37
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 21** Gasto por día/persona de los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El gasto por día de los turistas potenciales es de 61-100 dólares con 39%, y con 37% están los turistas que gastan de 31-60 dólares. Así se puede establecer el precio de las actividades, y servicios, así como también el tamaño de la cadena de valor y el precio total del producto el cual podrá ser establecido por un precio que va de 31-60 dólares por día.



- **Contratarían un tour en Bucay**

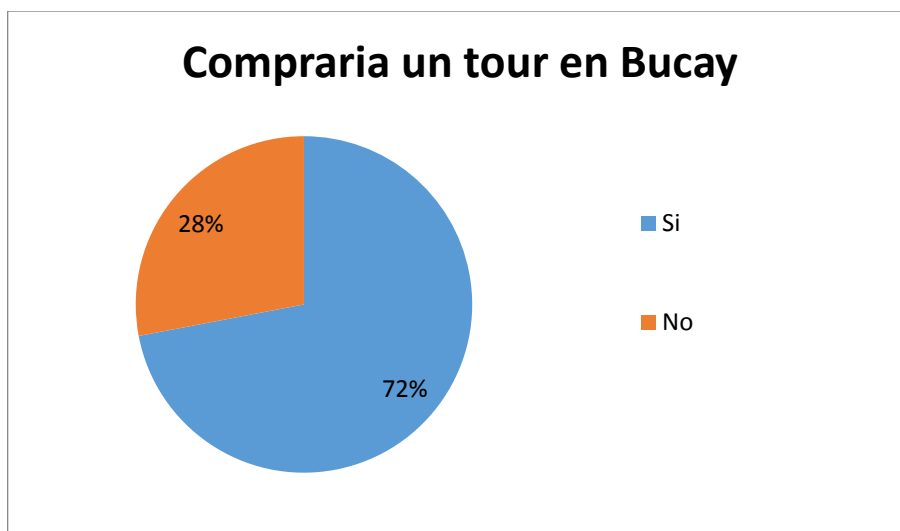
**Tabla N° 51** Contratarían un tour en Bucay los turistas Extranjeros.

Desean hacer tour en Bucay	FRECUENCIA	%
Si	27	72
No	11	28
TOTAL	38	100

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 22** Contratarían un tour en Bucay los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El 72% de las personas encuestadas si contratarían un tour en el cantón Bucay, mientras que el 28% manifestaron que no deseaban hacer un tour por el cantón Bucay. Lo cual se establece que, al realizar un producto en este sector, existiría aceptación por parte de los turistas potenciales a captar.

- **Actividades que desean realizar.**

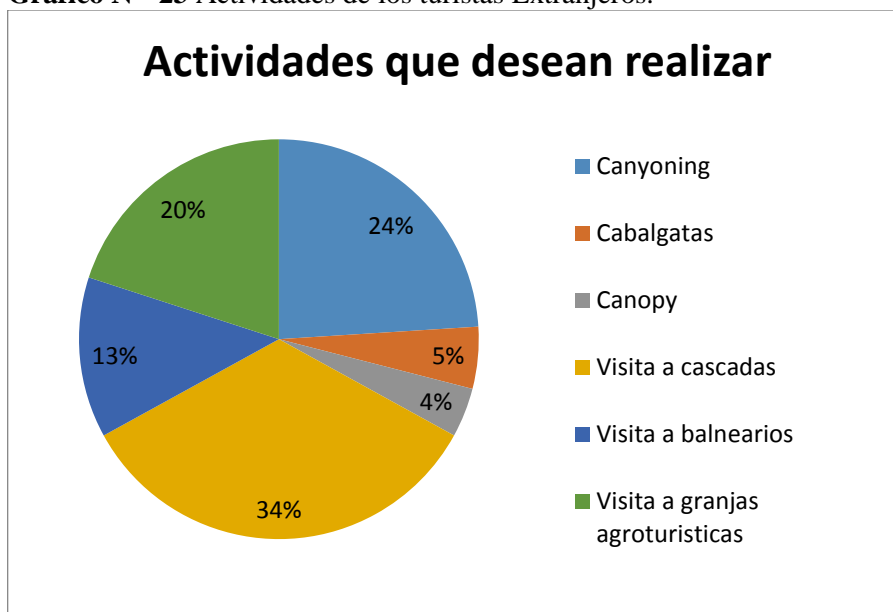
**Tabla N° 52** Actividades de los turistas Extranjeros.

Actividad desean	FRECUENCIA	%
Canyoning	9	24
Cabalgatas	2	5
Canopy	2	4
Visita a cascadas	13	34
Visita a balnearios	5	13
Visita a granjas agroturisticas	8	20
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 23** Actividades de los turistas Extranjeros.



Elaborado por: Wilson Gonzales, 2015.

Entre las principales actividades que desean realizar están, visita a cascadas 34%, 24% canyoning, visita a granjas agroturísticas 20%, visita a granjas visita a balnearios 13%, canopy y cabalgatas las de menor puntuación.

- **Organizan sus viajes**

**Tabla N° 53** Organizan sus viajes los turistas Extranjeros.

<b>Organizan sus viajes</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Agencias de viajes	29	76
Independiente	9	24
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

**Grafico N° 24** Organizan sus viajes los turistas Extranjeros.



**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2015.

El 76% de turistas extranjeros organizan sus viajes de manera independiente, mientras que el 24% mediante agencias de viajes, esto permite establecer los canales de distribución y estrategias de comercialización que se deberá tomar para poder llegar a una mayor cantidad de personas, estrategias como la comercialización directa.

## **2) Perfil del turista nacional.**

El 57% de turistas nacionales pertenece al género femenino, y el 43% restante es de género masculino, con una edad de 31-36 años que representa el 28%, de 37-42 años con un 21% y de 25-30 años el 19%, proceden en mayor número de la ciudad de Guayaquil y Cuenca, el 57% viajan con familiares, en pareja el 20%, y con amigos el 14%, su principal motivo de viaje es por vacaciones que representa el 60%. El medio por el cual se informan es el internet con el 34%, periódicos y revistas el 24%.

El tiempo que permanecen en el lugar de visita es de: 1 día con el 57%, de 2 días representa el 26% y de 3 o más días el 17%, los servicios más demandados son; la alimentación 38%, el hospedaje 28%, transporte 23%, gastan por día de 31-60 dólares lo cual representa el 36%, 10-30 dólares representa el 33% y de 61-100 dólares el 23%, y más de 100 dólares el 18%. El 76% de los turistas les gustaría hacer un tour en Bucay, quienes manifestaron que las principales actividades que desean realizar están; la visita a cascadas 35%, canyoning 20%, visita a balnearios 19%, visita a granjas agroturísticas 17%, canopy y cabalgatas en menor medida, el 74% organizan sus viajes de manera independiente, mientras que el 26% mediante agencias de viajes.

## **3) Perfil del turista Extranjero**

El 53% de turistas extranjeros pertenece al género masculino, y el 47% restante es de género femenino, con una edad de 31-36 años que representa el 37%, de 37-42 años con un 21% y de 25-30 años el 19%, proceden en mayor número de EEUU y España, el 51% viajan en pareja, y 37% en familia, su principal motivo de viaje es por vacaciones que representa el 78%. El medio por el cual se informan es el internet con el 41%, periódicos y revistas el 20%.

El tiempo que permanecen en el lugar de visita es de 1 día con el 79%, de 2 días representa el 13% y de 3 o más días el 8%, los servicios más demandados son; la alimentación 71%, el hospedaje 12%, transporte 9%, gastan por día de 61-100 dólares lo cual representa el 39%, 37% gasta entre 31-60 dólares. El 72% de los turistas desean realizar un tour en Bucay, quienes manifestaron que las principales actividades que desean realizar están la visita a cascadas 34%, canyoning 24%, visita a granjas agroturísticas 20%, visita a balnearios, canopy y cabalgatas en menor medida, el 76% organizan sus viajes de manera independiente, mientras que el 26% mediante agencias de viajes.

### c. Confrontación oferta – demanda

Para la confrontación de la oferta vs la demanda, se realizó:

#### 1) Proyección de la demanda potencial.

Para el siguiente análisis se tomó en consideración el número total de turistas Nacionales y extranjeros que han tomado el Tren de la Dulzura, cuyo valor es 16.967

De acuerdo a estos datos, se ha estimado el porcentaje de aceptación del producto en las encuestas, establecido en la pregunta N°10 ¿Le gustaría tomar un tour en el cantón Bucay?, considerándose así 76% para turistas nacionales y 72% para turistas extranjeros quienes han manifestado que si desean contratar un tour en el cantón Bucay.

En Base a estos datos y al uso de la fórmula del interés compuesto se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años, obteniendo los siguientes resultados:

Las proyecciones de la oferta y la demanda se realizaron utilizando la fórmula del incremento compuesto. Para la proyección de los dos segmentos se utilizó el índice de crecimiento turístico anual (6%).

Formula del incremento compuesto:

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas: Nacionales y extranjeros

i= Incremento del turismo nacional (6%)

n= El año a proyectarse (1-5)

El 76% de los turistas nacionales encuestados se manifestaron positivamente con respecto al producto.

$$15.270 * 0.76 = \mathbf{11.605.2}$$

De la misma forma el 72% de los turistas extranjeros encuestados se manifestaron positivamente con respecto al producto.

$$1.697 * 0.72 = \mathbf{1.221.8}$$

$$1.698$$

**Tabla N° 54** Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA NACIONAL</b>	<b>DEMANDA EXTRANJERA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
<b>2016</b>	11.605	1.222	12.827
<b>2017</b>	12.301	1.295	13.596
<b>2018</b>	13.039	1.373	14.412
<b>2019</b>	13.822	1.455	15.277
<b>2020</b>	14.651	1542	16.193
<b>2021</b>	15.530	1.635	17.165

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson González 2015

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2016 se contará con una demanda turística de 12.827 personas, mientras que para el año 2021 se estima que serán 17.165 personas.

## 2) Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de los próximos 5 años se utilizó la fórmula del incremento compuesto y el Índice de Crecimiento Anual (ICA) del turismo, correspondiente al 6%. Tomándose en cuenta los datos de la Asociación de Guías Nativos de Bucay de: 4.300 turistas que han visitado las cascadas de Bucay en el año 2015.

**Tabla N° 55** Proyección de la Oferta

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA POTENCIAL</b>
2016	4300
2017	4.558
2018	4.831
2019	5.121
2020	5.429
2021	5.754

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson González 2015

## 3) Demanda insatisfecha proyectada

La demanda insatisfecha se la obtuvo mediante la confrontación entre la demanda y oferta proyectada, se estableció captar el 80% de la demanda insatisfecha para obtener la demanda objetivo.

**Tabla N° 56** Demanda Insatisfecha y objetivo.

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>OFERTA POTENCIAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA OBJETIVO 80%</b>
<b>2016</b>	12.827	4300	8.527	6.822
<b>2017</b>	13.596	4.558	9.038	7.230
<b>2018</b>	14.412	4.831	9.581	7.665
<b>2019</b>	15.277	5.121	10.115	8.92
<b>2020</b>	16.193	5.429	10.764	8.611
<b>2021</b>	17.165	5.754	11.411	9.129

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson González 2015

## 2. Diseño técnico

Para el diseño de productos se consideró los siguientes aspectos.

### a. Potencialidad turística

#### 1) Análisis de atractivos.

**Tabla N° 57** Atractivos turísticos.

<b>ATRACTIVO</b>	<b>Jerarquía</b>	<b>USOS POTENCIALES</b>
<b>Bosque Húmedo de la Esperanza</b>	II	Bosque que alberga gran cantidad de especies de flora y de fauna, además contiene Cascada Gallo de la Peña.
<b>Cascada Piedra Blanca</b>	II	En esta se puede realizar excursiones y vistas guiadas. Es la cascada más grande de la zona con una altura de 90m.
<b>Cascadas Chorrera del Amor</b>	II	Esta Cascada tiene anclajes para realizar Canyoning. Tiene una altura de 30m, y se encuentra junto a la Cascada Piedra Blanca.
<b>Cascada Gallo de la Peña</b>	II	Para llegar se debe caminar aproximadamente 35 minutos, esta cascada se encuentra dentro del Bosque la Esperanza. En su caminata se puede realizar interpretación de plantas de la zona y observar aves.

<b>Finca la Victoria</b>	I	En estas fincas se puede aprender a ordeñar vacas, montar a caballo, aprender a sembrar y cosechar banano.
<b>Trapiche artesanal</b>	I	Las personas pueden moler la caña y sacar el jugo de manera artesanal.

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Wilson González 2015

## 2) Características de la demanda.

### a) Turistas nacionales

El 57% son de género femenino, la edad es 31-36 años, 57% permanecen en el lugar de visita 1 día, y el 26% 2 días, proceden en mayor número de las ciudades de Guayaquil y Cuenca, gastan por día de 31-60 dólares, viajan en familia, las principales actividades que desean realizar; visita a cascadas, canyoning, visita a granjas agroturísticas. El medio por el cual se informan es el internet con el 34%, periódicos y revistas 24%.

### b) Turistas extranjeros

El 53% son de género masculino, la edad es 31-36 años, 79% permanecen en el lugar de visita 1 día, y el 13% 2 días, proceden en mayor número de EEUU y España, viajan en pareja, gastan por día de 31-60 dólares, las principales actividades que desean realizar; visita a cascadas, canyoning, visita a granjas agroturísticas. El medio por el cual se informan es el internet con el 41%.

## 3) Capacidad instalada de los servicios alojamiento y alimentación.

Bucay cuenta con 9 establecimientos hoteleros con una capacidad instalada de 221 plazas disponibles en hoteles y Hosterías, más del 50% se encuentran en el centro cantonal.

El cantón Bucay presenta 25 establecimientos de alimentación, con un total de 664 plazas, brindan desde un menú tradicional como tilapia asada, caldo de gallina criolla, también platos a la carta y almuerzos.

### b. Propuesta del empaquetamiento

#### 1) Paquete: Bucay Naturaleza y aventura.



Para la realización del diseño técnico de los productos se tomó los gustos y preferencias de los turistas potenciales (demanda), así como también la confluencia con la oferta que presenta la zona de estudio, con lo cual se procedió a elaborar los paquetes turísticos tomando en cuenta denominación del paquete, codificación, duración, itinerario, dificultad, servicios que incluyen y servicios que no incluyen, precio, observaciones y requerimiento para la visita.

**Tabla N° 58** Paquete 001

<b>PAQUETE N° 001</b>		
<b>“Bucay Naturaleza y Aventura”</b>		
<b>Código:PB001</b>	<b>Estilo:</b> Caminata y rapel	
<b>Idioma de la Guianza: Español e Ingles</b>	<b>Duración:</b> 2 días /1noche	
<b>Recorrido: Bucay – Recinto Chague – Recinto la Esperanza</b>	<b>Carácter:</b> Aventura, Natural y Cultural	
<b>Mercado objetivo: Nacional y extranjero</b>	<b>Grado de dificultad:</b> Medio	
<b>ITINERARIO1</b>		
<b>DÍAS</b>	<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>Día 1</b>	9h00	Llegada a Bucay.
	9h30	Check in Hotel
	10h00	Traslado la cascada Piedra Blanca
	10h45	Caminata por el Bosque y tiempo para tomar un baño en la cascada Piedra blanca.
	11h30	Visita a la cascada Chorrera del Amor, Charla de instrucción y seguridad.
	12h30	Equipamiento
	13:00	(Canyoning) Descenso de cascada
	14:h30	Box lunch
	14h45	Traslado a Bucay.
	15h30	Almuerzo
	16:30	Llegada al hotel
	17h00-20h00	Tiempo libre
20:00	Cena	
<b>Día 2</b>	8h00	Desayuno en el Hotel
	9h00	Traslado a la finca la Victoria
	9h30	Arribo a la finca

	9h45	Recorrido en carreta por la finca
	10h30	Ordeño de vaca
	11h30	Box lunch tradicional
	13h00	Retorno a Bucay
	13h30	Almuerzo
	14h30	Arribo al hotel
	15h30	Despedida
	16h00	Fin del recorrido.
<b>DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE</b>		
<b>El paquete incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Transporte:</b></li> <li>- Desde Bucay hacia todos los atractivos a visitar</li> <li>- <b>Comidas:</b></li> <li>- Almuerzo Primero y segundo día</li> <li>- Cena Primer día.</li> <li>- Desayuno del segundo día.</li> <li>- Box lunch para el primero y segundo día</li> <li>- <b>Hospedaje</b></li> <li>- <b>Guianza:</b> Guía local y guía especializado de Canyoning.</li> <li>- <b>Ingresos:</b></li> <li>- Cascadas y finca</li> </ul>	
<b>El paquete no incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comidas y bebidas extras</li> <li>- Gastos personales</li> <li>- Propinas</li> <li>- Lo no especificado en el programa.</li> </ul>	
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales</li> <li>- Ropa cómoda para caminar por el bosque.</li> <li>- Zapatos/botas para trekking</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>	
<b>Prohibiciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Armas y bebidas alcohólicas</li> </ul>	
<b>Normas de comportamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respetar a la naturaleza</li> <li>- No botar basura ni llevarse elementos de los sitios como plantas y animales.</li> <li>- Seguir las instrucciones y recomendaciones del Guía.</li> </ul>	

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson González 2015

## 2) Descripción del Paquete

### Día 1: Bucay – Recinto la Esperanza.

El tour inicia a las 9 am el primer día, luego del check in en el hotel, le llevaremos hasta la parte alta del Bosque la Esperanza, aquí caminará por medio de senderos naturales hasta llegar a la Cascada Piedra Blanca, donde usted disfrutará de un baño relajante bajo la caída de agua. Luego visitará la cascada Chorrera del Amor para recibir la charla de instrucción y seguridad de canyoning, luego de recibir el equipamiento usted descenderá por la cascada "Chorrera del Amor", luego tendrá un delicioso box lunch antes de retornar a Bucay donde tendrá el almuerzo, finalmente retornará al hotel donde tendrá también la cena.

### Día 2: Bucay – Recinto Limón - Recinto la Esperanza

Al siguiente día luego del desayuno, le llevaremos hasta la finca ganadera "la Victoria" ubicada en el recinto Mathilde Esther, aquí recorrerá la finca montado en una carreta que es halada por bueyes, luego aprenderá la forma tradicional de ordeño de vacas. En la finca también tendrá la oportunidad de degustar un delicioso box lunch tradicional, compuesta por cuajada de leche y patacones. Y finalmente regresará a Bucay en la tarde donde le espera el almuerzo y fin del tour.

## 3) Proveedores de servicios.

Tabla N° 59 Proveedores de servicios

SERVICIOS DIA 1				
SERVICIO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PLAZAS
GUIANZA ESPECIALIZADA	Geovanny Romo	Bucay	0986452168	10 pax
TRANSPORTE	Juan Pérez	Bucay	0993035302	15 pax
ALIMENTACIÓN	Restaurante del Tren	Av Eloy Alfaro y 9 octubre	0998156579	100 pax
HOSPEDAJE	Hotel Sao Paulo	Calle ferroviaria y 9 de octubre	2835730	30 pax
CASCADA PIEDRA BLANCA	Juan Perez	Recinto la Esperanza	0993035302	100
SERVICIOS DIA 2				
ALIMENTACION	Cabaña de Papo	Vía Naranjito - Bucay.	2835730	30 pax
BOX LUNCH	Finca La Victoria	Recinto Matilde Esther	0958763459	50 pax
GUIANZA	Roberto Bustamante	Bucay	0994473558	10 pax
TRANSPORTE	Juan Pérez	Bucay	0993035302	15 pax

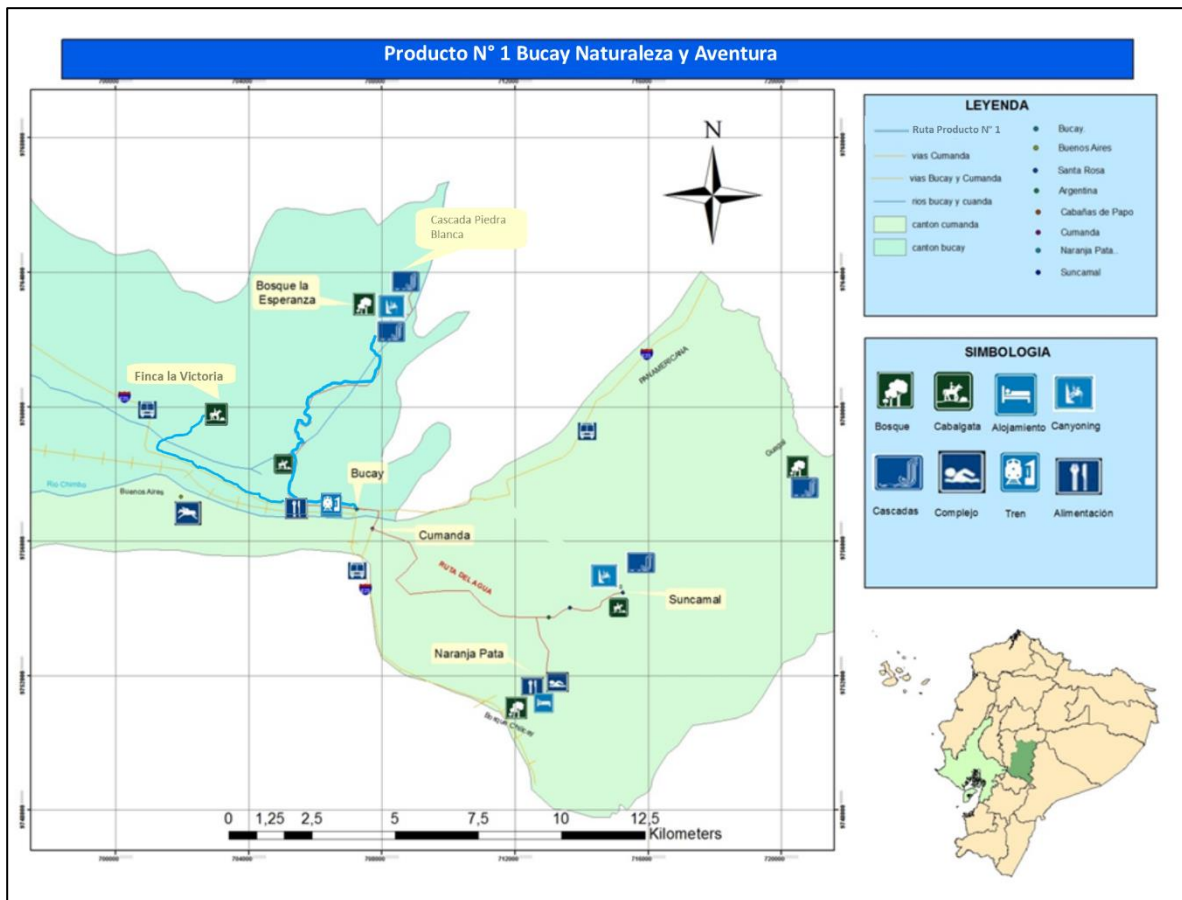
ACTIVIDADES AGRICOLAS	Finca la Victoria	Matilde Esther	0958763459	50 pax
-----------------------	-------------------	----------------	------------	--------

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson González 2015

#### 4) Mapa del Producto

Mapa N° 1 Ruta del producto 001



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson González 2015

## 5) Análisis de costos

Tabla N° 60 Análisis de costos del paquete 001.

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO TOTAL DEL SERVICIO	COSTO UNITARIO POR 10 PAX	COSTO UNITARIO POR 6 PAX	COSTO UNITARIO POR 2 PAX
	<b>COSTOS GENERALES</b>				
2	Transporte	120.00	12.00	20.00	60.00
	<b>COSTOS INDIVIDUALES</b>				
2	Desayuno	3.00	3.00	3.00	3.00
2	Almuerzo	3.00	3.00	3.00	3.00
2	Lunch	2,50	2,50	2,50	2,50
1	Cena	4.00	4.00	4.00	4.00
1	Ingreso a la Finca	0.50	0.50	0.50	0.50
1	Ingreso a cascada	1.00	1.00	1.00	1.00
1	Hospedaje	15.00	15.00	15.00	15.00
	<b>Costos Generales</b>	120.00	12.00	20.00	60.00
	<b>Costos Individuales</b>	29.00	29.00	29.00	29.00
	<b>Total costos</b>		41.00	49.00	89.00
	<b>Gastos Administrativos 5%</b>		2.05	2.45	4.45
	<b>Precio Comisión 10%</b>		4.30	5.14	9.35
	<b>Precio Neto</b>		47.35	56.59	102.8
	<b>Utilidad (15%)</b>		7.10	8.48	15.42
	<b>Precio de venta</b>		<b>54.45</b>	<b>65.07</b>	<b>118.22</b>

Elaborado por: Wilson Gonzalez

## 6) Paquete: Bucay Cascada y Bosque húmedo.

Tabla N° 61 Paquete 002

PAQUETE N° 002		
“Bucay Cascada y Bosque húmedo”		
<b>Código:</b> PB002	<b>Estilo:</b> Caminata.	
<b>Idioma de la Guianza:</b> Español e inglés	<b>Duración:</b> 1 día	
<b>Recorrido:</b> Bucay – Recinto la Esperanza	<b>Carácter:</b> Natural y Cultural	
<b>Mercado objetivo:</b> Nacional y extranjero	<b>Grado de dificultad:</b> bajo	
ITINERARIO1		
DÍAS	HORA	ACTIVIDAD
<b>Día 1</b>	9h00	Llegada a Bucay y bienvenida
	9h30	Traslado al recinto la Esperanza
	10h00	Llegada al bosque húmedo la Esperanza
	10h45	Caminata por senderos en el Bosque húmedo e interpretación de flora y fauna.
	11h45	Visita a la cascada Gallo de la Peña.
	12h00	Tiempo para tomar un baño relajante bajo la cascada.
	12h30	Box Lunch
	12h45	Salida del Bosque y traslado al trapiche
	13:h30	Trapiche artesanal (extracción de jugo de caña).
	14:30	Retorno a Bucay
	15h00	Almuerzo en el restaurante del tren.
16h00	Fin del recorrido	
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE		
<b>El paquete incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Transporte:</b></li> <li>- Desde Bucay hacia todos los atractivos a visitar</li> <li>- <b>Comidas:</b></li> <li>- Almuerzo.</li> <li>- Box lunch</li> <li>- <b>Guianza:</b> Guía local.</li> <li>- <b>Ingresos:</b></li> <li>- Trapiche, cascadas y bosque húmedo.</li> </ul>	

<b>El paquete no incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comidas y bebidas extras</li> <li>- Gastos personales</li> <li>- Propinas</li> <li>- Lo no especificado en el programa.</li> </ul>
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales</li> <li>- Ropa cómoda para caminar por el bosque.</li> <li>- Zapatos/botas para trekking</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>
<b>Prohibiciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Armas y bebidas alcohólicas</li> </ul>
<b>Normas de comportamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respetar a la naturaleza</li> <li>- No botar basura ni llevarse elementos de los sitios como plantas y animales.</li> <li>- Seguir las instrucciones y recomendaciones del Guía.</li> </ul>

**Elaborado por:** Wilson González 2015

## 7) Descripción del Paquete

### **Día 1: Bucay – Recinto la Esperanza.**

El tour inicia a las 9 am, luego de recibir la bienvenida usted se trasladará en transporte privado hasta la parte alta del Bosque la Esperanza, en el recorrido usted podrá observar un hermoso paisaje del campo y las montañas, una vez en el bosque caminará por medio de senderos naturales, hasta llegar a la cascada Gallo de la Peña, donde usted disfrutará de un baño relajante baño bajo la caída de agua. Aquí tendrá una pausa para degustar un delicioso box lunch para luego visitar el trapiche artesanal, donde disfrutará moliendo la caña y extrayendo el jugo de la caña, en la tarde en Bucay tendrá el Almuerzo y fin del tour.

## 8) Proveedores de servicios.

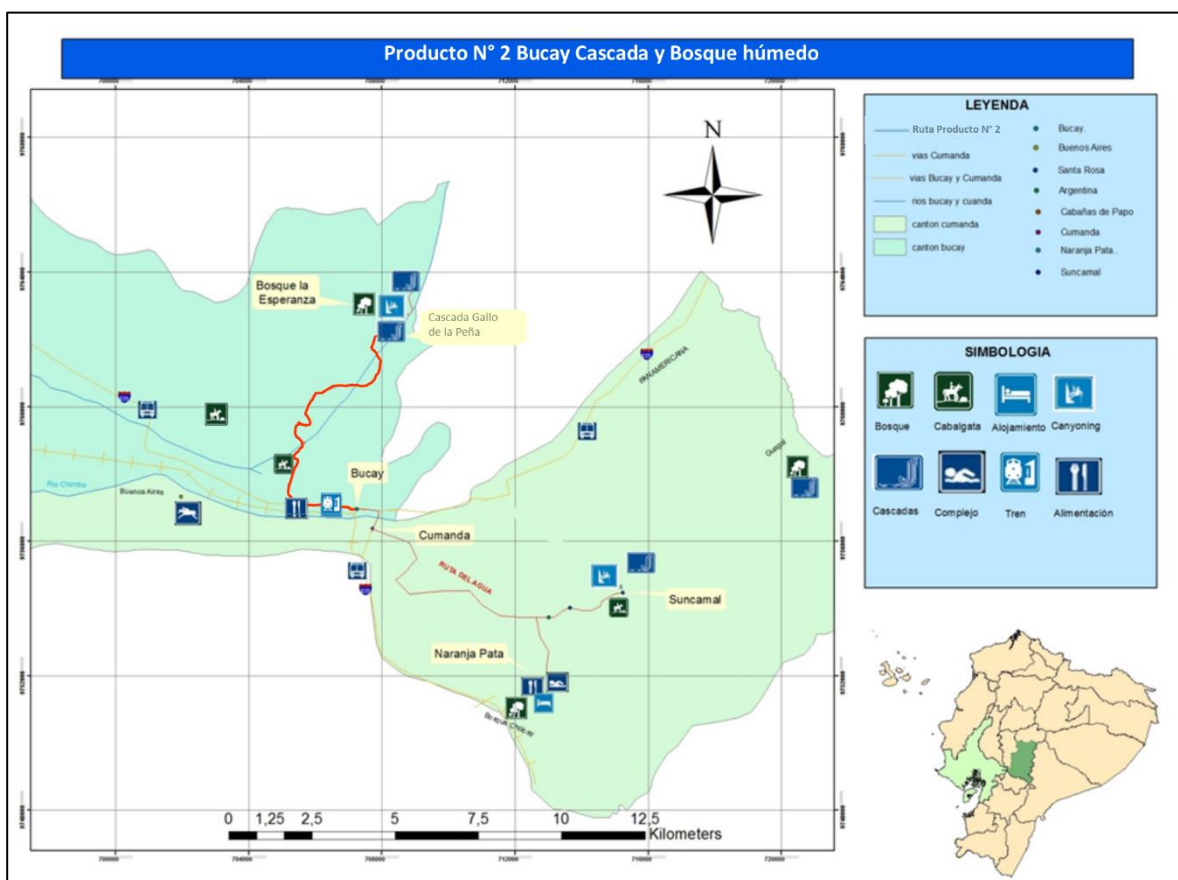
Tabla N° 62 Proveedores de servicios

SERVICIOS				
SERVICIO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PLAZAS
GUIANZA	Juan Pérez	Bucay	0993035302	10 pax
TRANSPORTE	Juan Pérez	Bucay	0993035302	15 pax
ALIMENTACIÓN	Restaurante del Tren	Av Eloy Alfaro y 9 octubre	0998156579	100 pax
TRAPICHE	Daniel Flores	Recinto la Esperanza	0986472894	50 pax
CASCADA GALLO DE LA PEÑA	Miguel Román	Recinto la Esperanza	0986541254	---

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Wilson González 2015

Gráfico N° 2 Mapa del producto 002



Elaborado por: Wilson González 2015



### 9) Análisis de costos del Paquete N° 2

**Tabla N° 63** Análisis de costos del paquete 002.

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO TOTAL DEL SERVICIO	COSTO UNITARIO POR 10 PAX	COSTO UNITARIO POR 6 PAX	COSTO UNITARIO POR 2 PAX
	<b>COSTOS GENERALES</b>				
1	Transporte	60.00	6.00	10.00	30.00
	<b>COSTOS INDIVIDUALES</b>				
1	Almuerzo	3.00	3.00	3.00	3.00
1	Lunch	2,50	2,50	2,50	2,50
1	Trapiche	0.50	0.50	0.50	0.50
1	Ingreso a cascada	1.00	1.00	1.00	1.00
	<b>Costos Generales</b>	60.00	6.00	10.00	30.00
	<b>Costos Individuales</b>	29.00	7.00	7.00	7.00
	<b>Total costos</b>		13.00	17.00	37.00
	<b>Gastos Administrativos 5%</b>		0.75	0.85	1.85
	<b>Precio Comisión 10%</b>		1.51	1.79	3.89
	<b>Precio Neto</b>		15.26	19.64	42.74
	<b>Utilidad (15%)</b>		2.29	2.95	6.41
	<b>Precio de venta</b>		<b>17.55</b>	<b>22.59</b>	<b>49.15</b>

Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2015.

### c. Elaboración de estrategias de comercialización

Una vez elaborados los productos, se estableció estrategias de comercialización basado en el mix del marketing, el mismo que se desarrolló en sus cuatro componentes, además se creó la imagen (logotipo) que será usado para la comercialización de los productos.

#### 1) Isotipo

##### a) Colores que identifica a la empresa

**Azul:** Representa el agua y las cascadas.

**Amarillo:** El amarillo representa alegría y en contexto estimula la actividad mental y física.

**Negro:** El negro representa prestigio y elegancia.

##### b) Elementos

El logotipo se desarrolló en base a los principales atractivos que identifica al producto como son las cascadas, y también a la actividad de aventura que se realiza como es el canyoning.

- **Cascada:** Es el atractivo principal que conforma los productos elaborados.
- **Persona:** En base a la actividad de aventura que se realiza en uno de los productos que se oferta.
- **El sol:** Es representativo en la zona del Bosque húmedo la Esperanza, que es un atractivo que conforma los productos ofertados.

#### Grafico N° 25 Isotipo de la Empresa.



Elaborado por: Wilson Gonzalez

## 2) Estrategias de comercialización.

### a) Producto.

EL producto es el punto de partida de la estrategia de marketing, se diseñó los paquetes turísticos oportunos para estimular a la demanda, considerando la oferta presente en el canton y las variables de gustos y preferencias de la demanda. Lo que permitió establecer productos diferenciados y característicos de la zona de estudio que combina la aventura con la riqueza cultural y natural.

**Tabla N° 64** Productos turísticos del canton Bucay.

N°	PAQUETE	MERCADO OBJETIVO	DURACION	MODALIDAD	PRECIO TOTAL POR PAX
1	“Bucay Naturaleza y Aventura”	Nacional Extranjero	2 Días 1 noche	Turismo de aventura y cultural	10 Pax – 54.45 6-9 Pax – 65.07 2-5 Pax – 118.22
2	“Bucay cascadas y bosque húmedo”	Nacional Extranjero	1 Día	Turismo de naturaleza	10 Pax – 17.55 6-9 Pax – 22.59 2-5 Pax – 49.15

**Elaborado por:** Wilson Gonzalez

### b) Precio

Para el establecimiento del precio de los productos se considero el perfil de la demanda potencial, su capacidad de gasto, la correcta valoración de bienes, servicios y actividades. Se establece además los rangos de ganancia, y rangos de comisiones destinados a la intermediación.

Las comisiones establecidas serán: 10% de comisión para operadoras y agencias de viajes, por la venta e intermediación directa de cada paquete, las cuales están establecidas en la tabla de comisiones y que serán actualizadas cada año.

**Tabla N° 65** Tarifas y comisiones por paquete.

PAQUETE	PRECIO POR 10 PAX	10% COMISIÓN	PRECIO POR 6-9 PAX	10% COMISIÓN	PRECIO POR 2-5 PAX	10% COMISION
“Bucay Naturaleza y Aventura”	54.45	4.30	65.07	5.14	118.22	9.35
“Bucay cascadas y bosque húmedo”	17.55	1.51	22.59	1.79	49.15	3.89

Elaborado por: Wilson González

### c) Plaza

Una vez analizado los segmentos de mercado y estructurado correctamente el producto, es necesario el posicionamiento del mismo en el mercado, por ello es pertinente transferir el producto al cliente por medio de los canales de distribución pertinentes, ya sean estos directos e indirectos.

**Tabla N° 66** Acciones y estrategias de marketing para la comercialización.

CANALES	TÁCTICA	POLÍTICAS DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
<b>Objetivo: Incrementar la cuota de mercado nacional e internacional.</b>			
<b>DIRECTO</b>	<p>Presentacion y venta del producto de forma directa en sitio web.</p> <p>Presentacion y venta directa de paquetes a instituciones, Organizaciones y gremios publicos y privados.</p> <p>Presentacion del producto a turistas que llegana al cantón en un local autorizado para la venta y comercializacion.</p>	<p>-Proporcionar informacion clara y sencilla del producto, en material publicitario como el internet.</p> <p>-Contacto directo entre vendedor y comprador de forma personal, telefono o pagina web.</p> <p>-Facilitar los servicios y productos requerido s por el cliente.</p> <p>-Registrar reservaciones, sugerencias y criterios</p>	<p>Turistas nacionales de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Milagro y Duran y turistas extranjeros provenientes de EEUU, España, Perú, Colombia.</p>

		acerca del producto.	
<b>Objetivo: Incrementar la cuota de mercado nacional e internacional.</b>			
<b>INDIRECTO</b>	Alianzas con Agencias de Viajes y tour operadoras de las ciudades de Guayaquil, Riobamba, Cuenca, Milagro, y Duran.	-Contacto con operadoras y presentar el Producto. -Establecer acuerdos y convenios de beneficio mutuo en las formas de pago, comisiones, reservacion y cancelacion. -Entrega de material promocional, afiches, tripticos y dipticos.	Agencias y tour operadoras de las Ciudades de Guayaquil, Cuenca y Riobamba.

**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2015.

Tomando en cuenta el perfil del turista nacional y extranjero, y en la variable de como se informan del lugar a visitar, se enfatiza el uso y gestión de la página web como estrategia de comercialización y venta directa del producto.

En la estrategia de comercialización indirecta, se establece la intermediación del producto con las agencias y operadoras.

Al trabajar con intermediarios es necesario el establecimiento de un precio especial, 10% de comisión. Ver Tabla N° para las agencias u operadoras que vendan el producto.

- **Alianzas estratégicas**

Es indispensable la implementación de alianzas estratégicas con agencias de viajes y tour operadoras con el propósito de comercializar y consolidar el producto en el mercado turístico nacional, para lo cual se preestableció un rango de comisiones con lo cual se constituye los acuerdos con las siguientes operadoras de turismo de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Riobamba, en las que se encuentran los turistas potenciales.

**Tabla N° 67** Agencias y operadoras de turismo de las ciudades de Guayaquil, Riobamba y Cuenca

<b>AGENCIAS U OPERADORAS</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>
ECUADOR EXPEDITION	GUAYAQUIL	Urdesa Victor Emilio Estrada N° 1305 y coatanera	042888335
MANGUAY OPERADORA DE TURISMO S.A	GUAYAQUIL	Av. De las americas S/N	042140001 098154973
OPERADORA TURISTICA ETICA	GUAYAQUIL	Calle Santa cruz 103 y Av. De las americas	042284666
OPERADORA TURISTICA ECUAVAGGIO S.A	GUAYAQUIL	Luque 323 y Chimborazo edificio Marriot	042511168 042513151
MANGLAR ROJO OPERADORA DE TURISMO	GUAYAQUIL	Los Rios 818 entre 9 de octubre y Hurtado	042379005 042378738
ECOVENTURA S.A	GUAYAQUIL	Cdla. Miraflores Av. Central N° 300 entre calle tercera y cuarta.	042207177 042205104
INCAÑAN ECOTURISM	RIOBAMBA	Av. Unidad Nacional	
JULIO VERNE	RIOBAMBA	Pasaje el Espectador	032962423
ECUADOR ECO ADVENTURES	RIOBAMBA	Roma y Varsovia	0998311282
ALTA MONTAÑA	RIOBAMBA	Av. Daniel Leon Borja	032942215
AEROMAR	CUENCA	Calle larga 6-102 y Borrero	07-2826913 – 2833624
ANDIVIAJES	CUENCA	Sucre 7-48 y L Cordero, P 2	07-2839351

AUSTRO TOURS	CUENCA	Luis Cordero y Honorato Vásquez, Esq	07-2831927
--------------	--------	---	------------

**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2015.

#### **d) Estrategias de promocion y publicidad**

Las estrategias de publicidad se definieron en base al estudio de mercado, donde los principales medios de información que utilizan los turistas nacionales y extranjeros, son el internet, medio impresos prensa y revistas, television y radio.

Se diseñaron los siguietes medios publicitarios: Pagina web, pagina de facebook, revistas, tripticos y postales.

**Tabla N° 68** Plan de Publicidad.

<b>Objetivo:</b> Difundir los productos turísticos diseñadas en los cantones Bucay, a los turistas potenciales procedentes de las ciudades de Guayaquil, Riobamba, Cuenca, Milagro y Duran.				
<b>TIPO DE PUBLICIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>POLITICA DE FUNCIONAMIENTO</b>	<b>TARGET DE MERCADO</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
<b>MEDIOS</b>				
Página web	Diseño de página web, Responsive para Pc y dispositivos móviles y formularios de reservación.	Proporcionar información clara y sencilla de los productos  Contacto con el cliente.	Turistas nacionales y extranjeros que buscan tours en Internet	USD 1.000 Diseño de página web, con dominio, hosting y actualización.
Redes sociales	Creación de página de Facebook para empresas  Creación de una cuenta publicitaria.	Crear tráfico de turistas potenciales a la página web. Contacto con el cliente a través de la cuenta.  Publicación continua y actualizada de información.	Turistas nacionales y extranjeros que buscan tours en Internet	USD 1.200 Establecimiento de campañas publicitarias, por producto, y por segmento de mercado.
<b>Revista</b> Ecuador costa aventura	Incluir reportajes de los productos turísticos, / 1 publicación cada seis meses.	Buscar acuerdos con redactores de revistas mediante press trips a fin de la publicación de las rutas visitadas.	Turistas nacionales y extranjeros interesados en viajes y turismo.	USD. 1.000 Tiraje semestral de 50.000 suscriptores
<b>Prensa</b> <b>EL COMERCIO</b>	Incluir reportajes de las rutas. / 1 publicación cada seis meses.	Buscar acuerdos con los redactores mediante tours gratuitos a fin de la publicación de las rutas visitadas.	Turistas Nacionales	USD. 1.000 Tiraje semanal de 160.000 ejemplares
<b>PAPELERIA</b>				
<b>Flyer</b>	Diseño e impresión de 1.000 Unidades impresos a full color, en couché de 115 gr.	Distribuir en las empresas vinculadas a la actividad turística, ferias y sitios de información.	Turistas potenciales nacionales y extranjeros de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Milagro, Duran.	USD. 200



<b>Trípticos</b>	Diseño e impresión de 1.000 Unidades Full color papel couché de 115 gr.	Distribuir en las empresas vinculadas a la actividad turística, ferias y sitios de información.	Turistas potenciales nacionales y extranjeros de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Milagro, Duran.	USD. 200
<b>Tarjetas</b>	Diseño e impresión de 1000 unidades Full color papel couché de 215 gr.	Entrega a los turistas potenciales, y empresas aliadas.	turistas potenciales y empresas aliadas	USD. 100

Elaborado por: Wilson González, 2015.

**Tabla N° 69** Cronograma de aplicación del plan de publicidad

<b>MEDIO</b>	<b>MES</b>											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Diseño y publicación de pagina web</b>	X											
<b>Creación de página de Facebook</b>	X											
<b>Creación de campañas de publicidad en Facebook</b>		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Publicación de reportaje en revista</b>						X						X
<b>Publicación de reportaje en prensa</b>						X						X
<b>Distribución de Flyers y trípticos</b>	X				X					X		
<b>Reuniones con Operadoras y agencias de viajes</b>	X				X					X		
<b>Reuniones con representantes de empresas, organizaciones y gremios.</b>			X			X			X			

Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2015.

#### e) Página web

El producto se ofertará en el siguiente sitio web, con el dominio: [www.bucayaventura.com](http://www.bucayaventura.com) constará de una amplia información detallada de los productos, considerando aspectos de fotografías, descripción, itinerario, incluye, precio, y formulario de reservación.

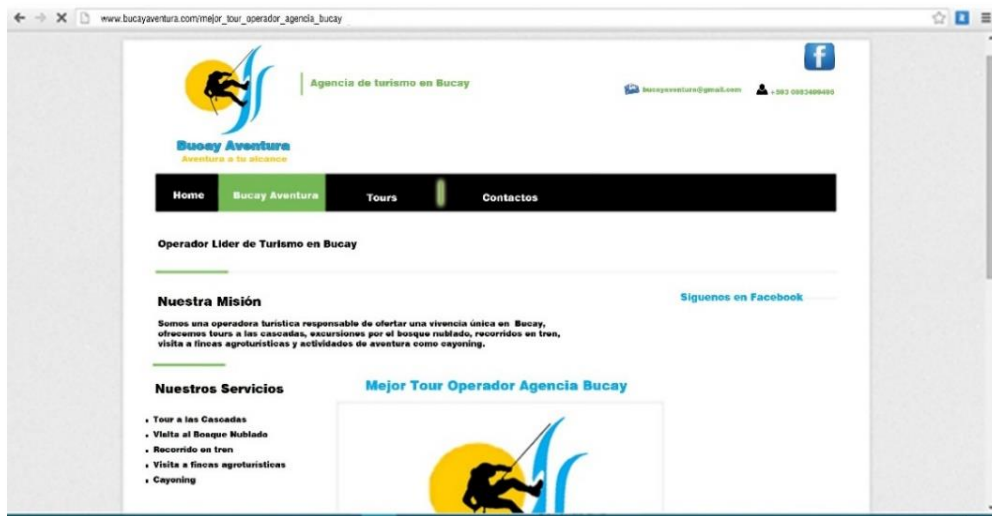
La página web estará estructurada en 4 segmentos: inicio, nosotros, productos, contactos.

**Grafico N° 26** Diseño de la página Home del sitio web.



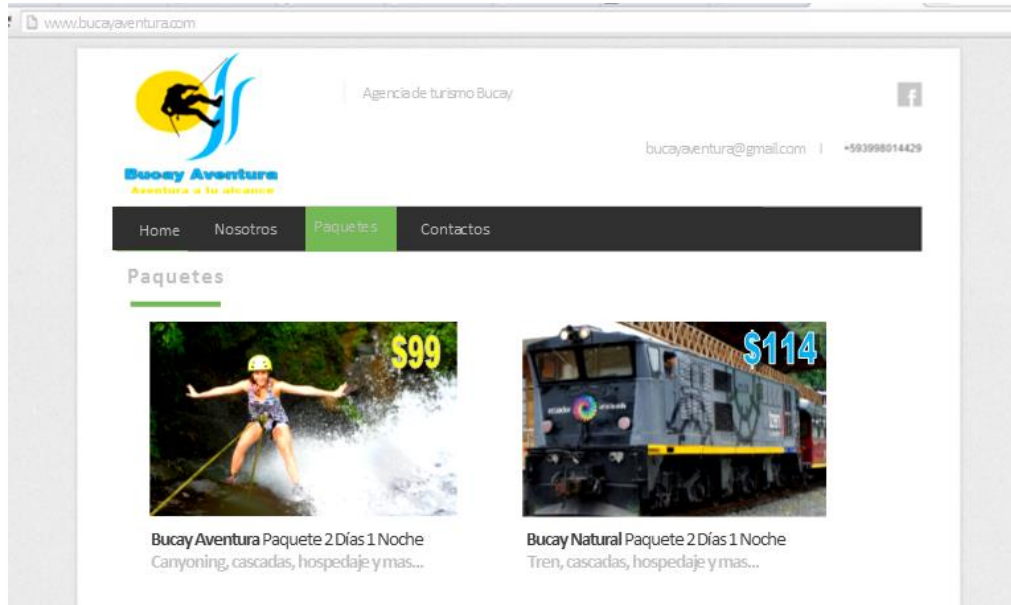
Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2015.

**Grafico N° 27** Diseño de la página Nosotros del sitio web

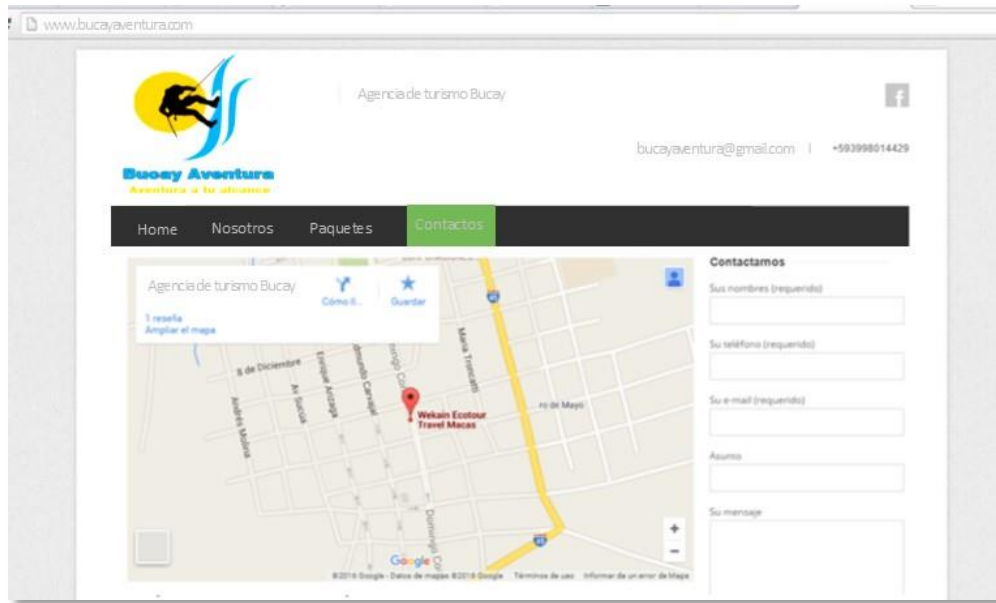


Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2015.

**Grafico N° 28** Diseño de la página paquetes del sitio web



**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2015.

**Grafico N° 29** Diseño de la página contacto del sitio web

## f) Página de Facebook para Empresas

Según Facebook, 2015 “Mas de 1400 millones de personas alrededor del mundo usan esta red social diariamente, ya sea para compartir con familiares y amigos, o para recibir información que les interesa, esta conexión se lleva a cabo mediante una computadora o un teléfono celular”.

Se creará la Fan Page de la empresa, en la que se incluirá información de los productos, fotografías, información de la página web, y se creará además una cuenta publicitaria.

### Grafico N° 30 Pagina de Facebook



Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2015.

## g) Campaña publicitaria en Facebook Ads.

Debido a que el perfil del turista potencial manifiesta que el medio por el que más se informan de nuevos lugares a visitar es el internet, por esto y por los antecedentes expuestos a continuación, se ha considerado esta red social “Facebook” como medio de publicidad para los productos diseñados:

Facebook dice que “Millones de empresas han logrado presentar su producto/servicio a sus clientes potenciales de una manera más efectiva y económica que los medios tradicionales”. Esto ha hecho

que muchas grandes y pequeñas empresas cambien su modo de comercialización y venta, teniendo como principales ventajas:

Facebook cuenta con millones de personas, que se convierten en clientes potenciales.

Facebook permite identificar a los clientes que se pretende llegar con el producto, mediante una segmentación de edad, genero, ciudad o gustos en específico.

#### **h) Requisitos para la creación de la Campaña publicitaria.**

Facebook ha creado 4 aspectos principales para la creación de una campaña publicitaria:

#### **Grafico N° 31** Procesos de publicidad en Facebook



**Fuente:** Facebook, 2016.

**Usar una página de Facebook** mediante la cual se creará una cuenta publicitaria definiendo el método de pago, ya sea tarjeta de crédito, débito u otros.

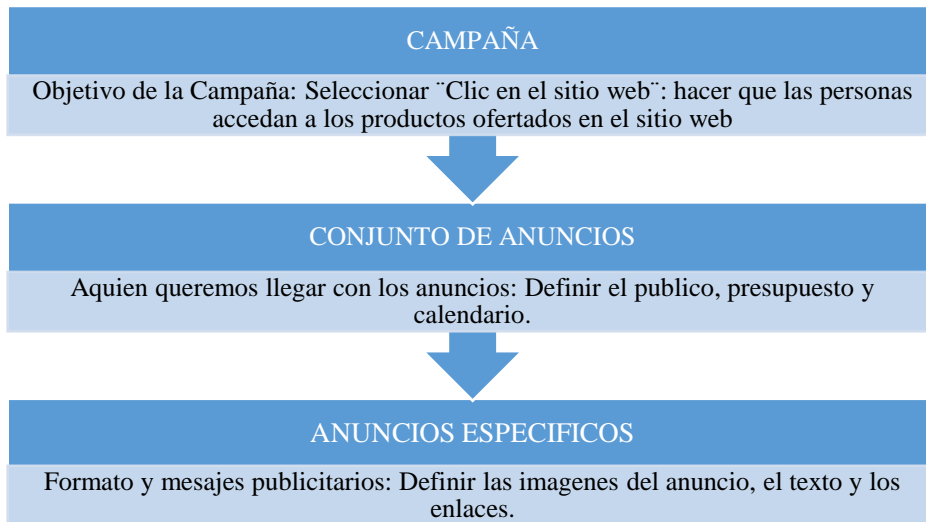
**Definir el Objetivo:** Una vez creada la cuenta publicitaria se deberá definir el objetivo de nuestra campaña publicitaria, la cual será: "atraer tráfico a nuestro sitio web", es decir, hacer que las personas visiten el sitio web donde se promocionan los productos.

**Definir el público:** En base al perfil del turista potencial (edad, sexo, ciudad, principales motivos de viaje), se definirá el público al que se desea llegar con los productos.

**Definir el presupuesto:** En base a los objetivos se definirá el presupuesto a gastar por campaña publicitaria, la cual se puede medir por número de clientes (clics) y tiempo (duración de la campaña: días o meses).

### Proceso de diseño de los anuncios.

**Grafico N° 32** Procesos de publicidad en Facebook



**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2016.

### Paso 1: Campaña

### Grafico N° 33 Procesos de determinación de objetivo de publicidad.

CAMPAÑA: Elige tu objetivo Usar campaña existente | Volver a la versión anterior

**CAMPAÑA**

Objetivo

---

**CONJUNTO DE ANUNCIOS**

Público

Presupuesto y calendario

---

**ANUNCIO**

Formato


Mensaje publicitario

Cerrar sin guardar

Ayuda: selección de un objetivo

#### Elige el objetivo de tu campaña

- Promocionar tus publicaciones
- Promocionar tu página
- Atraer personas a tu sitio web**
- Aumentar las conversiones en tu sitio web
- Aumentar las instalaciones de tu aplicación
- Incrementar la interacción con tu aplicación
- Aumentar el número de asistentes a tu evento
- Lograr que las personas soliciten tu oferta
- Aumentar las reproducciones de video
- Promocionar un catálogo de productos
- Generar clientes potenciales para tu negocio MVEV



### Clics en el sitio web

Aumenta el número de visitas a tu sitio web.

Ingresa la URL de un sitio web

Fuente: Facebook, 2016.

## Paso 2: Conjunto de anuncios

### Grafico N° 34 Procesos de determinación de público y calendario.

CONJUNTO DE ANUNCIOS: Define tu público, presupuesto y calendario Volver a la...

**CAMPAÑA**

Objetivo ✓

---

**CONJUNTO DE ANUNCIOS**

Público ✓

Presupuesto y calendario ✓

---

**ANUNCIO**

Formato ✓

Mensaje publicitario ✓


Guardar como borrador

Cerrar sin guardar

#### ¿A quién quieres que lleguen tus anuncios?

Ayuda: selección del público

**NUEVO PÚBLICO** ▼

 Dirige tus anuncios a las personas que conocen tu negocio. Puedes crear un público personalizado para mostrar los anuncios a tus contactos, visitantes del sitio web o usuarios de la aplicación. [Crear un público personalizado.](#)

**Lugares** ? Todas las personas en este lu...

Ecuador

- Cuenca (Ecuador), Provincia de Azuay + 40km ▼
- Guayaquil, Provincia del Guayas + 40km ▼
- Riobamba, Provincia de Chimborazo + 40km ▼

Incluir ▼ | Agrega un país, estado/provincia, ciudad, mercado, código postal

MAPA ▼


Agregar varios lugares...

**Edad** ? 31 ▼ - 42 ▼

**Sexo** ? Todos Hombres Mujeres

**Idiomas** ? Ingresa un idioma...

**Definición del público**

 Tu público está definido.

Específico      Amplio

**Características del público:**

- Lugar:
  - Ecuador: Cuenca (Ecuador) (+40 km)
  - Provincia de Azuay: Riobamba (+40 km)
  - Provincia de Chimborazo: Guayaquil (+40 km)
  - Provincia del Guayas
- Edad:
  - 31 - 42



Fuente: Facebook, 2016.

### Grafico N° 35 Procesos de determinación presupuesto.

**CAMPAÑA**

Objetivo ✓

---

**CONJUNTO DE ANUNCIOS**

Público ✓

Presupuesto y calendario ✓

---

**ANUNCIO**

Formato ✓

Mensaje publicitario ✓

Guardar como borrador

Cerrar sin guardar

#### ¿Cuánto quieres gastar?

Ayuda: presupuesto y precios

**Presupuesto** ? Presupuesto del conjunto de anuncios ▼

\$100,00

\$100,00 USD

**Calendario** ?

Inicio	17/2/2016	15:32
Fin	17/3/2016	15:32
(Hora de Guayaquil)		

Tu anuncio estará en circulación hasta el: **jueves, 17 de marzo de 2016.**

Gastarás **\$100,00** en total como máximo.

---

**Optimización para la entrega de anuncios** ? Clics en el enlace a tu sitio web ▼

**Importe de puja** ?

Automático - Permite que Facebook establezca una puja que te ayude a obtener la mayor cantidad de clics en el enlace por el mejor precio.

Manual - Define una puja según el valor que tiene para ti cada clic en el enlace.

por clic en el enlace

Puja recomendada: \$0,15 USD (\$0,09–\$0,20)

Cuándo se te factura ? Clic en el enlace (CPC)

#### Alcance diario estimado

---

f **2700 - 7200 personas en Facebook**

0 

 de 370 000 ?

Esta es solo una estimación. Los números indicados se basan en el rendimiento promedio de los anuncios dirigidos al público seleccionado.

Duración del conjunto de anuncios: 29 días

Fuente: Facebook, 2016.

### Paso 3: Anuncios


### Grafico N° 36 Producto "naturaleza y aventura"



**BUCAY Aventura**  
Publicidad · 🌐

Me gusta esta página

Ven a disfrutar 2días/1Noche en Bucay haz Canyoning, vista a la finca agroturística y mas.



**Naturaleza y Aventura**

Ven a disfrutar de un viaje de 2 días y 1 noche en Bucay, conociendo las cascadas, haciendo canyoning, y visitando una finca agroturística. **RESERVA YA**

WWW.BUCAYADVENTURES.COM

Reservar

Me gusta
Comentar
Compartir

Fuente: Facebook, 2016.

### Grafico N° 37 Producto "Cascadas y Bosque Húmedo"



**BUCAY Aventura**  
Publicidad · 🌐

Me gusta esta página

Ven a disfrutar 1 Día en Bucay, vista a la cascada, camina por el bosque y prueba jugo de caña en el Trapiche.



**Cascadas y Bosque humedo**

Ven a disfrutar de un 1 día en Bucay, conoce la cascada Gallo de la peña, camina por el Bosque húmedo y Haz trapiche. Incluye: almuerzo, transporte, guía, entradas, trapiche y mas... **RESERVA YA**

WWW.BUCAYADVENTURES.COM

Reservar

Me gusta
Comentar
Compartir

Fuente: Facebook, 2016

## Diseño de Flyer

Servirá para informar a las personas acerca de los productos que se ofertan, así como las características de los mismos.

### características técnicas

Couche de 150 gr, full color, tamaño 21 x 11cm, Tiro. En la cara interna del tríptico se detalla la información primordial del producto, así como fotos e información de contacto.

### Grafico N° 38 Flyer producto 001

**BUCAY AVENTURA**  
*2 Dias/1 Noche*

*Adrenalina & Diversión*  
*Equipos*  
*Guía*

*Incluye*  
*Transporte*  
*Hospedaje*  
*Alimentación*  
*Box Lunch*

*Actividades*

**Trekking**

**Canyoning**

**Agroturismo**

[www.bucayaventura.com](http://www.bucayaventura.com)  [/bucayaventura](https://www.facebook.com/bucayaventura)

Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2016.

Grafico N° 39 Flyer producto 002



### *Tour 1 Día*

*Ven a disfrutar de un día en el bosque nublado y las cascadas de Bucay, conoce el trapiche artesanal y disfruta de un delicioso jugo de caña.*

### *Incluye*

- *Equipos*
- *Guía*
- *Transporte*
- *Hospedaje*
- *Alimentación*
- *Box Lunch*

[www.bucayaventura.com](http://www.bucayaventura.com)  [/bucayaventura](https://www.facebook.com/bucayaventura)

Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2016.

## Diseño del tríptico

Servirán para ser distribuidos en agencias de viajes, operadoras, hoteles, y demás establecimientos asociados al turismo.

Características técnicas.

Couche de 115 gr, full color., tamaño A4, Tiro y retiro. En la las caras interna y posterior del tríptico se detalla la información primordial del producto, así como fotos e información de contacto.

Grafico N° 40 Diseño de tríptico

 <p><b>Bucay Aventura</b> Aventura a tu alcance</p> <p>Dirección: Bucay av. Ferroviaria Contacto: 0985147563 Sitio web: <a href="http://www.bucayaventura.com">www.bucayaventura.com</a></p>	<h3>Bucay Natural</h3> <p>Recorre en el Tren de la Dulzura pueblos tradicionales de la costa, camina por el bosque nublado y visita la cascada Gallo de la Peña, conoce Bucay en el mejor tour.</p> <p><b>incluye:</b> Recorrido en tren, Visita a cascada, entrada al bosque la Esperanza, Hospedaje, Transporte, Guía, Alimentación y mas...</p>	<h3>Bucay Aventura</h3>  <p><b>\$99</b></p>
 	<p><b>\$114</b></p> 	<p><b>Descripcion:</b> Ven a disfrutar del Canyoning en Bucay, descende por la cascada Chorrera del amor, visita una finca tradicional, aprende a ordeñar una vaca y haz trapiche tradicional.</p> <p><b>incluye:</b></p> <p>Canyoning, Equipos personales, transporte, alimentación, hospedaje, Guía, visita a finca agroturística</p>

Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2016.

### **Tarjeta de presentación**

Permitirá la identificación y diferenciación del producto.

### **Características técnicas.**

Couche de 300 gr, full color, plastificado mate, tamaño 7,5 x 5 cm, tiro.

### **Grafico N° 41** Diseño de tarjeta de presentación.



**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2016.

Artículo prensa y revista.

## Bucay

*El mejor lugar para disfrutar de un fin de semana de aventuras con familia y amigos.*



Foto: Wilson Gonzalez

El cantón Bucay se ubican al este de la provincia del Guayas, a una hora y media de la ciudad de Guayaquil, para acceder a esta zona se toma la vía Guayaquil-Bucay-Riobamba-Quito, o desde la ciudad de Cuenca se toma la vía El Cajas-Puerto Inca-Triunfo-Bucay. También se puede tomar el ferrocarril en la estación de Duran viaje que resulta maravilloso.



Foto: Wilson Gonzalez

cañaverales; así mismo disfrutar del delicioso aroma a chocolate y saborear un refrescante jugo de caña.

El viaje empieza en Guayaquil, Cuenca, Quito o Riobamba, se arriba a la zona de Bucay, en la mañana es gratificante sentir la calidez de su clima y de su gente,

En la zona se encuentran gran cantidad de fincas y granjas, ideales para el agroturismo, desde aquí es posible realizar recorridos a caballo y sentir el diario vivir de los montubio, ordeño de vacas, caminar por los sembríos de cacao, de banano y los

Para los que deseamos salir de la rutina y el estrés, es posible visitar las cascadas con agua cristalina y relajante. En el Bosque Protector la Esperanza se encuentran las cascadas Piedra Blanca, 5 de Septiembre y cabellera de la Virgen donde se practica Canyoning, actividad que consiste en el descenso de cascadas con guías especializados de manera segura usando equipos como; arnés, casco y mosquetones necesarios para que su experiencia sea inolvidable.



**Foto:** Wilson Gonzalez

El ferrocarril de Alfaro vuelve a surcar los paisajes de la costa, grandes plantaciones de caña, banano y pueblos coloridos de gente amable, es lo que se vive al viajar en tren en su recorrido desde Durán hacia la estación de Bucay, se combina con varias actividades recreacionales como paseos a caballo, visita a comunidades, visita a grajas agro turísticas, compra de artesanías locales, que serán el recuerdo de una magnífica aventura en Bucay y Cumandá.

Para más información llamar a los teléfonos 0998725425

Dirección: Bucay-Guayas-Ecuador

Página web: [www.bucavaventura.com](http://www.bucavaventura.com)



**¡¡SU VISITA SERÁ INOLVIDABLE!!**

**i) Presupuesto del Marketing Mix**

**Tabla N° 70** Presupuesto aproximado del marketing mix

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PREIO TOTAL
Diseño de página web Con dominio	U	1	\$1.000	\$1.000
Campañas de publicidad Facebook Ads. 1 campaña mensual.	U	12	\$120	\$1.200
Publicación de artículo en prensa	U	2	\$500	\$1.000
Publicación de artículo en revista	U	2	\$500	\$1.000
Diseño e impresión de flyer	U	1.000	\$0.20	\$200
Diseño e impresión de tríptico	U	1.000	\$0.20	\$200
Diseño e impresión de Tarjeta de presentación	U	1.000	\$0.10	\$100
			<b>TOTAL</b>	<b>4.700</b>

**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2016.

## **C. ESTUDIO AMBIENTAL**

### **1. Estudio de impacto ambiental**

Se realizó la evaluación de impacto ambiental del diseño de producto en el cantón Bucay, aplicando la matriz de Leopold, con la cual se determinó y analizó las acciones implementadas que van a interactuar con los factores ambientales.

#### **a. Marco legal**

El Ecuador dispone de diversas Leyes y Reglamentos que norman la gestión ambiental y que se encuentran en vigencia para los proyectos de infraestructura. Entre las elementales y que se relacionan con el proyecto motivo del presente estudio, se citan a las siguientes: En relación al Desarrollo Sustentable y a la protección del Ambiente, en relación a la Gestión Ambiental, en relación a la protección del Ambiente Natural, en relación a la protección de los recursos naturales y control de contaminantes, en relación a la protección del Ambiente Humano.

#### **b. Constitución Política de la República del Ecuador**

Considerando la Constitución Política vigente aprobada el 28 de septiembre del 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

2) Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que

proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

3) **Art. 72.-** La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependen de los sistemas naturales afectados. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

4) **Art. 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

a) **Numeral 6.-** Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

5) **Art. 395.-** La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

a) **Numeral 1.-** El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

### **c. Ley de Gestión Ambiental**

Considerando la ley de Gestión Ambiental publicada el 30 de julio de 1999 en la cual se establece los principios y directrices de la política ambiental, determinando además las obligaciones, responsabilidades niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en materia.

### **d. Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria**

Publicado el 13 de diciembre del 2002, recoge la Legislación Ambiental vigente, unificada para facilitar el acceso a la normativa requerido, bajo en compromiso de promover el desarrollo sustentable, observado el concepto de minimizar riesgos e impacto negativos ambientales, mientras se mantengan las oportunidades sociales y económicas de sustentabilidad.

**e. Delimitación del área****1) Ubicación**

El producto turístico estará en el cantón Bucay, en las coordenadas (UTM) 707394 de longitud Este, (UTM 17S) 9756531 de latitud Norte.

**2) Características climáticas**

- a) **Temperatura promedio:** 24C°
- b) **Altitud:** la altitud promedio es de 250 m. s. n. m.
- c) **Precipitación:** promedio anual de 2000 mm.

**3) Clasificación ecológica**

El cantón Bucay ecológicamente Según Sierra, R. (1999) pertenece a las zonas: Bosque siempreverde pie montano, Bosque siempreverde montano bajo y Bosque de neblina montano.

**a. Determinación de acciones y factores de la matriz ambiental de Leopold****1) Determinación de acciones**

Las acciones que serán implementadas en este proyecto y causarán alteraciones a los distintos componentes del medio ambiente son:

**Tabla N° 71** Acciones de los productos turísticos por categoría.

CATEGORÍA	ACCIONES
A. Transformación del terreno y construcción	a) Implementación de señalética
B. Procesamiento	a) Operación turística
C. Renovación de recursos	a) Reforestación con árboles, arbustos y hierbas nativas
	b) Reciclaje de residuos sólidos
D. Cambios en tráfico	a) Tránsito de personas
	b) Tránsito de vehículos
E. Emplazamientos y tratamiento de residuos	a) Eliminación de basura
	b) Generación de aguas grises y negras
F. Socio cultural	a) Capacitaciones al personal
	b) Intercambio cultural

FUENTE: PAEZ, C. 1996

## 2) Determinación de factores ambientales

Los factores ambientales inmersos del proyecto que fueron escogidos son:

**Tabla N° 72** Componentes ambientales del producto turístico por categoría

CATEGORÍA	PARÁMETROS
A. Características físicas y químicas	
A1. Tierra	a. Suelos
	b. Erosión
A2. Agua	c. Calidad del agua
	d. Superficie del agua
B. Condiciones biológicas	
B1. Flora	a. Árboles
	b. Arbustos

	c. Hierbas
B2.Fauna	d. Pájaros
C. Factores culturales	
C1. Uso de la tierra	a. Bosques
C2. Recreación	b. Caminatas
C3. Interés estético y humano	c. Vistas escénicas d. Calidad de vida silvestre
C4. Aspecto culturales	e. Dinamización de la economía local (empleo)

FUENTE: PAEZ, C. 1996

## **b. Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold**

### **1) Determinación de magnitud**

Se determinó la magnitud en función de los factores ambientales, haciendo énfasis en la pregunta: ¿Cuánto se ha alterado el ambiente? .La magnitud fue medida con una escala de valoración de 1 al 10, sabiendo que 1 representa la magnitud menor y 10 magnitud mayor.

### **2) Determinación de importancia**

Se estableció por la trascendencia del impacto que tiene con respecto al resto, esta valoración es más subjetiva. La importancia fue medida con una escala de valoración del 1 al 10, sabiendo que 1 representa la importancia menor y 10 la importancia mayor.

### **3) Valoración de los impactos**

En el proceso de evaluación o valoración de impactos ambientales, se definieron los atributos y escala de valores para el análisis de los impactos. Los atributos establecidos para los impactos ambientales se fundamentaron en las características y el comportamiento espacio-temporal producto de la interacción activa del proyecto – componente ambiental afectando. Los valores de magnitud e importancia que se asignaron a los impactos identificados, respondieron a los valores prefijados los mismos, se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla N° 73** Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Valoración	Intensidad	Afectación	Valoración	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Media	Regional
8	Alta	Media	8	Temporal	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Nacional

FUENTE: PAEZ, C. 1996

Cabe resaltar que a este valor se antepone el signo (+) cuando genera una acción beneficiosa o el signo (-) cuando se genera una acción perjudicial

c. Evaluación de la matriz de Leopold

Tabla N° 74 Evaluación de impactos ambientales para la operación de un producto turístico en el cantón Bucay.

ACCIONES FACTORES AMBIENTALES		Llegada de turistas	Interpretación Cultural y Ambiental	Visita a finca	Caminatas	Canyoning	fotografía	Visita a las cascadas	Visita a Bosque Húmedo	Visita al trapiche	Comercialización	Traslado de turistas	Generación de basura por la operación turística	Afectaciones (+)	Afectaciones (-)	Total interacciones	Agregación de Impactos
		TIERRA	Suelos	- 3/3	-	- 2/2	- 2/2	- 2/1	-	- 2/1	- 2/3	-	-	-	- 2/3	-	7
Erosión	- 1/1		-	- 1/1	- 1/1	- 2/1	-	- 1/1	- 2/1	-	-	-	- 1/2	-	7	7	-9
AGUA	Calidad del agua	-	-	-	-	- 3/3	-	-	-	-	-	-	- 1/2	-	2	2	-10
	Superficial	- 1/1	-	- 1/1	- 3/3	-	-	- 2/1	-	-	-	-	- 2/3	-	5	5	-19



<b>ATMOSFERA</b>	Calidad del aire												- 1/1	-	2	2	-10	
<b>FLORA</b>	Árboles												- 1/2	-	1	1	-2	
	Arbustos												- 1/2	-	1	1	-2	
	Hierbas	- 1/1	- 1/1	- 1/1										-	3	3	-3	
<b>FAUNA</b>	Pájaros	+ 2/1		- 2/2									- 1/1	1	3	4	-2	
<b>USO DE LA TIERRA</b>	Bosques	+ 2/1											+ 1/1	- 1/1	2	1	3	2
<b>RECREACIÓN</b>	Caminatas			+ 2/1	+ 2/1								+ 2/2	+ 1/1	4	-	4	9
<b>INTERES ESTETICO</b>	Vistas escénicas	+ 3/3		+ 2/2	+ 2/1	+ 2/2	+ 3/3	+ 3/2	+ 2/2	+ 1/1			+ 1/1	- 2/3	10	1	11	50

<b>O Y HUMANO</b>	Calidad de vida silvestre						- 1/1						- 1/1	-	2	2	2
<b>ASPECTOS CULTURALES</b>	Dinamización de la economía	+		+		+		+	+	+	+	+		9	-	9	87
<b>Afecciones (+)</b>		2	2	3	2	2	1	2	4	3	1	1	-	21			
<b>Afecciones (-)</b>		3	1	3	5	4	1	3	5	-	-	4	8		37		
<b>Total de interacciones</b>		5	3	6	7	6	2	5	9	3	1	5	8			58	
<b>Agregación de impactos</b>		35	3	9	-7	-9	8	-6	2	3	4	1	-25				77

**PORCENTAJE:**  $77/58= 2\%$

**Tabla N° 75** Porcentaje de valores

Porcentajes %		NOMINACIÓN
<b>- 100</b>	<b>- 76</b>	altamente significativo
<b>-75</b>	<b>-51</b>	significativo
<b>-50</b>	<b>-26</b>	poco significativo
<b>-25</b>	<b>0</b>	no significativo
<b>0</b>	<b>25</b>	no significativo
<b>26</b>	<b>50</b>	poco significativo
<b>51</b>	<b>75</b>	Significativo
<b>76</b>	<b>100</b>	altamente significativo

#### **d. Análisis de los resultados de la matriz de Leopold**

Realizada la matriz de Leopold se procedió a determinar 12 las acciones que ejercerá el proyecto sobre el área, así como también se determinaron 14 factores ambientales que pueden ser afectados con cualquier tipo de las acciones anteriores.

Luego de determinar la relación de causalidad entre las acciones (filas) y los factores ambientales (columnas) se identificó un total de 58 interacciones; de las cuales 21 son positivas y 37 son interacciones negativas.

Los resultados de la matriz de impactos ambientales refleja que las acciones que causan aspectos positivos y que acumulan más puntos son: visita al boque húmedo (4 puntos con 9 interacciones), caminatas (3 puntos con 6 interacciones), visita al trapiche (3 puntos con 3 interacciones), visita a las cascadas (2 puntos con 5 interacciones).

Y las acciones que causan aspectos negativos y que acumulan menos puntos son: generación de basura por operación turística (-8 puntos con 8 interacciones), caminatas (-5 puntos con 7 interacciones), visita al bosque húmedo (-5 puntos con 9 interacciones).

Los resultados de la matriz refleja que los factores ambientales que pueden ser afectados positivamente por las acciones y que acumulan más puntos son: llegada de turistas (35 puntos con 5 interacciones), visita a la finca (9 puntos con 6 interacciones), como fotografía (8 puntos con 2 interacciones).

Y los factores ambientales que pueden ser afectados negativamente y que acumulan el menor puntaje son: generación de basura por operación turística (-25 puntos con 8 interacciones), canyoning (-9 puntos con 6 interacciones), caminatas (-7 puntos con 7 interacciones).

**e. Acciones y requerimientos para mitigación de los impactos ambientales**

**Tabla N° 76** Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales

Daños por procesos de producción y actividades		Acciones / Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo \$
Tierra	Compactación	Controlar el tránsito excesivo de turistas.	Señalética y orientativa de prohibición, prevención y concienciación.	300,00
	Erosión	Implementar señalética y orientativa de prohibición y prevención de tránsito en zonas frágiles.	Señalética y orientativa de prohibición, prevención y concienciación.	300,00
Agua	Calidad del agua	Implementar manual de buenas prácticas ambientales.	Manual de buenas prácticas.	250,00
		Sistema de recolección de agua lluvia para jardines.	Tanques recolectores de agua lluvia y manguera para su distribución	400,00
		Capacitar al personal, talleres al personal sobre el uso y reciclaje del agua.	Material didáctico para charla	250,00
Atmosfera	Calidad del aire	Reforestar. Capacitar al personal, sobre el aire.	Plantas nativas para sembrar. Material didáctico para la charla.	250,00
Flora	Arboles	Identificación de especies.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico.	200,00
		Reforestar.	Plantas nativas.	200,00

	Arbustos	Identificación de especies Reforestar.  Plantas nativas.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico.  Plantas nativas.	200,00  200,00
	Hierbas	Identificación de especies Reforestar.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico.	200,00
Fauna	Pájaros	Implementar señalética de prohibición, prevención y concienciación. No molestar.  Capacitar al personal sobre la fauna.  Explicar a los turistas sobre la importancia de las especies animales.	Señalética de prohibición, prevención y concienciación.  Material didáctico para la charla.	200,00  200,00
Uso de la tierra	Bosques Comercialización de productos turísticos	Implementar el manual de buenas prácticas para el turismo sostenible para la operación turística.  Capacitar al personal.	Manual de buenas prácticas para el turismo sostenible para la ruta turística.  Material didáctico para la charla.	300,00  250,00
Recreación	Caminatas	Implementar señalética de ubicación, prevención y concienciación para la operación turística.  Evitar concentraciones excesivas de turistas.  Capacitar al personal.	Señalética de ubicación, prevención y concienciación.  Material didáctico para la charla.	300,00  200,00

Interés estético y humano	Vistas escénicas	Implementar señalética interpretativa para la operación turística.	Señalética interpretativa para la operación turística.	300,00
	Calidad de vida silvestre.	Capacitar al personal. Talleres a la comunidad sobre el patrimonio natural.	Material didáctico para la charla.	200,00
Aspectos culturales	Dinamización economía local (empleo)	Contratar mano de obra local	Contratar personal local.	366,00
<b>TOTAL</b>				<b>4866,00</b>

**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2016.

## **D. VIABILIDAD LEGAL Y ADMINISTRATIVA.**

### **1. Estudio legal**

La actividad turística se encuentra amparada en un amplio marco legal que inicia con la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, Ley de Compañías entre otras.

#### **a) Constitución Política del Ecuador**

De la Constitución de la República del Ecuador aprobada en 2008. se consideran los siguientes artículos.

Son deberes primordiales del estado: promover el desarrollo justo y equilibrado del Territorio, así como la defensa del patrimonio cultural y natural. (Art. 3).

El Estado reconoce el derecho de la población de vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, a la recreación y esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (Art. 14 y 24).

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía nacional: Comunitaria, cooperativa, empresarial, pública o privada, asociativa, familiar, domestica, autónoma y mixta. (Art. 319).

#### **b) Ley de turismo del Ecuador**

Turismo es el ejercicio de las actividades asociadas con el desplazamiento de personas a lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente. (Art. 2).

Son consideradas actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de manera habitual a las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transporte
- Operación
- La intermediación, agencia de servicios turísticos y organización de eventos. (Art. 5).

Para ejercicio de las actividades turísticas se requiere obtener el Registro de Turismo y la Licencia anual de funcionamiento.



El Registro consiste en la inscripción del prestador de Servicios turísticos por una sola vez en el Ministerio de Turismo, en el registro se Establecerá la clasificación y categoría. (Art. 8 y9).

El Ministerio de turismo, municipio o concejo provincial, concederán la licencia única anual de funcionamiento. (Art. 10).

### **c) Reglamento General a la ley de Turismo.**

#### **1) De la Operación turística**

El Reglamento General a la Ley de Turismo define a la Operación turística como las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

La operación turística se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación cuando las agencias de viajes u operadoras provean su propio transporte. Esa actividad se considerará parte del agenciamiento. (Art.43).

No puede ejercer actividades turísticas, por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60. Las sociedades civiles sin fines de lucro, definidas como tales por el Título XXX del Código Civil ecuatoriano; y las instituciones del Estado (Art. 46)

#### **2) Del Registro Único de Turismo**

Obligación del Registro Único de Turismo. Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo (Art. 47)

Pago por concepto de registro. El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores

podrán ser ajustados anualmente. El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva. (Art. 48)

### **3) De la Licencia Anual de Funcionamiento**

Requisito previo para la operación. Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente (Art. 55)

Pago de la licencia. El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente (Art. 60)

### **d) Reglamento General de Actividades Turísticas.**

#### **1) De las Agencias de Viajes.**

Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido. (Art. 77)

Las actividades de las agencias de viajes desarrolladas dentro y fuera del país son:

- La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales

- La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior
- La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.)
- La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional
- Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos
- La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios
- La entrega de información turística y difusión de material de propaganda.
- La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística
- El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado
- La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones
- La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

- a. Mayoristas;
- b. Internacionales; y,
- c. Operadoras.

Los locales que se destinen al funcionamiento de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax, y una batería de servicios higiénicos (Art. 83)

Servicios de agencias operadoras. - Todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos directamente, tanto nacional como internacionalmente.

Su actividad se desarrollará dentro del siguiente marco:

- a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;
- b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;
- c. Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;
- d. Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- e. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo. Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente. Para la operación del transporte turístico dentro del país, la operadora deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro. Los guías responsables del transporte deberán portar siempre su licencia debidamente autorizada, al igual que la orden de servicio sellada y fechada por la operadora a su cargo. No podrán prestar el servicio de transporte turístico ninguna persona natural o jurídica, que no esté registrada legalmente en el Ministerio de Turismo, como agencia de viajes operadora. (Art. 89).

**Guías Profesionales de Turismo.** – Son profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y facultadas para ello, que conducen a uno o más turistas nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional. (Art. 118).

**Los Guías profesionales de turismo se clasifican en:**

**Guía Nacional.** – Es el profesional de turismo debidamente autorizado para conducir turistas dentro de todo el territorio nacional exceptuando las áreas de especialización.

**Guía Nativo.** – Es el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos, habilitados por el Ministerio de turismo para conducir turistas dentro del área que corresponda al territorio del grupo étnico del cual proviene.

**Guía Especializado.** - Es el profesional guía de turismo, que demuestre poseer los suficientes conocimientos académicos, experiencias y prácticas especializadas que le habiliten para conducir grupos de turistas en sitios o zonas geográficas específicas. (Art. 119).

**e) Registro Único de Contribuyente**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el Instrumento que tiene como función registrar e identificar con fines impositivos y como propósito informar a la administración tributaria. Para obtener el RUC de la persona jurídica se requiere:

- 1) La escritura de la constitución de la compañía.
- 2) Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal.
- 3) Llenar el formulario correspondiente.

**f) Ley de compañías**

Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: (Art. 2)

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a. Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b. La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c. Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías. (Art. 20).

**g) Propuesta legal para constituir una Operadora de Turismo.**

Los requisitos legales para constituir una Operadora de Turismo son los siguientes:

- 1) Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará la Empresa.
- 2) Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el registro mercantil.
- 3) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes de la persona jurídica solicitante, en la que conste como objeto la prestación de servicios turísticos de: operación y venta.
- 4) Declaración de activos fijos, para la declaración del uno por mil.
- 5) Copia certificada del representante legal
- 6) Currículo Vitae, de los ejecutivos y nóminas del personal administrado. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos 6 años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, deberá la agencia de viajes u operadora, contratar a una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas con una experiencia mínima de 6 años a nivel ejecutivo o el título académico en administración turísticas o sus equivalentes.
- 7) Licencia anual de funcionamiento, será expedida por la Municipalidad del cantón Bucay, deberá adjuntarse el Registro de Turismo expedido por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

#### **h) Requisitos a cumplir para la Operación.**

Requisitos para la prestación del servicio. - Se refieren a los requisitos mínimos que deben cumplirse para la adecuada atención al turista y para asegurar la prestación de los servicios conforme a la ley.

Son los siguientes:

- 1) Infraestructura (cuando aplique), equipamiento, accesorios y equipos mínimos para el desarrollo de cada modalidad de aventura, que se describen en el presente Acuerdo, sean estos propios o alquilados y deberán estar en buen estado de funcionamiento acorde a la modalidad que se realiza, ser homologados, cumplir con normas y, estándares internacionales y contar con certificaciones UL, ULC, CE o UIAA y deberán estar acordes al peso, altura y edad del turista que los utilice.
- 2) Plan de mantenimiento y reposición de materiales, accesorios, equipos, equipamiento e infraestructura.
- 3) Formulario de "Descargo de Responsabilidad y Asunción de Riesgos" como documento habilitante al comprobante de venta.

- 4) Medios de transporte apropiados para la operación turística de aventura que cumplan con la regulación de la Agencia Nacional de Tránsito.
- 5) Guías especializados para todas las modalidades turísticas de aventura.

**i) Requisitos para la operación de Canyoning.**

El Ministerio de Turismo, mediante el Reglamento de Actividades turísticas de aventura, 2014. Establece los siguientes requisitos para la operación de actividad de canyoning:

Art. 18.- Definición. - Modalidad turística de aventura cuyo fin es el descenso de cañones, cascadas y cursos de agua, de diverso nivel de dificultad y compromiso, mediante el uso de técnicas de escalada, tales como rapel, cruces con cuerda, anclajes y aseguramiento bajo caídas de agua.

Art. 19.- Número de turistas. - Los grupos de turistas o excursionistas que realizan esta actividad estará conformado desde 1 hasta máximo 8 turistas o excursionistas. Cada grupo debe contar con al menos 2 guías para realizar esta actividad, sin perjuicio de que la agencia operadora o dual de actividades de turismo de aventura establezca un mayor número de guías debido a la dificultad técnica de la modalidad, la preparación técnica del turista o excursionista.

De existir dos o más grupos, cada grupo debe salir con al menos 15 minutos de diferencia del que le precede, tiempo que puede aumentar de acuerdo al grado de dificultad de la modalidad, cada grupo debe contar con el mínimo de 2 guías.

Art. 20.- Edad mínima. - La edad mínima para la realización de la modalidad es de ocho años hasta que el Ministerio de Turismo categorice los cañones donde se practique la modalidad turística de canyoning de acuerdo a la clasificación de cañones de la Federación Francesa de Escalada y especifique para cada uno de ellos la edad mínima mediante acuerdo ministerial.

Art. 21.- Equipamiento y accesorios. - Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad de canyoning son los siguientes:

1. Equipo para el turista

- a. Trajes de neopreno o material equivalente, en caso que las condiciones ambientales lo requieran, cuyo espesor debe tener relación con el riesgo de hipotermia, reforzados con protecciones en codos, rodillas y posaderas, que permitan confort y movimiento.
- b. Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías.
- c. Casco
- d. Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña.

- e. Calzado, con base antideslizante.
- f. Descendedor de seguridad con su respectivo mosquetón de seguro.
- g. Línea de vida con su respectivo mosquetón de seguro.
- h. 2 Mosquetones HMS de seguro.
- i. Linterna frontal resistente al agua, con baterías de repuesto para los turistas o excursionistas, según se requiera.
- j. Silbato.
- k. Gafas de piscina o buceo en caso que exista la necesidad de sumergirse
- l. Punto de encorde adicional entre el arnés y el mosquetón, útil para rescates en caso de emergencia.

## 2. Administrativo

La empresa debe ser manejada eficazmente y de manera ordenada, para esto se establece un nivel organizacional mínimo requerido.

**Nivel Directivo:** Está conformado por los socios o accionistas.

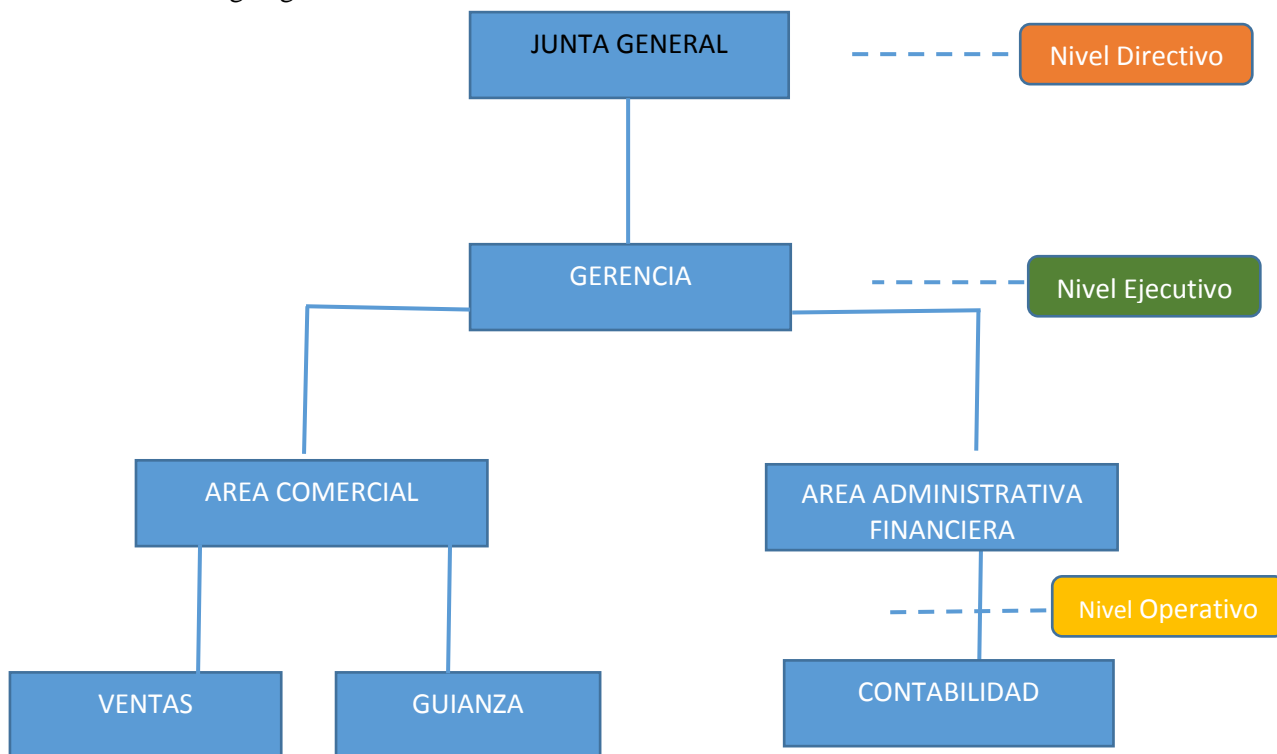
**Nivel Ejecutivo:** Está conformado por la Gerencia

**Nivel Operativo:** Conformado por los departamentos o áreas: Comercial y de producción, Administrativo y Financiero.



### 1) Organigrama estructural.

**Grafico N° 42** Organigrama estructural

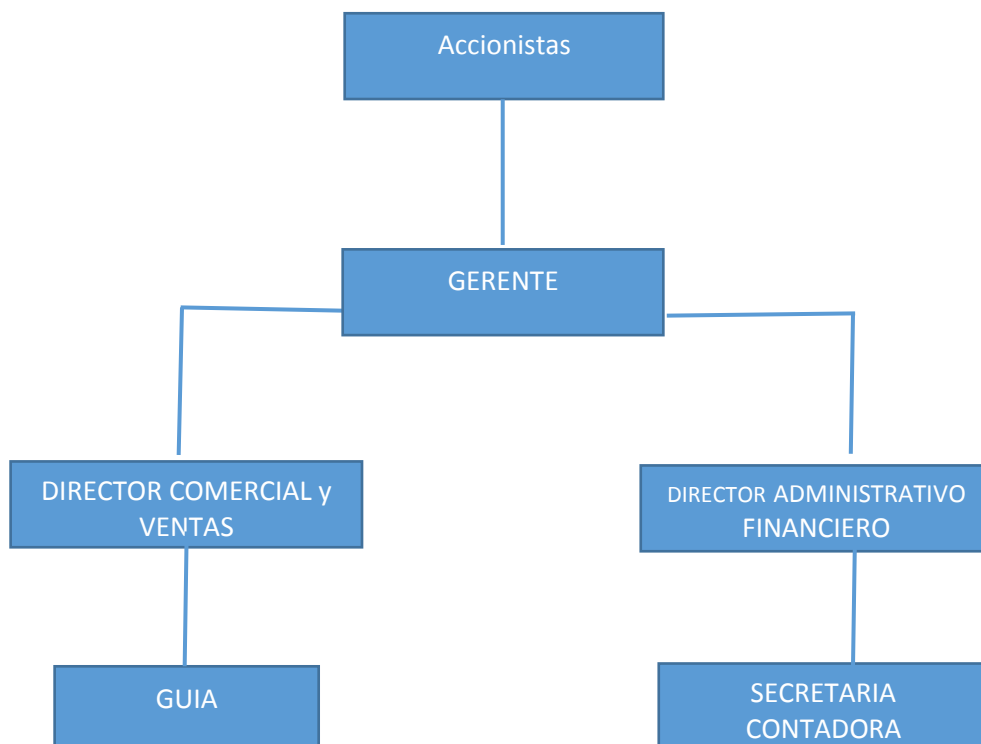


**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2016.

## 2) Organigrama funcional

En base al organigrama estructural se estableció el personal necesario para el manejo y desarrollo de la empresa, para lo cual se designó las funciones en el siguiente Organigrama:

**Grafico N° 43 Organigrama funcional**



Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2016.

### 3) Talento Humano

#### a) Cargos y funciones del talento humano

**Tabla N° 77** Cargos y funciones del talento humano

CARGOS	FUNCIONES
<b>Gerente</b>	Lleva la dirección de la empresa, responsable del buen funcionamiento, desarrollo y productividad de la misma.
<b>Director Comercial y Ventas</b>	Planifica, coordina y supervisa la promoción y venta de los servicios ofertados por la empresa. Encargado del diseño, planificación y coordinación de la operación de los productos.
<b>Guía</b>	Encargado Informar, orientar y conducir a los turistas en las áreas destinadas para la ejecución de actividades turísticas.
<b>Director administrativo y Financiero</b>	Encargado del manejo y control financiero de la empresa. Además es encargado de la gestión y organización del personal de la Empresa.
<b>Secretaría Contadora</b>	Revisa, informa, y procesa, toda clase de documentos relacionados con la empresa.

Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2016.

### 4) Manual de funciones

**Tabla N° 78** Manual de funciones

PUESTO / CARGO	COMPETENCIAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Organiza y dirige reuniones periódicas de trabajo del área operativa</li> <li>· Dirige y controla la operación de la agencia - operadora.</li> <li>· Ofrece una amplia información de los servicios que presta la agencia - operadora.</li> <li>· Cuida que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés.</li> <li>· Cumple y hace cumplir los estatutos y políticas de la Empresa.</li> <li>· Aprueba los programas y planes de sus funcionarios.</li> <li>· Prepara el plan operativo anual.</li> <li>· Mantiene relaciones públicas con las instituciones del ramo.</li> <li>· Formula políticas para la realización de reservaciones.</li> <li>· Suscribe los documentos que le permita la ley.</li> <li>· Recibe y registra llamadas del personal administrativo de otras agencias operadoras.</li> <li>· Realiza reservaciones y contrataciones de servicios.</li> </ul>

PUESTO / CARGO	COMPETENCIAS
<b>GERENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Realiza evaluaciones mensuales de los comentarios de los turistas.</li> <li>· Gestiona capacitación permanente para el personal.</li> <li>· Elabora y registra una base de datos con la nómina de trabajadores.</li> <li>· Fija horarios de trabajo.</li> <li>· Concede, certifica y justifica permisos, faltas y enfermedades de los trabajadores.</li> <li>· Atiende las inquietudes del personal administrativo y operativo.</li> <li>· Atiende las inquietudes del personal administrativo y operativo.</li> <li>Supervisa el mantenimiento preventivo y correctivo de equipos, materiales, insumos y materia prima para la adecuada prestación de servicios.</li> <li>· Realiza control de calidad en cada uno de las áreas de producción.</li> <li>· Realiza recorridos periódicos por todos los proveedores de servicios turísticos.</li> <li>· Establece contacto con proveedores para el adecuado desarrollo de las unidades de operación.</li> <li>· Coordina de acuerdo a los requerimientos de la operación con los proveedores y/o responsables de servicios.</li> <li>· Supervisa el desenvolvimiento eficiente de los itinerarios.</li> <li>· Actualiza el inventario de los bienes de la empresa.</li> <li>· Vela por mantener en las mejores condiciones las instalaciones, maquinaria, mobiliario, etc., que se utiliza en laS áreas operativas.</li> <li>· Supervisa el mantenimiento de las instalaciones, decoraciones, mobiliario, senderos, etc.</li> </ul>
<b>COORDINADOR DE MARKETING Y VENTAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Coordina actividades vinculadas a la difusión turística</li> <li>· Realiza análisis de mercado</li> <li>· Recopila material fotográfico, bibliográfico para la elaboración de medios de difusión turística</li> <li>· Maneja relaciones públicas y con otro tour operadoras</li> <li>· Controla el stock de material promocional</li> <li>· Crea paquetes y tarifas especiales con fines promocionales</li> <li>· Programa visitas de familiarización (fam trip) para potenciales clientes</li> <li>· Controla y supervisa presupuestos de ventas</li> <li>· Determina estrategias de venta</li> <li>· Maneja transacciones de dinero en efectivo o en cheque</li> <li>Define la cadena de distribución</li> <li>· Crea paquetes y tarifas especiales</li> <li>· Maneja una base de datos de los clientes</li> <li>· Busca mercados potenciales</li> <li>· Participa en eventos que representan oportunidad de cerrar nuevos negocios.</li> </ul>
<b>DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Toma decisiones de carácter administrativo y económico dentro de su capacidad</li> <li>· Remite informes administrativos, contables y financieros al Gerente.</li> <li>· Elabora planes y programas de su competencia</li> <li>· Responde por los fondos de la empresa con su firma en los cheques y la del Gerente</li> <li>· Lleva el control de los suministros y existencias.</li> <li>· Expide facturas y percibe el importe de las mismas</li> </ul>

PUESTO / CARGO	COMPETENCIAS
<b>FINANCIERO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Realiza los pagos de materia prima, insumos y otras obligaciones</li> <li>· Lleva el control diario de todos los ingresos y gastos de la empresa, es decir un proceso contable que incluya: Plan de cuentas, Estado de situación inicial, Diario General, Diario Mayor, Balance de comprobación, Estados y análisis Financieros</li> <li>· Formula declaraciones fiscales</li> <li>· Realiza conciliaciones bancarias Ordena, clasifica y archiva comprobantes de ingresos y egresos</li> </ul>
<b>GUIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Prepara las condiciones más favorables para el tour</li> <li>· Coordina con el encargado de alimentos y bebidas la alimentación de su grupo</li> <li>· Realiza guianza de grupos</li> <li>· Cuida de la seguridad de los turistas</li> <li>· No usa drogas ni alcohol</li> <li>· Cuida de aspectos higiénicos antes de manipular los alimentos</li> <li>· Mantiene contacto estrictamente como guía con el turista durante el tour</li> <li>· Cuida del comportamiento de su grupo durante el recorrido</li> <li>· No pide regalos, ni discute con sus compañeros de trabajo frente al turista</li> <li>· Interpreta flora y fauna del sitio y cuida de ellas.</li> <li>· Es responsable de la infraestructura turística</li> <li>· Cuida de los equipos y herramientas</li> <li>· Cuida de su vocabulario durante el tour (no habla malas palabras)</li> <li>· Está facultado para recibir turistas en la agencia y explicarles sobre los productos</li> <li>· Maneja conocimientos de primeros auxilios</li> <li>· Revisar el buen estado de equipos y materiales para usarlos en el tour.</li> <li>· Se encarga de recrear y reproducir la experiencia del tour en un cd de fotografías que será entregado a cada uno de los visitantes.</li> </ul>

### 5) Perfil requerido del recurso humano

Tabla N° 79 Perfil del recurso humano

No.	CARGO/PUESTO	REQUISITOS FORMATIVOS Y COGNOSCITIVOS	DEPENDENCIA
1	Gerente	Título Superior en Administración, Turismo o Ecoturismo. Experiencia mínima de dos años en actividades similares. Habilidades en Negocios y Relaciones Humanas.	Junta de Accionistas
1	Secretario/a – Contador/a	Título Superior en Finanzas o Contador Público Autorizado o Licenciado en Contabilidad Pública y Auditoría Experiencia mínima de un año en actividades similares. Conocimientos actualizados de programas contables financieros Amplio conocimiento de la Ley de Régimen Tributario	Gerencia
1	Coordinador de Marketing y Ventas	Título Superior en Marketing, Economía, Gestión Comercial o Administración Amplia capacidad para las relaciones humanas. Experiencia mínima de un año en cargos similares Excelentes relaciones públicas	Gerencia
1 1	Guías especializados Guías nativos	Licencia de Guía Nativo Licencia de Guía Especializado Conocimiento de Inglés Conocimiento de técnicas de guiar y manejo de grupos Conocimiento de flora y fauna de la zona Alto sentido de responsabilidad y Honradez	Jefe de Producción

Elaborado

por: Doris Villalba, 2011.

## 6) Sueldos y salarios del recurso humano

**Tabla N° 80** Sueldos y salarios del recurso humano

CANTIDAD	PUESTO/CARGO	SUELDO MENSUAL	IESS 11.15%	DECIMOS		SUELDO ANUAL
				3	4	
1	Gerente/Administrador	700	78.05	1.008	366	10.710.6
1	Secretaria/Contadora	400	44.60	576	366	6.277.2
1	Guía especializado	500	55.75	720	366	7.755
1	Guías Nativo	366	40.80	527	366	5.774.6
<b>TOTAL</b>						<b>30.517.4</b>

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2016.

## 7) Normas y Reglamento para empleados y visitantes.

El Ministerio de Turismo mediante el Reglamento de Actividades Turística de Aventura, 2014. establece el siguiente reglamento a seguir para empleados y visitantes:

### a) Normas para los empleados.

Políticas generales para el personal

- Mantener una relación amable y respetuosa con los turistas.
- Trabajar de manera coordinada, conjunta y respetuosa con el resto del personal.
- Prohibido ingerir bebidas alcohólicas y sustancias psicotrópicas en horario de trabajo o en las horas libres que se encuentren dentro de los senderos o comunidades.
- Ser puntual y mostrar ética profesional en todas las actividades que se le encomiende.
- Se atenderán las necesidades y se responderán las inquietudes de los turistas con prontitud y amabilidad.
- Dar buena imagen física y psicológica a los turistas a fin de lograr la confianza de los mismos.
- Evitar o solucionar cualquier contratiempo relacionado con peleas, y discusiones entre turistas.
- Se prohíbe tomar las pertenencias de los turistas.

- En el caso de que el visitante olvide alguna pertenencia se procurará, la entrega inmediata, de conseguirla, se informará y guardará hasta que su dueño la solicite.

**b) Los guías de turismo de tendrán las siguientes obligaciones:**

El Ministerio de Turismo mediante el Reglamento de Actividades Turística de Aventura, 2014, establece el siguiente reglamento a seguir para los Guías de turismo:

- Verificar las modalidades turísticas de aventura contratadas por el turista y coordinar con la agencia de viajes operadora o dual la logística necesaria para desarrollar en el momento y lugar adecuado cada una de las modalidades de aventura para la que fuere contratado.
- Solicitar a la agencia de viajes operadora o dual que entregue los formularios de "Descargo de Responsabilidades y Asunción de Riesgos" del turista participante previo al inicio de la modalidad turística de aventura contratada.
- Respetar y cumplir los lineamientos de cada una de las modalidades turísticas de aventura que se vayan a realizar acorde a lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Dar al turista una "Charla Instructiva Técnica y de Seguridad" de la modalidad turística de aventura que fuese a realizar.
- Llevar siempre, en el caso de guías, su licencia de guía especializado de turismo de aventura y para los instructores, el correspondiente certificado de la modalidad que vayan a realizar con los turistas. Tanto las licencias como los certificados deberán estar vigentes.
- Previo a la realización de modalidades de aventura, chequear que los equipos que los clientes hayan traído personalmente y el equipo, accesorios y equipamiento proporcionado por la agencia de viajes operadora o dual se encuentren en óptimas condiciones de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo, cumpliendo además estándares y normas internacionales.
- No permitir la realización de modalidades turísticas de aventura a menores de edad sin el respectivo permiso escrito de sus padres o responsables mayores de edad, ni que los turistas realicen las modalidades cuando no hayan cumplido la edad mínima, peso y altura establecidos para cada modalidad.



- Verificar y respetar los niveles técnicos y capacidad física de sus clientes, sus propios límites y de los demás guías o instructores que le acompañen.
- Verificar que los diferentes niveles de dificultad técnica de los espacios en los que se realiza las modalidades de aventura, estén acordes a la capacidad técnica y física del turista.
- En caso de incidentes o accidentes, el guía o instructor deberá comunicar a las Entidades pertinentes de servicios de emergencia, rescate y/o evacuación y a la agencia de viajes operadora o dual lo acontecido. Además, deberá proporcionar el tipo de sangre y datos de cobertura médica y seguros del turista, si los tuviese.

**c) Visitantes.**

El Ministerio de Turismo mediante el Reglamento de Actividades Turística de Aventura, 2014. establece el siguiente reglamento a seguir para los visitantes:

Los turistas que realicen modalidades turísticas tendrán las siguientes obligaciones:

- Leer detenidamente el precio estipulado por la agencia de viajes operadora o dual para cada una de las modalidades turísticas de aventura que se oferte, previo a su contratación.
- Firmar el formulario de "Descargo de Responsabilidades y Asunción de Riesgos" previo a la realización de modalidades turísticas de aventura.
- Respetar y cumplir con los lineamientos de cada una de las modalidades turísticas de aventura que se vayan a realizar acorde a lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Escuchar la "Charla Instructiva Técnica y de Seguridad" que esté proporcionando el guía o instructor.
- Los turistas menores de edad no pueden realizar modalidades turísticas de aventura sin el respectivo permiso escrito de sus padres o responsables mayores de edad ni podrán realizar las modalidades cuando no hayan cumplido la edad mínima, peso y altura establecidos para cada modalidad.
- Entregar a la agencia de viajes operadora o dual la siguiente información personal: - Nombres y apellidos - Nacionalidad - Fecha de nacimiento - Número de documento de identidad y/o pasaporte - Tipo de sangre - Nombre y datos de la persona a contactar en caso

de emergencia - Datos de cobertura médica y seguros, si los tuviese - Condiciones médicas y alergias

## D. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 1. Viabilidad económica

#### a. Inversiones del proyecto

Tabla N° 81 Inversiones del proyecto

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo Total
<b>Inversiones fijas</b>				
Arriendo	1	1	\$200	\$2.400
Equipos de computo	1	GLB	\$900	\$900
Muebles y enseres	1	GLB	\$1.500	\$1.500
Equipos para Canyoning	10	GLB	\$375	\$3.750
<b>Sub total</b>				<b>\$8.550</b>
<b>Activos diferidos</b>				
Gastos Conformación de la compañía	1	GLB	\$1.500	\$1.500
Promoción y publicidad	1	GLB	\$4.700	\$4.700
Patentes Municipales (LUAF)	1	GLB	\$200	\$200
Permisos de Bomberos	1	GLB	\$25	\$25
<b>Sub total</b>				<b>\$6.425</b>
<b>Capital de trabajo</b>				
Servicios básicos	1	GLB	\$600	\$600
Sueldos y salarios	1	GLB	\$30.517.5	\$30.517.5
<b>Sub total</b>				<b>\$31.117.5</b>
<b>Total</b>				<b>\$46.092.5</b>

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

**b. Fuentes y usos del proyecto**

**Tabla N° 82 Fuentes y usos del proyecto**

Rubro	Cantidad	Costo Unitario	Inversión Total	Recurso Propio	Préstamo
<b>Inversiones fijas</b>					
Arriendo	1	\$200	\$2.400		\$2.400
Equipos de computo	1	\$900	\$900	\$900	
Muebles y enseres	1	\$1.500	\$1.500	\$1.500	
Equipos para Canyoning	15	\$250	\$3.750	\$3.750	
<b>Activos diferidos</b>					
Gastos Conformación de la compañía	1	\$1.500	\$1.500	\$1.500	
Promoción y publicidad	1	\$4.700	\$4.700	\$4.700	
Patentes Municipales (LUAF)	1	\$200	\$200	\$200	
Permisos de Bomberos	1	\$25	\$25	\$25	
<b>Capital de trabajo</b>					
Servicios básicos	1	\$600	\$600		\$600
Sueldos y salarios	1	\$30.517.5	\$30.517.5		\$30.517.5
<b>Sub total</b>			<b>\$31.117.5</b>		
<b>Total</b>			<b>\$46.092.5</b>	<b>\$12.575</b>	<b>\$33.517.5</b>

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

**c. Financiamiento del proyecto.**

**Tabla N° 83 Financiamiento del Proyecto.**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
<b>Recurso propio</b>	\$ 12.575,00
<b>Préstamo</b>	\$ 33.517,50
<b>Total asignación</b>	\$ 46.092,50

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

d. Cálculo de depreciaciones

1) Depreciación de activos fijos

**Tabla N° 84** Depreciaciones de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	% DEPRECIACION	DURACIÓN DEL PROY	AÑOS POR LEY	DEPRE. ANUAL	VALOR SALVAMENTO	VALOR DEPRECIACIÓN
Equipos de computo	\$ 900,00	33	5	3	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 900,00
Muebles y enseres	\$ 1.500,00	10	5	10	\$ 150,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Equipos para Canyoning	\$ 3.750,00	10	5	10	\$ 375,00	\$ 1.875,00	\$ 1.875,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 825,00</b>	<b>\$ 2.625,00</b>	<b>\$ 3.525,00</b>

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

**Tabla N° 85** Referencia de depreciaciones.

Activos Fijos	% Anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipo de cómputo y software	33%

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

## 2) Depreciación de activos diferidos

**Tabla N° 86** Depreciaciones de activos diferidos

<b>DIFERIDO</b>	<b>VALOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Gastos Conformación de la compañía</b>	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>Promoción y publicidad</b>	\$ 4.700,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00	\$ 940,00
<b>Patentes Municipales (LUAF)</b>	\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>Permisos de Bomberos</b>	\$ 25,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>Total</b>	<b>\$ 6.425,00</b>	<b>\$ 1.285,00</b>	<b>\$ 1.285,00</b>	<b>\$ 1.285,00</b>	<b>\$ 1.285,00</b>	<b>\$ 1.285,00</b>

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

e. **Calculo del pago de la deuda.**

**El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:**

**Préstamo:** 33.517,5

**Plazo:** 5 años

**Capitalizable:** anual

**Interés:** 12%

**Tabla N° 87** Calculo del pago de la deuda.

PERIODO	CAPITAL PRESTADO	INTERES	CAPITAL PAGO	CUOTA PAGO	SALDO
<b>Año 1</b>	\$ 33.517,50	\$ 804,42	\$ 6.703,50	\$ 7.507,92	\$ 30.031,68
<b>Año 2</b>	\$ 33.517,50	\$ 804,42	\$ 6.703,50	\$ 7.507,92	\$ 22.523,76
<b>Año 3</b>	\$ 33.517,50	\$ 804,42	\$ 6.703,50	\$ 7.507,92	\$ 15.015,84
<b>Año 4</b>	\$ 33.517,50	\$ 804,42	\$ 6.703,50	\$ 7.507,92	\$ 7.507,92
<b>Año 5</b>	\$ 33.517,50	\$ 804,42	\$ 6.703,50	\$ 7.507,92	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.022,10</b>	<b>\$ 33.517,50</b>	<b>\$ 37.539,60</b>	

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

## f. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.

Tabla N° 88 Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>					
<b>Transporte</b>	\$ 53.208,48	\$ 56.214,76	\$ 59.390,89	\$ 62.746,48	\$ 66.291,65
<b>Alimentación</b>	\$ 51.844,16	\$ 54.773,36	\$ 57.868,05	\$ 61.137,59	\$ 64.591,87
<b>Hospedaje</b>	\$ 30.697,20	\$ 32.431,59	\$ 34.263,98	\$ 36.199,89	\$ 38.245,19
<b>Actividades</b>	\$ 9.209,16	\$ 9.729,48	\$ 10.279,19	\$ 10.859,97	\$ 11.473,56
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 144.959,00	\$ 153.149,18	\$ 161.802,11	\$ 170.943,93	\$ 180.602,26
<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>Servicios básicos</b>	\$ 600,00	\$ 672,00	\$ 752,64	\$ 842,96	\$ 944,11
<b>Sueldos y salarios</b>	\$ 30.517,50	\$ 32.241,74	\$ 34.063,40	\$ 35.987,98	\$ 38.021,30
<b>Arriendo</b>	\$ 2.400,00	\$ 825,00	\$ 825,00	\$ 825,00	\$ 825,00
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 33.517,50	\$ 33.738,74	\$ 35.641,04	\$ 37.655,94	\$ 39.790,41
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>					
<b>Intereses</b>	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42
<b>COSTOS DE VENTA</b>					
<b>Promocion</b>	\$ 4.700,00	\$ 4.965,55	\$ 5.246,10	\$ 5.542,51	\$ 5.855,66
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 4.700,00	\$ 4.965,55	\$ 5.246,10	\$ 5.542,51	\$ 5.855,66
<b>TOTAL</b>	\$ 183.980,92	\$ 192.657,89	\$ 203.493,67	\$ 214.946,80	\$ 227.052,76

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

**g. Estructura de ingresos**

Para la estructura de ingresos se consideró el número total de la demanda objetivo, la cual ha sido distribuida para los dos productos diseñados, así el 70% pertenece al producto N°1 y el 30% al producto N° 2, para esto se tomó como referencia el estudio de la demanda, tomando el porcentaje de personas que les gustaría hacer un tour de 1 día y el porcentaje de quienes les gustaría tour de 2 días.

**Tabla N° 89** Estructura de ingresos

ITEMS/RUBROS		AÑOS				
		1	2	3	4	5
<b>Paquete N°1</b>	CLIENTES POR AÑO	4.775	5061,627	5365,325	5687,244	6028,479
	PRECIO DEL PRODUCTO	\$ 17,54	\$ 18,34	\$ 19,44	\$ 20,60	\$ 21,84
<b>Paquete N°2</b>	CLIENTES POR AÑO	2.046	2169,2688	2299,424928	2437,390424	2583,633849
	PRECIO DEL PRODUCTO	\$ 54,45	\$ 56,92	\$ 59,51	\$ 62,21	\$ 65,03
<b>CLIENTES TOTALES POR AÑO</b>		6822	7.231	7.595	8.125	8.612
<b>INGRESOS TOTALES</b>		\$ 195.186,44	\$ 216.290,78	\$ 241.113,36	\$ 268.797,38	\$ 299.674,19

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.



## h. Estado de resultados

Tabla N° 90 Estado de resultados.

<b>ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
<b>Ventas netas</b>	\$ 195.186,44	\$ 216.290,78	\$ 241.113,36	\$ 268.797,38	\$ 299.674,19
<b>- Costos de producción</b>	\$ 144.959,00	\$ 153.149,18	\$ 161.802,11	\$ 170.943,93	\$ 180.602,26
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	\$ 50.227,44	\$ 63.141,60	\$ 79.311,24	\$ 97.853,45	\$ 119.071,93
<b>-Costos de administración</b>	\$ 33.517,50	\$ 33.738,74	\$ 35.641,04	\$ 37.655,94	\$ 39.790,41
<b>-Costos de ventas</b>	\$ 4.700,00	\$ 4.965,55	\$ 5.246,10	\$ 5.542,51	\$ 5.855,66
<b>(=) Utilidad operativa</b>	\$ 12.009,94	\$ 24.437,31	\$ 38.424,10	\$ 54.655,01	\$ 73.425,86
<b>-Costo financiero</b>	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42
<b>Activo diferido</b>	\$ 1.285,00	\$ 1.285,00	\$ 1.285,00	\$ 1.285,00	\$ 1.285,00
<b>(=) Utilidad neta antes de rep de utilidades</b>	\$ 9.920,52	\$ 22.347,89	\$ 36.334,68	\$ 52.565,59	\$ 71.336,44
<b>- Reparto de utilidades 15%</b>	\$ 1.488,08	\$ 3.352,18	\$ 5.450,20	\$ 7.884,84	\$ 10.700,47
<b>(=) Utilidad neta antes de impuestos</b>	\$ 8.432,44	\$ 18.995,70	\$ 30.884,48	\$ 44.680,75	\$ 60.635,97
<b>- Impuestos 25%</b>	\$ 2.108,11	\$ 4.748,93	\$ 7.721,12	\$ 11.170,19	\$ 15.158,99
<b>(=) Utilidad neta</b>	\$ 6.324,33	\$ 14.246,78	\$ 23.163,36	\$ 33.510,56	\$ 45.476,98

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

**i. Cálculo del flujo de caja**

**Tabla N° 91** Cálculo del flujo de caja

	<b>RUBROS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
+	VENTAS		\$ 195.186,44	\$ 216.290,78	\$ 241.113,36	\$ 268.797,38	\$ 299.674,19
-	COST. PRODUCC.		\$ 144.959,00	\$ 153.149,18	\$ 161.802,11	\$ 170.943,93	\$ 180.602,26
-	COSTOS. ADMINIS.		\$ 33.517,50	\$ 33.738,74	\$ 35.641,04	\$ 37.655,94	\$ 39.790,41
-	COSTOS VENTAS		\$ 4.700,00	\$ 4.965,55	\$ 5.246,10	\$ 5.542,51	\$ 5.855,66
-	COSTOS FINANCIEROS		\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42	\$ 804,42
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		\$ 1.285,00	\$ 1.285,00	\$ 1.285,00	\$ 1.285,00	\$ 1.285,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		\$ 9.920,52	\$ 22.347,89	\$ 36.334,68	\$ 52.565,59	\$ 71.336,44
-	REPARTO UTILIDADES		\$ 1.488,08	\$ 3.352,18	\$ 5.450,20	\$ 7.884,84	\$ 10.700,47
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		\$ 8.432,44	\$ 18.995,70	\$ 30.884,48	\$ 44.680,75	\$ 60.635,97
-	IMPUESTO		\$ 2.108,11	\$ 4.748,93	\$ 7.721,12	\$ 11.170,19	\$ 15.158,99
=	UTILIDAD NETA		\$ 6.324,33	\$ 14.246,78	\$ 23.163,36	\$ 33.510,56	\$ 45.476,98
+	DEPRECIACIONES		\$ 825,00	\$ 825,00	\$ 825,00	\$ 825,00	\$ 825,00
-	Equipos de computo	\$ 900,00					
-	Muebles y enseres	\$ 1.500,00					
-	Equipos para Canyoning	\$ 3.750,00					
-	INV. ACT. DIFERIDO	\$ 6.425,00					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 33.517,50					
-	AMORT. PRESTAMO		\$ 6.703,50	\$ 6.703,50	\$ 6.703,50	\$ 6.703,50	\$ 6.703,50
	FLUJO DE CAJA	-\$ 46.092,50	\$ 445,83	\$ 8.368,28	\$ 17.284,86	\$ 27.632,06	\$ 39.598,48

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2016.

## 2. Viabilidad financiera.

La tasa de rentabilidad del dinero que se mantendrá en el proyecto es del 19.55%.

**Tabla N° 92** Viabilidad Financiera

<b>Valor Presente Neto (VAN)</b>	<b>\$ 6.499,16</b>
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<b>19,55%</b>
<b>Relación Beneficio-Costo</b>	<b>\$ 2,02</b>

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

### a. El valor actual neto

El proyecto del producto turístico tiene un VAN de \$6.499.16 dando a conocer que existe una rentabilidad aceptable.

### b. Tasa interna de retorno

La TIR del proyecto es de 19.55% lo que quiere decir que es viable financieramente.

### c. La relación beneficio/costo.

La relación beneficio costo del proyecto es de \$2.02, lo que quiere decir que por cada 3 dólares invertidos se obtendrá un beneficio de 1.02 centavos de dólar.

### d. Periodo de recuperación de capital.

El periodo de recuperación de capital es en el segundo año, en donde los egresos son igual a los ingresos, a partir de ese periodo los ingresos superan a los egresos.

**Tabla N° 93** Periodo de recuperación de capital.

<b>Año</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Capital</b>	(\$ 46.092,50)	(\$ 45.646,67)	(\$ 37.278,39)	(\$ 19.993,53)	\$ 7.638,53	\$ 47.237,01

Elaborado por: Wilson Gonzales, 2016.

## **VII. CONCLUSIONES**

- A.** El cantón Bucay cuenta con potencial para atraer la demanda de turistas locales, nacionales y extranjeros. El potencial turístico registrado en el cantón Bucay identifica 13 atractivos, 9 de tipo naturales y 4 culturales, los cuales son: 1 de jerarquía III, 4 de jerarquía II, y 8 de jerarquía I.
- B.** El estudio de mercado realizado determino que el proyecto es viable comercialmente, debido a que existe aceptación de los turistas nacionales y extranjeros para adquirir un paquete turístico en el cantón Bucay. Además, la oferta actual del cantón cuenta con una capacidad instalada de 221 plazas para hospedaje y 664 plazas para alimentación.
- C.** El proyecto es viable ambientalmente debido a que el porcentaje de afectación del mismo es del 2%, y los impactos generados son reversibles, lo que significa que el impacto del proyecto es no significativo.
- D.** Se deberá conformar una Operadora de turismo que cumpla con el marco legal turístico del Ecuador, y que han sido establecidos en el estudio legal y administrativo de este trabajo.
- E.** El Estudio financiero determina que el producto turístico diseñado es económica y financieramente rentable, pues alcanza una TIR de 19.55% frente al 12% en promedio que pagan los banco por ahorro de dinero. Un VAN de \$ 6.499.16 y una relación costo beneficio de \$2.02, lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$1.02.

## **VIII. RECOMENDACIONES**

- A.** Actualizar de manera periódica el inventario de atractivos naturales y culturales en conjunto con nuevas actividades y servicios que surjan, para futuros emplazamientos de productos.
- B.** Se recomienda tomar en consideración el perfil del consumidor establecido en este estudio, para proyectar productos acordes a las necesidades, gustos y preferencias de los clientes.  
Actualizar periódicamente los precios de venta de los paquetes turísticos ofertados, y que estén en relación al mercado y la calidad del paquete ofertado.  
  
Se recomienda contratar periódicamente campañas de publicidad, acorde a las nuevas herramientas informáticas disponibles.
- C.** Se recomienda aplicar las medidas de mitigación propuestas en el presente estudio, con el fin de reducir el impacto ambiental que cause la operación del producto turístico diseñado.
- D.** Se recomienda seguir los lineamientos establecidos en este estudio, y que sirven para la operación del producto diseñado, y que han sido dispuestos por el Ministerio de Turismo, mediante el Reglamento de Actividades Turísticas de Aventura, 2014.

## **IX. RESUMEN**

La siguiente investigación propone: diseñar un producto turístico en el cantón Bucay, provincia del Guayas; consta de 5 etapas, evaluación del potencial turístico, diseño técnico y comercial del producto, viabilidad ambiental, estudio legal y administrativo, y la factibilidad económica y financiera. Determinando que el cantón Bucay cuenta con 13 atractivos entre naturales y culturales, con gran potencial para generar interés en turistas locales, nacionales e internacionales. Los turistas nacionales provienen principalmente de ciudades como Guayaquil y Cuenca, y los extranjeros de EEUU y España, el 70% de los turistas encuestados están dispuestos a comprar un paquete turístico en este cantón. El producto turístico fue diseñado en base al perfil de la demanda que manifiesta, que las principales actividades que les gustaría realizar son: visita a las cascadas, canyoning, visita a la finca agroturística y trapiche; mismas que orientaron a denominar al producto con la temática "Bucay Naturaleza y Aventura", tiene una duración de 2 días, y su comercialización se realiza mediante internet, y convenios con agencias de viaje. La figura legal propuesta para la operación del producto es Sociedad Anónima, además el impacto ambiental que genera el proyecto es del 2% lo que indica que, el impacto de la operación del producto es no significativo. Se determinó la factibilidad económica y financiera del producto, teniendo un TIR de 41.67%, Relación Costo/Beneficio de \$3.31 y un tiempo de recuperación de capital de 1.8 años. Se concluye que el proyecto es factible y se recomienda su implementación como aporte al crecimiento y desarrollo de la oferta turística del cantón.

**Palabras claves:** producto turístico, potencial turístico, atractivos naturales y culturales.



## X. SUMARY

### SUMMARY

This research proposes: designing a tourist product in canton Bucay at Guayas province, it consists of 5 stages, evaluation of tourism potential, commercial and technical design of the product, environmental viability, legal and administrative study , and economic and financial feasibility. Determining that canton Bucay has 13 attractions between natural and cultural, with great potential to generate interest in local, national and international tourists. National tourists come mainly from cities such as Guayaquil and Cuenca, and foreigners are from the United States and Spain, 70% of surveyed tourists are willing to buy a tourist package in this canton. The tourist product was designed based on the profile of the demand that shows, that the main activities they would like to do are: visits to the waterfalls, canoeing, visits to the agro- tourist farm and trapiche; the same which guided to name to the product with the theme "Bucay Nature and Adventure", it has a duration of two days, and its commercialization is realized by means of Internet, and agreements with travel agencies. The legal figure proposed for the operation of the product is Limited Company; in addition, the environmental impact that produces the project is the 2% which suggests that the impact of the operation of the product is not significant. It was determined the economic and financial feasibility of the product, having an (internal rate of return) IRR of 41.67%, cost / benefit relation of \$3.31 and a recovery capital time of 1.8 years. It is concluded that the project is feasible and it is recommended its implementation as a contribution to the growth and development of the tourist offering of the canton.

**Key words:** tourist product, tourist potential, natural and cultural attractions



## **XI. BIBLIOGRAFIA**

1. ARBOLEDA, G. (1998). *Proyectos formulación, evaluación y control*. Colombia: AC Editores.
2. COMISIÓN NACIONAL DE MEDIOAMBIENTE. CONAMA. (1994). *Evaluación de impacto ambiental*. Chile.
3. COVARRUBIAS, R. (2010). *Evaluación del potencial en municipios a través de metodologías turísticas participativas*. p. 2. Consultado el 20 de noviembre del 2015. Disponible en:  
  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/1433.zip>.
4. GRATEROL. M. (2009). *Proyectos de inversión*. Consultado el 17 de septiembre de 2013. Disponible en:  
  
<http://projectsinnovation.blogspot.com/2014/08/ieee-proyectos-de-inversion.html>
5. GURRIA, M. (2004). *Oferta y demanda turística*. México D. F.
6. GURRÍA, M. (1991). *Introducción al turismo*. México: Trillas. pp 15-18,52- 62,67-76-79- 80.
7. CENTRO DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL. INNOVA. (2011). *Plan de viabilidad económica y financiera*. Consultado el 27 de octubre de 2015. Disponible en:  
  
[http://www.innovaempresa.es/portal\\_localweb\\_cv/p\\_20\\_contenedor1.jsp?seccion=s\\_fdes\\_d4\\_v2.jsp&codbusqueda=147&language=es&codResi=1&codMenuPN=2&codMenuSN=135&codMenu=181&level=1](http://www.innovaempresa.es/portal_localweb_cv/p_20_contenedor1.jsp?seccion=s_fdes_d4_v2.jsp&codbusqueda=147&language=es&codResi=1&codMenuPN=2&codMenuSN=135&codMenu=181&level=1)
8. IBANÉZ, R. & RODRÍGUEZ, I. (2007). *Tipología y antecedentes del turismo*. Consultado el 20 de noviembre del 2015. Disponible en:  
  
<http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
9. MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. (2004). *Metodología para inventarios de atractivos turísticos*. Consultado el 20 de noviembre del 2015. Disponible en:  
  
<http://200.31.26.227/atractivos/ingreso.aspx>



10. MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2012). *Conceptos básicos*. Consultado el 14 de septiembre del 2013. Disponible en línea:  
<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3243>
11. MUNICIPIO DE BUCAY. (2013). *ubicación*, consultado el 05 de septiembre del 2013, disponible en línea:  
[www.municipiobucay.gob.ec/pw\\_ubicacion.php](http://www.municipiobucay.gob.ec/pw_ubicacion.php)
12. LÓPEZ. M. (2009). *Estudio Administrativo*. Consultado el 1 de septiembre del 2014, disponible en línea en:  
<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmivo.pdf>
13. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (2006). *Entender el turismo*. Consultado el 14 de septiembre del 2013. Disponible en línea:  
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
14. PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON BUCAY. (2011). *Diagnostico situacional del cantón Bucay*. Consultado el 28 de diciembre del 2015. Disponible en línea:  
[http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0960001620001/PDyOT/27072013\\_105039\\_PDYOT--2012-2013.pdf](http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/0960001620001/PDyOT/27072013_105039_PDYOT--2012-2013.pdf)
15. PARRA, C. (2014). Diagnóstico situacional. Consultado 23 de septiembre 2015. Disponible en:  
[http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo\\_2/cap2lecc\\_2\\_2.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc_2_2.htm).
16. RICAURTE, C. (2007). *Marketing Turístico*. Texto básico de mercadeo turístico y hotelero. Riobamba – Ecuador: ESPOCH.
17. SÁNCHEZ, G. (1997). *Los estudios de mercado*. México. p. 260
18. TIERRA, P. (2009). *Diagnostico cinco estrellas*. “Texto Básico de Planificación Territorial”. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Facultad de Recursos Naturales. Escuela de Ingeniería en Ecoturismo. RIOBAMBA.

19. VALDIVIESO, I. (2010). *Plan de desarrollo turístico del cantón Bucay provincia del Guayas*. (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.