



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA TOUR OPERADORA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO
ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS.**

**Trabajo de titulación presentado como requisito para obtener el título de:
INGENIERO EN ECOTURISMO**

**AUTOR:
JOSÉ GABRIEL OÑATE BASTIDAS**

**RIOBAMBA-ECUADOR
2016.**

Derechos de Autor Copyright

© 2016, José Gabriel Oñate Bastidas.

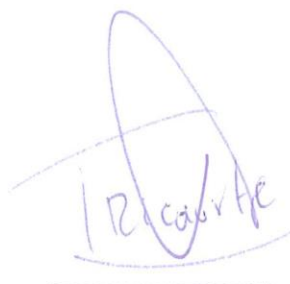
Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

HOJA DE CERTIFICACIÓN

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA TOUR OPERADORA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS” de responsabilidad del señor José Gabriel Oñate Bastidas, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS.

Ingeniero Carlos Ricaurte
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



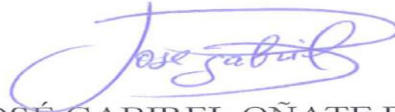
Economista Flor Quinchuela
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



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

Riobamba. Abril del 2016

Yo, José Gabriel Oñate Bastidas y responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



JOSÉ GABIREL OÑATE BASTIDAS

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mi familia, pilar fundamental en estos años de estudio, fuente de inspiración; a mi madre Norma B, a mi padre Raúl O, a mis hermanos Lupe, Fausto, Raúl, Cristian, a mis hermanos que están en el cielo; a mis sobrinos Didier, Betsabeth, Kevin, Gaby, Luis Andrey, Keyla, Jared, a una persona muy importante en este camino
Nathaly Z.

A las personas que hicieron realidad este sueño y a las personas que me pusieron trabas solo me hicieron crecer cada día...

Dedicado a la aventura y a la pasión por esta carrera...

Orgullosamente Ecoturista...

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios por regalarme la oportunidad de compartir mi vida con las personas que amo, a mis padres, a mis hermanos, a mis amigos, agradecer a la base de mi vida mi familia, a las mujeres que han sido mi inspiración para salir adelante mi madre ejemplo de vida, trabajo y dedicación, a mi hermana la mujer más valiente, luchadora, que nunca se da por vencida y que siempre me ha apoyado, a mi sobrinos Gaby y Kevin, principal motivación para no rendirme en el camino, a mis hermanos Fausto, Raúl y Cristian que son parte importante de esta historia de vida apoyándome en todos los sentidos, consejos, enseñanzas, apoyo incondicional, a mi padre, modelo de hombre luchador, aguerrido, fuerte y trabajador; a todos los familiares que me apoyaron y ayudaron en este duro camino, a una mujer muy especial Nathaly, gracias por enseñarme a ser una persona mejor, por tu apoyo sincero, por tus consejos, por tus enseñanzas, por tu amor.

Agradecer a mis profesores Ing. Carlos Ricaurte, Economista Flor Quinchuela, guías de este trabajo y partícipes de este caminar, a Ing. Carlos Cajas, Ing. Cristiam Aguirre, Dra. Mary Orna, Lic. Ivo Veloz, que aparte de compartir sus conocimientos conmigo me enseñaron a amar lo que hago...

A mis compañeros, Darío, Luis, George, Jorge, Pedro, Cone, Pablo, Jhoa, Grace, Pamela, Jessy; que por más de 10 semestre fueron mis compañeros, mis amigos, mis panas y que conjuntamente formamos lazos de amistad, generosidad, compañerismo, apoyo mutuo, agradecer a todos y cada una de las personas que compartieron este caminar conmigo...

GRACIAS

CONTENIDO

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA TOUR OPERADORA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	3
III. OBJETIVOS	4
1. General.....	4
2. Específicos.....	4
IV. HIPÓTESIS	5
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	6
A. GENERALIDADES	6
1. Turismo.....	6
2. Ecoturismo y Turismo de naturaleza	6
3. Operación turística.....	6
4. Agencia de viajes.....	7
5. Actividades propias de las agencias de viajes.....	7
6. Clasificación de agencias de viajes.....	8
7. Producto.....	9
8. Producto Turístico	10
B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	10
1. Inversiones de mantenimiento	12
2. Inversiones de remplazamiento.....	12
3. Inversiones de crecimiento	12
4. Las Inversiones estratégicas.....	12
5. Inversiones impuestas	13
6. Desarrollo	13
C. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	14
1. Antecedentes del estudio de mercado	15
2. Ámbito de aplicación del estudio de mercado	15
3. Análisis de la demanda	17
D. ESTUDIO TÉCNICO.....	17
1. Determinación del tamaño de la Empresa.....	17
2. Capacidad de la planta	18
3. Proceso de producción del producto (b/s).....	18
E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	19
1. Organización del proyecto (definición de áreas)	19
2. Marco legal	20
F. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA	20
1. Previsión del balance de situación	20
2. Análisis del punto de equilibrio	21
3. Previsión de pérdidas y ganancias	21
4. Elaboración del análisis financiero	21

G. ANÁLISIS FINANCIERO	22
1. Definición	22
2. Indicadores de Rentabilidad.....	22
VI. MATERIALES Y MÉTODOS	24
A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR.....	24
1. Localización.....	24
2. Ubicación geográfica	24
3. Límites	24
4. Características climáticas.....	24
5. Clasificación ecológica	25
6. Materiales y equipos	25
B. METODOLOGÍA.....	26
1. Definir la viabilidad administrativa, legal del proyecto	26
2. Determinar la viabilidad comercial del proyecto	27
3. Determinar la viabilidad técnica del proyecto	29
4. Evaluar económica y financieramente el proyecto	30
VII. RESULTADOS	32
A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	32
1. Ámbito físico espacial Cumandá	32
2. Ámbito socio cultural.....	39
3. Ámbito ecológico territorial.....	44
4. Ámbito económico productivo	48
5. Ámbito político administrativo.....	52
1. Ámbito físico espacial cantón General Antonio Elizalde Bucay	54
2. Ámbito socio cultural.....	61
3. Ámbito ecológico territorial.....	66
4. Ámbito económico productivo	68
5. Ámbito político administrativo.....	71
B. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	73
1. Tipo de empresa a crearse.....	73
2. Requisitos para establecer la empresa.....	75
3. Requerimientos de activos fijos	78
4. Organización.....	80
C. VIABILIDAD COMERCIAL	89
1. Estudio de Mercado	89
2. Competencia	163
3. Demanda objetiva	163
D. ESTUDIO TÉCNICO (ÁREA PRODUCTIVA).....	164
1. Planificación estratégica de la empresa turística.....	164
E. PLAN MERCADOTÉCNICO (ÁREA COMERCIAL).....	176
1. Localización del proyecto	176
2. Tamaño del proyecto	176

3. Diseño Técnico Arquitectónico	177
4. Definición del Proceso productivo.....	178
5. Plan de Mercadeo	180
6. Plan de comercialización	186
7. Requerimientos del área productiva.....	189
8. Requerimientos para el área comercial	193
F. ANÁLISIS FINANCIERO	195
1. Activo fijo, diferido y capital de trabajo de la empresa	195
2. Fuentes de financiamiento y usos de fondos.....	196
3. Clasificación de las inversiones	197
4. Depreciación de activos fijos	199
5. Amortización de diferidos	200
6. Estructura de costos para la vida útil del proyecto.....	201
7. Estructura de ingresos.....	202
8. Flujo de caja.....	208
9. Cálculo de la evaluación financiera	209
10. Relación beneficio costo	209
VIII. CONCLUSIONES	211
IX. RECOMENDACIONES.....	212
X. RESUMEN	¡Error! Marcador no definido.
XI. ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido.
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	215
XIII. ANEXOS.....	217
A. Anexo N 001-ENCUESTAS UNIVERSO 1	217
B. Anexo N 002-ENCUESTAS UNIVERSO 2	219
C. Anexo N 003-MATRIZ DE CONTROL Y MANTENIMIENTO DE EQUIPO.....	221
D. ANEXO N004-PROFORMA GIGANTOGRAFÍA	222
E. ANEXO N005-ENCUESTAS POR REDES SOCIALES	223

ÍNDICE DE TABLAS

<p>Tabla 1 Límites Cumandá 33</p> <p>Tabla 2 Vías de Acceso Cumandá..... 34</p> <p>Tabla 3 Hidrografía Cumandá 35</p> <p>Tabla 4 Pendientes suelos Cumandá 36</p> <p>Tabla 5 Isotermas Cumandá 37</p> <p>Tabla 6 Precipitación Cumandá..... 38</p> <p>Tabla 7 Educación básica 40</p> <p>Tabla 8 Acceso a la vivienda..... 41</p> <p>Tabla 9 Zonas de vida Cumandá 44</p> <p>Tabla 10 Flora Cumandá 45</p> <p>Tabla 11 Fauna Cumandá..... 46</p> <p>Tabla 12 Aves Cumandá 46</p> <p>Tabla 13 Población por género..... 48</p> <p>Tabla 14 Población urbana y rural..... 48</p> <p>Tabla 15 Población económicamente activa..... 48</p> <p>Tabla 16 Población ocupada por actividad 49</p> <p>Tabla 17. Zonas de producción y área de producción cacao..... 49</p> <p>Tabla 18. Zonas de producción y área en producción caña de azúcar..... 50</p> <p>Tabla 19. Zonas de producción y área de producción maíz 50</p> <p>Tabla 20 División Política Cumandá..... 52</p> <p>Tabla 21 Infraestructura institucional e Instituciones públicas 52</p> <p>Tabla 22 Límites Bucay..... 55</p> <p>Tabla 23 Vías de Acceso Bucay 56</p> <p>Tabla 24 Hidrografía General Antonio Elizalde 57</p> <p>Tabla 25 Suelos General Antonio Elizalde..... 58</p> <p>Tabla 26 Temperatura General Antonio Elizalde 59</p> <p>Tabla 27 Precipitación General Antonio Elizalde 60</p> <p>Tabla 28 Centros de atención para la salud 61</p> <p>Tabla 29 Centros educativos 62</p> <p>Tabla 30 Infraestructura social 63</p> <p>Tabla 31 Tenencia o propiedad de la vivienda .. 64</p> <p>Tabla 32 Tipo de vivienda..... 64</p>	<p>Tabla 33 Zonas de vida General Elizalde (Bucay) 66</p> <p>Tabla 34 Población por género..... 68</p> <p>Tabla 35 Población urbana y rural 68</p> <p>Tabla 36 Población económicamente activa 68</p> <p>Tabla 37 Población ocupada por actividad..... 69</p> <p>Tabla 38 Ganadería General Antonio Elizalde (Bucay)..... 70</p> <p>Tabla 39 División Política General Antonio Elizalde (Bucay)..... 71</p> <p>Tabla 40 Infraestructura institucional..... 72</p> <p>Tabla 41 Formas Legales. 73</p> <p>Tabla 42 Requisitos para establecer la empresa 77</p> <p>Tabla 43 Activos Fijos 78</p> <p>Tabla 44 Gastos de talento humano para el área administrativa. 78</p> <p>Tabla 45 Materiales e Insumos..... 78</p> <p>Tabla 46 Gastos de Agua Potable..... 79</p> <p>Tabla 47 Gasto de energía eléctrica 79</p> <p>Tabla 48 Gasto de teléfono e internet 79</p> <p>Tabla 49 Gasto anual de adecuaciones. 79</p> <p>Tabla 50 Manual de Funciones Gerente 81</p> <p>Tabla 51 Manual de Funciones Secretaria..... 83</p> <p>Tabla 52 Manual de Funciones Agente de Ventas 84</p> <p>Tabla 53 Manual de Funciones Guía..... 86</p> <p>Tabla 54 Atractivos turísticos cantón General Antonio Elizalde Bucay 89</p> <p>Tabla 55 Rio Chimbo 91</p> <p>Tabla 56 Bosque La Esperanza 95</p> <p>Tabla 57 Cascadas Piedra Blanca..... 98</p> <p>Tabla 58 Estación del Ferrocarril 101</p> <p>Tabla 59 Atractivos turísticos cantón Cumandá. 104</p> <p>Tabla 60 Bosque Primario De Chilicay 105</p> <p>Tabla 61 Bosque Protector Santa Rosa 108</p> <p>Tabla 62 Rio Chimbo Cumandá..... 111</p>
--	--

Tabla 63 Catastro General Antonio Elizalde Bucay.....	114	Tabla 102 Cuantos días viaja.....	153
Tabla 64 Catastro Cumandá	115	Tabla 103 Actividades preferenciales	154
Tabla 65 Resumen Atractivos Turísticos.....	116	Tabla 104 Tipo de hospedaje.....	155
Tabla 66 Resumen Planta turística	116	Tabla 105 Tipo de comida.....	156
Tabla 67 Productos turísticos	117	Tabla 106 Servicios.....	157
Tabla 68 Matriz de investigación de Mercado	118	Tabla 107 Lugares de visitación.....	158
Tabla 69 Universo de estudio caso 1.	119	Tabla 108 Capacidad de gasto.....	159
Tabla 70 Universo de estudio caso 2.	119	Tabla 109 Medios que se informan	160
Tabla 71 Porcentaje de encuestas Universo 1..	120	Tabla 110 Aceptación de la empresa.....	161
Tabla 72 Porcentaje de encuestas Universo 2..	121	Tabla 111 Demanda Actual.....	162
Tabla 73 Género	123	Tabla 112 Demanda Futura	162
Tabla 74 Edad.....	124	Tabla 113 Competencia directa	163
Tabla 75 Estado civil.....	125	Tabla 114 Demanda Objetiva.....	163
Tabla 76 Nivel de Educación	126	Tabla 115 Productos turísticos	168
Tabla 77 Ocupación.....	127	Tabla 116 Número de personas máximo por balsa raft	168
Tabla 78 Motivación del viaje	128	Tabla 117 Tamaño del proyecto para clientes .	176
Tabla 79 Como prefiere Viajar.....	129	Tabla 118 Paquetes turísticos.....	184
Tabla 80 Frecuencia de Viaje	130	Tabla 119 Productos turísticos	184
Tabla 81 Con quien viaja.....	131	Tabla 120 Plan de comercialización.....	186
Tabla 82 Tipo de Turismo	132	Tabla 121 Activos fijos para el área productiva	189
Tabla 83 Días de viaje	133	Tabla 122 Activos Fijos área productiva (Equipos Canyoning).....	189
Tabla 84 Actividades preferenciales.....	134	Tabla 123 Activos Fijos área productiva (Equipos Tubing).....	190
Tabla 85 Tipo de Hospedaje.....	135	Tabla 124 Activos fijos área productiva (Equipos Rafting)	191
Tabla 86 Tipo de Comida	136	Tabla 125 Requerimientos de activos diferidos (pre operativo).....	192
Tabla 87 Servicios.....	137	Tabla 126 Mano de Obra Directa.	192
Tabla 88 Capacidad de Gasto.....	138	Tabla 127 Mano de obra indirecta.....	192
Tabla 89 Aceptación del Destino.....	139	Tabla 128 Equipo de Computo Área comercial	193
Tabla 90 Medios de Información.....	140	Tabla 129 Publicidad y promoción durante el funcionamiento.....	193
Tabla 91 Aceptación de la Empresa	141	Tabla 130 Gastos por talento humano	194
Tabla 92 Género	143	Tabla 131 Activos diferidos del área comercial	194
Tabla 93 Edad.....	144		
Tabla 94 Estado civil.....	145		
Tabla 95 Nivel de educación	146		
Tabla 96 Ocupación.....	147		
Tabla 97 Motivación de viaje	148		
Tabla 98 Como prefiere viajar.....	149		
Tabla 99 Frecuencia de viaje	150		
Tabla 100 Con quien viaja.....	151		
Tabla 101 Tipo de Turismo	152		

Tabla 132 Activos fijos, diferidos y capital de trabajo.....	195	Tabla 145 Costos paquete 2	204
Tabla 133 Fuentes de Financiamiento.....	196	Tabla 146 Costos Senderismo	205
Tabla 134 Activos Fijos.....	197	Tabla 147 Costos Canyoning	205
Tabla 135 Activos Diferidos.....	197	Tabla 148 Costos Rafting	206
Tabla 136 Capital de Trabajo.....	197	Tabla 149 Costos tubing.....	206
Tabla 137 Publicidad y promoción.....	198	Tabla 150 Paquetes-Productos-Precios	207
Tabla 138 Total de la Inversión.....	198	Tabla 151 Ingresos.....	207
Tabla 139 Depreciación activos fijos.....	199	Tabla 152 Flujo de Caja.....	208
Tabla 140 Amortización de Diferidos.....	200	Tabla 153 VAN.....	209
Tabla 141 Egresos.....	201	Tabla 154 Relación Beneficio/Costo.....	209
Tabla 142 Itinerario paquete 1.....	202	Tabla 155 Punto de Equilibrio.....	210
Tabla 143 Costos paquete 1.....	203	Tabla 156 Matriz de control y mantenimiento de equipos	221
Tabla 144 Itinerario paquete 2.....	203		

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Ubicación Geográfica Cumandá... 32	Ilustración 34 Tipo de Turismo 132
Ilustración 2 Límites Cumandá 33	Ilustración 35 Días de Viaje 133
Ilustración 3 Hidrografía Cumandá 35	Ilustración 36 Actividades preferenciales 134
Ilustración 4 Pendientes suelos Cumandá 36	Ilustración 37 Tipo de Hospedaje..... 135
Ilustración 5 Isotermas Cumandá 37	Ilustración 38 Tipo de Comida 136
Ilustración 6 Isoyetas Cumandá..... 38	Ilustración 39 Servicios 137
Ilustración 7 Acceso a la vivienda 41	Ilustración 40 Capacidad de Gasto 138
Ilustración 8 Zonas de vida Cumandá 44	Ilustración 41 Aceptación del Destino 139
Ilustración 9 Ubicación Geográfica 54	Ilustración 42 Medios de Información 140
Ilustración 10 Límites 55	Ilustración 43 Aceptación de la Empresa 141
Ilustración 11 Vías de acceso General Antonio Elizalde Bucay..... 56	Ilustración 44 Género 143
Ilustración 12 Hidrografía General Antonio Elizalde 57	Ilustración 45 Edad 144
Ilustración 13 Suelos General Antonio Elizalde 58	Ilustración 46 Estado civil 145
Ilustración 14 Temperatura General Antonio Elizalde 59	Ilustración 47 Nivel de educación 146
Ilustración 15 Precipitación General Antonio Elizalde 60	Ilustración 48 Ocupación 147
Ilustración 16 Zonas de vida General Antonio Elizalde 66	Ilustración 49 Motivación del viaje 148
Ilustración 17 Organigrama estructural 80	Ilustración 50 Como prefiere viajar 149
Ilustración 18 Rio Chimbo 92	Ilustración 51 Frecuencia del viaje 150
Ilustración 19 Bosque La Esperanza 95	Ilustración 52 Con quien viaja 151
Ilustración 20 Cascadas Piedra Blanca 98	Ilustración 53 Tipo de turismo 152
Ilustración 21 Estación de Ferrocarril 101	Ilustración 54 Días de viaje 153
Ilustración 22 Bosque Primario de Chilicay 105	Ilustración 55 Actividades preferenciales 154
Ilustración 23 Bosque Protector Santa Rosa.... 108	Ilustración 56 Tipo de hospedaje..... 155
Ilustración 24 Rio Chimbo 111	Ilustración 57 Tipo de comida 156
Ilustración 25 Género 123	Ilustración 58 Servicios 157
Ilustración 26 Edad 124	Ilustración 59 Lugares de visitación 158
Ilustración 27 Estado Civil 125	Ilustración 60 Capacidad de gasto 159
Ilustración 28 Nivel de Educación 126	Ilustración 61 Medios de información 160
Ilustración 29 Ocupación 127	Ilustración 62 Aceptación del proyecto 161
Ilustración 30 Motivación del viaje 128	Ilustración 63 Diseño Técnico Arquitectónico 177
Ilustración 31 Como viaja 129	Ilustración 64 Flujograma de procesos 178
Ilustración 32 Frecuencia de Viaje 130	Ilustración 65 Flujograma de procesos prestación de servicios 179
Ilustración 33 Con quien viaja 131	Ilustración 66 Logotipo 182
	Ilustración 67 Tarjeta de presentación 183
	Ilustración 68 Pagina Web 187
	Ilustración 69 Tasa interna de retorno 209
	Ilustración 70 Punto de Equilibrio 210

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA TOUR OPERADORA EN EL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY), PROVINCIA DEL GUAYAS

II. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en un fenómeno mundial que genera un impacto económico importante, en el 2014 el promedio de visitas al Ecuador incremento en un 14% en referencia al 2013 con 1.695.000 turistas registrados por el ministerio de turismo, mientras que el crecimiento de ingresos subió un 20% con 1.506 millones de dólares; además generaron 345.000 nuevos empleos en este sector. Los arribos de turistas internacionales llegarán a 1,8 billones para el año 2030. (Ministerio de Turismo, 2014)

El desarrollo del turismo ha servido de motor para impulsar a la economía nacional, dentro del desarrollo económico, el desarrollo turístico está conformado por agencias de viajes y operadoras turísticas, ambos muy vinculados al sector por la función que desempeñan al servir de nexo para facilitar el acceso de turistas al país y a los diferentes servicios. (Ministerio de Turismo, 2013)

En el país están registradas 1590 empresas, el 62,5% corresponde a agencias de viajes internacionales, el 31,5% a operadoras de turismo y el 6% a agencias mayoristas. La mayor concentración de empresas de turismo se da en Quito (50,4%); de estas, el 23% son operadoras de servicios, sobre todo porque es en esta ciudad donde están concentradas las operaciones de servicios hacia las diferentes regiones del país. Este hecho obedece también a que Quito ofrece una mejor infraestructura de recepción, conectividad y comunicaciones, aspecto que han favorecido las iniciativas de desarrollo de productos, servicios y mercados en el campo del turismo. (Ministerio de Turismo, 2013)

“Nuestro país posee una amplia oferta de recursos turísticos, tanto naturales como culturales, por lo cual el Estado, en sus diversos niveles debe asumir en forma prioritaria un rol activo de coordinación y promoción de actividades del sector turístico y comprometer el apoyo a las acciones que la sociedad realiza con el fin de potencializar el sector”. (Ministerio de Turismo, 2014)

Existen cuatro regiones distintas, el llano tropical de la Costa, la cuenca del Amazonas, las Islas Galápagos y los andes montañosos. Guayas es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, la provincia toma el nombre del río más grande e importante de su territorio, el río Guayas.

Su capital es la ciudad de Guayaquil, no es sólo la mayor ciudad de la provincia, con sus 3,2 millones de habitantes, sino también la mayor ciudad de la República del Ecuador. Guayas está dividida políticamente en 25 cantones. Las actividades principales son la industria, ya que se encuentra el puerto, las mayores fábricas en Guayaquil y el turismo por los atractivos con que cuenta la Provincia del Guayas. (Turismo Guayas, 2014)

El cantón General Antonio Elizalde (Bucay) se encuentra ubicado al este de la provincia del Guayas, con 8 recintos que lo conforman, el cantón Bucay posee una inmensa riqueza tanto natural como cultural convirtiéndola así en un destino potencial de visita en la Provincia, con 152 km²; en el territorio cantonal y su zona de influencia solo se encuentra registrada una operadora de turismo según el MINTUR 2015 que ofrece los servicios de guianza, visita a cascadas, canyoning y transporte en chivas turísticas, por lo que se identifica como una oportunidad la implementación de una empresa que brinde servicios de guianza especializada asistencia y venta de paquetes, productos y/o tours organizados en los cantones General Elizalde Bucay y Cumandá.

A. JUSTIFICACIÓN

General Antonio Elizalde (Bucay) cantón de la provincia del Guayas y Cumandá cantón de la provincia de Chimborazo, debido a su localización poseen una gran riqueza natural, cultural, otorgando al sector las fuentes necesarias para el desarrollo de la actividad turística en la zona, el turismo en la zona se encuentra en vías de desarrollo y se convierte en un destino potencial para el impulso de actividades turísticas en especial deportes de aventura, turismo de naturaleza-ecoturismo y turismo cultural, identificados en el plan de marketing turístico 2014 como mercado clave en el desarrollo turístico; además cuenta con infraestructura en buenas condiciones, hospedaje de primera clase, hosterías, cabañas, campamentos, alimentación comida típica de la zona; en lo que respecta a transporte contamos con transporte público intercantonal con dos cooperativas Santa Martha que hace el recorrido Bucay-Guayaquil con frecuencias de 1 hora, desde las 05:00 hasta las 22:00 horas, y CITIM de Naranjito que hace los recorridos Bucay-Milagro con frecuencias de 1 hora, desde las 07:00 hasta las 18:00 horas todos los días.

La creciente demanda de actividades de recreación y ocio por parte de las ciudades del país que se encuentran relativamente cerca de este potencial destino turístico como son Guayaquil con una población de 2'350.915 habitantes, Riobamba con 225.741 habitantes y Cuenca con 505.585 habitantes, esto sumado a los habitantes de General Antonio Elizalde Bucay que posee una población de 10.642 habitantes y Cumandá con 12.922 (Instituto Nacional Estadística y Censos, 2010); hace que es estudio de factibilidad para la implementación de la Tour Operadora sea atractivo en al ámbito económico; los visitantes que llegan a los cantones se ven atraídos por la diversidad natural y cultural del mismo, también servirá para que los habitantes de la Bucay y Cumandá accedan a nuestros servicios y conozcan el país; el proyecto usará los recursos de una manera sostenible con participación de las comunidades locales y fortaleciendo las capacidades y potencialidades de los mismos cumpliendo así los objetivos del Buen Vivir.

Por todo lo expuesto es necesario la implementación de una operadora que promueva el desarrollo turístico de los cantones, recintos y/o comunidades a través de la operación de los distintos paquetes, generando beneficios económicos para la empresa y a su vez para la colectividad con los que se opere el producto, procurando que la población local mejore su calidad de vida en base al uso sostenible de los recursos, al respeto cultural, fortaleciendo el capital social.

III. OBJETIVOS

1. General

- a. Determinar la factibilidad para la implementación de una tour operadora en el Cantón General Antonio Elizalde.

2. Específicos

- a. Definir la viabilidad administrativa, legal del proyecto.
- b. Determinar la viabilidad comercial del proyecto.
- c. Determinar la viabilidad técnica del proyecto.
- d. Evaluar económica y financieramente el proyecto.

IV. HIPÓTESIS

Es factible la implementación de una operadora de turismo en el cantón General Antonio Elizalde Bucay.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. GENERALIDADES

1. Turismo

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (SECTUR, 2015)

El turismo responsable atiende a las expectativas y necesidades de los visitantes de las comunidades/regiones receptoras, al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades a futuro. Se gestionan los recursos en una forma que pueda satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas de las poblaciones, respetando la diversidad e integridad cultural y los sistemas ecológicos.

2. Ecoturismo y Turismo de naturaleza

a. **Definición**

Es la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y/o la historia natural del ambiente que les rodea. Dichas actividades se ejercen con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y que generan oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado. (Europraxis, 2007)

3. Operación turística

La operación turística es una labor delicada que demanda una gran responsabilidad. Exige que los productos, actividades o servicios a ofrecer cuenten con los mejores estándares de calidad, facilidades para su ejecución y cumplimiento a cabalidad, así como de un sistema de apoyo que agilice los procesos y sea capaz de tomar decisiones en casos de emergencia.

Otro aspecto relevante en la operación es la continuidad del servicio, la definición de precios y la comunicación constante y fluida con los proveedores así como con los consumidores. Por otra parte, la complejidad o simplicidad de la operación dependerá de manera directa, de la complejidad en cuanto al tipo, calidad y cantidad de los servicios y productos que la empresa ofrezca, así como del tipo de administración que sobre éstos se ejerza. Por consiguiente, el método a utilizar para definir las políticas y procedimientos de la Operación, dependerá de cada caso específico”. (Baez y Acuña, 2003)

a. Operación turística de Aventura

La operación turística de aventura comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas mediante modalidades turísticas de aventura. Se la realizará a través de agencias de viajes operadoras o duales que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de modalidades turísticas de aventura. (Ministerio de Turismo, 2014)

4. Agencia 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. (Ministerio de Turismo, 2002)

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. (Ministerio de Turismo, 2002)

5. Actividades propias de las agencias de viajes

Son actividades propias de las agencias de viajes las siguientes, que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país: (Ministerio de Turismo, 2002)

6. Clasificación de agencias de viajes

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

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

Las agencias internacionales y las operadoras podrán ejercer los dos tipos de actividades a la vez, siempre y cuando el activo real sea igual a la sumatoria de los requeridos para cada una de ellas. En la licencia anual de funcionamiento constará este particular. (Ministerio de Turismo, 2002)

Ni las agencias internacionales, ni los operadores, podrán en ningún caso realizar las actividades determinadas como propias de las agencias mayoristas; estas últimas no podrán efectuar las actividades de ninguna de las otras. (Ministerio de Turismo, 2002)

a. Agencias de viajes mayoristas

“Son agencias de viajes mayoristas las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior. Esta clase de agencias podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, que no operen en el país, y realizar la intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

Las agencias de viajes mayoristas podrán también vender en el exterior los servicios turísticos que adquieran localmente a las agencias operadoras, o a los prestatarios de los servicios.

Las agencias de viajes mayoristas podrán actuar como representantes en el Ecuador de agencias de viajes extranjeras, pero deberán declarar este particular ante el Ministerio de Turismo.” (Ministerio de Turismo, 2002)

b. Agencias de viajes internacionales

Son agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

c. Agencias de viajes operadoras

Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país. (Reglamento General De Actividades Turísticas, 2002)

- 1) **Tour operadores.** Los servicios que ofrecen los tour operadores varían mucho y solamente tiene por límite la imaginación. El tour operador compra una serie de servicios de tierra en varios destinos a organizaciones especializadas en esos servicios, que pueden incluir la recepción del cliente con grandes protocolos a su llegada al lugar de destino.

Actualmente las operadoras son el corazón de la distribución turística, aunque en un futuro, puede que tengan que compartir este privilegio con los sistemas globales de reservas informatizadas. Es decir, centrar sus negocios en la confección de productos turísticos completos, elaborados para un gran número de clientes, mediante la amalgama y combinación de los productos básicos del sector, concebidos, concretados y puestos en el sistema de ventas a través de los canales de distribución, con anticipación a la demanda real.

7. Producto

Todo lo que el comprador recibe cuando efectúa un acto de compra: el producto propiamente dicho (bien o servicio), el envase, la garantía y los servicios complementarios. El producto debe responder a las necesidades de los consumidores y no a las preferencias de los ejecutivos y técnicos de la empresa. Un producto comercial es algo más que un bien o servicio que satisface una determinada necesidad. Un producto comercial es, en realidad, una combinación de atributos: diseño, color, calidad, coste, envasado, tamaño, duración, peso, etcétera. Estos atributos, que pueden parecer secundarios desde una óptica meramente utilitarista y no concurrencial, son

determinantes con frecuencia del éxito o fracaso comercial de muchos productos. (Economía, 2009)

8. Producto Turístico

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos. Todo esto ofrece una gran variedad de servicios para atraer a un determinado número de consumidores y en la aceptación del mercado. (Economía, 2009)

B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

Estudio de factibilidad, Etapas en el estudio de un proyecto de inversión, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Económico-Financiero.

La formulación de Proyectos de Inversión, constituye un objeto de estudio bastante amplio y sumamente complejo, que demanda la participación de diversos especialistas, es decir, requiere de un enfoque multivariado e interdisciplinario.

Dentro de este proceso de formulación se debe considerar en primer lugar las etapas que conforman un proyecto de inversión, ya que estas constituyen un orden cronológico de desarrollo del proyecto en las cuales se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo. Y en segundo lugar, los documentos proyectados que brindarán la información primaria básica que se necesita para que el proyecto pueda ser evaluado, proveniente de la estimación de los principales estados financieros.

Un proyecto de Inversión se puede entender como: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento

de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo. (Colin, 1982)

Según la Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, ILPES, “un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados”.

El Manual titulado “Los proyectos, la racionalización de inversiones y el control de gestión” define como inversión, el bienestar que la sociedad posterga a cambio de la expectativa de obtener más adelante un nivel de bienestar superior, convirtiendo en inversión el valor retirado del consumo”.

Teniendo en cuenta estos conceptos, se puede definir un Proyecto de Inversión, como la propuesta por el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

De esta forma un proyecto surge de la identificación de unas necesidades. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos (incluyendo mercado) y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa. Su bondad depende, por tanto, de su eficiencia y efectividad en la satisfacción de estas necesidades, teniendo en cuenta el contexto social, económico, cultural y político.

En este proceso de la toma de la decisión de inversión intervienen tres niveles de análisis. Son estos: el mercado, el sistema financiero y la evaluación de inversiones. El primero de estos niveles, el mercado, explica los beneficios de la empresa, su crecimiento, en función de su posición en el mercado, posición esta que no depende sólo de hechos financieros, sino también de su desarrollo tecnológico, de la capacidad y experiencia de su equipo de dirección, de la calidad y aceptación de sus productos o servicios por los consumidores, de sus servicios de posventa, entre otros

Los proyectos nacen, se evalúan y eventualmente se realizan en la medida que respondan a una necesidad humana. Así, el proyecto se puede entender como el elemento básico de la implementación de políticas de desarrollo. Y forma parte de programas o planes más amplios, contribuyendo a un objetivo global de desarrollo. Es una forma de lograr los propósitos y objetivos generales.

La definición más general que se puede dar de inversión, es que consiste en la renuncia a una satisfacción inmediata y cierta, a cambio de la esperanza de una ganancia futura, de la que el bien o el derecho adquirido es el soporte de dicha esperanza.

La inversión básicamente, es un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios futuros. La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de acometerla. En virtud de la naturaleza del capital adquirido es posible diferenciar entre inversiones productivas e inversiones financieras.

Existe multitud de clasificación de las inversiones. Sin embargo, es de destacar que todas ellas se refieren a inversiones productivas que tiene lugar en el seno de la empresa.

Así una inversión productiva consistirá en la adquisición de bienes con vocación productiva – activos productivos, esto es, bienes cuya utilidad es la producción de otros bienes. Un mismo elemento podrá ser considerado como inversión productiva o no según el fin que se destine.

Las inversiones Productivas pueden clasificarse en:

1. Inversiones de mantenimiento

Que son las necesarias para sustituir, o reparar, los equipos desgastados o estropeados y que son necesarias para que el ritmo de la producción se mantenga.

2. Inversiones de replazamiento

Cuyo objetivo consiste en sustituir equipos obsoletos por otros de nuevo cuño tecnológicamente superiores, que permiten más a un menor coste.

3. Inversiones de crecimiento

Que se dirigen a aumentar la producción de la empresa o a ampliar los canales de distribución de sus productos de cara a hacer crecer la empresa. Esto implica tanto el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos como la mejora de los antiguos.

4. Las Inversiones estratégicas

Que persiguen el reafirmar la empresa en el mercado cubriéndola de los riesgos potenciales que pudieran poner en peligro su permanencia en aquel.

5. Inversiones impuestas

Son las que no se realizan por motivos económicos, sino por motivos legales, acuerdos sindicales, por ejemplo, las inversiones tendentes a proteger el ecosistema que circunda a las fábricas de la empresa, o las inversiones en la seguridad e higiene en el trabajo de los empleados.

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que provocarían las variaciones de los factores. (UCT, 2011)

6. Desarrollo

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- a. Idea
- b. Pre inversión
- c. Inversión
- d. Operación

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, más que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

La etapa de pre inversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad. El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia.

En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel pre factibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de perversión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económica sean las más ventajosas para el país.

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero (Orozco, 2011)

C. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados es la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con problemas de mercado de bienes y servicios. Para nuestros fines, hay cuatro términos que necesitamos incluir en esa definición, estos son:

1. Sistemático
2. Objetivo
3. Información
4. Toma de decisiones

Por consiguiente, definimos a la investigación de mercados como un enfoque sistémico y objetivo hacia el desarrollo y provisión de información aplicable al proceso de toma de decisiones en la gerencia de mercadeo. (Ricaurte, 2007)

Lo de sistemático se refiere a la necesidad de que el proyecto de investigación este bien organizado y planeado. La objetividad implica que la investigación de mercados se esfuerza por ser imparcial e insensible en la realización de sus responsabilidades.

El objetivo primordial de la investigación de mercados es el suministrar información, no datos, al proceso de toma de decisiones a nivel gerencial.

Los estudios relacionados con la investigación de mercados pueden clasificarse como básicos o aplicados.

La investigación básica busca extender los límites del conocimiento, en relación con algún aspecto del sistema de mercadeo. Los estudios o investigaciones de la investigación aplicada están interesados en facilitarles ayuda a los gerentes para que tomen mejores decisiones. Estos estudios están dirigidos hacia situaciones específicas de la organización y determinarlos por lo requisitos del proceso de toma de decisiones.

Una característica deseable para la investigación básica, es que se realiza en una forma detenida y completa. En el caso de la investigación aplicada, la minuciosidad de la investigación está de acuerdo con la necesidad de información que necesite el proyecto. (Ricaurte, 2007)

1. Antecedentes del estudio de mercado

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible. (Muñoz, Eduardo, s.f.)

2. Ámbito de aplicación del estudio de mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

a. El consumidor

- 1) Sus motivaciones de consumo
- 2) Sus hábitos de compra
- 3) Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- 4) Su aceptación de precio, preferencias, etc.

b. El producto

- 1) Estudios sobre los usos del producto.
- 2) Test sobre su aceptación
- 3) Test comparativos con los de la competencia.
- 4) Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

c. Segmentación del mercado

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub-segmentos. Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

d. Segmentación geográfica

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.

e. Segmentación demográfica

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el género, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo estrechamente relacionadas con las variables demográficas.

f. Segmentación Psicográficas

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

g. Segmentación por conducta

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

3. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda consiste en conocer el número de personas que han consumido un producto audiovisual, ya sea textual, sonoro, fotográfico o multimedia.

Hoy en día se entiende la medición o análisis de demandas como un estudio cuantitativo, pero que también aporta cierta información cualitativa.

Para ejecutar un análisis de demanda en primera instancia se debe realizar un análisis de la situación, manejando toda la información disponible para obtener una panorámica completa acerca de:

- a. El sitio de estudio o sector, su evolución, productos con los que opera, su importancia en el sector, problemas que ha tenido en otros tiempos, soluciones que se aportaron, etc.
- b. El mercado y los clientes, análisis sobre la distribución geográfica de la demanda, variaciones estacionales de la venta, tipología de la clientela, etc.
- c. Organización comercial, canales de distribución que se siguen, rendimiento de la red de ventas, márgenes con los que se opera, descuentos ofrecidos, bonificaciones, etc.
- d. Posicionamiento en la red, motivado por la gran importancia que la red aporta a las compañías; habrá que realizar un informe comparativo de su situación con respecto a la competencia, tanto en el mercado nacional como en el internacional, aunque no estuviese implantada.

D. ESTUDIO TÉCNICO

Según (Muñoz, Eduardo, s.f.) el estudio técnico consiste en el siguiente marco metodológico:

1. Determinación del tamaño de la Empresa

Señale el número de clientes que serán atendidos por el centro.

2. Capacidad de la planta

Defina la capacidad de la planta, señale las unidades a producir, para las diferentes áreas. La capacidad de la planta puede determinarse en función de la capacidad diseñada.

3. Proceso de producción del producto (b/s)

a. Flujograma de producción

Realice el diagrama de flujo del proceso de producción de su producto (B/S), señale los tiempos respectivos.

b. Requerimiento de activos fijos

Determine los requerimientos de terrenos, edificaciones (con instalaciones de acuerdo a los bienes y/o servicios a producirse), maquinaria y equipo, herramientas, muebles, enseres, vehículos y otros activos fijos que utilizará para producir su producto (B/S).

c. Servicios básicos y mantenimiento

Determine los requerimientos de servicios básicos y mantenimiento que utilizará para producir su producto (B/S).

d. Mantenimiento

Se determina el tiempo de mantenimiento, la cantidad el costo y el proveedor del equipo y de las instalaciones.

e. Materia prima, insumos y combustibles

Determine la materia prima, insumos, combustibles que utilizará para producir su producto (B/S).

f. Diseño técnico

Realice el diseño técnico del proyecto, elabore un plano, en el que señale tiempos y procesos, señale dimensiones.

g. Requerimiento del talento humano

Determine el talento humano, acorde a los procesos y tiempos de producción del producto o servicio, considerando las cantidades a producir diariamente, semanalmente, etc. (según la naturaleza de los bienes y/o servicios a producirse).

h. Programa pre operativo

Establezca el programa pre operativo (antes del montaje). Capacidad utilizada, capacidad instalada o considerando una demanda objetivo, es decir que el proyecto puede cubrir toda la demanda insatisfecha o parte de la misma.

E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**1. Organización del proyecto (definición de áreas)**

Según (Muñoz, Eduardo, s.f.) el proceso de organización del proyecto consiste en definir las siguientes áreas:

a. Área administrativa

Establezca el área administrativa de la Empresa.

b. Área productiva

Establezca el área productiva (de acuerdo a las necesidades de la Empresa, haga un resumen en base al estudio técnico o traslade la información del mismo).

c. Área comercial

Establezca el área comercial (de acuerdo a las necesidades de la Empresa).

d. Área financiera

Establezca el área financiera (de acuerdo a las necesidades de la Empresa).

e. Organigrama de la Empresa

Elabore el organigrama tentativo de la Empresa.

f. Proceso de selección y contratación del talento humano

Determine los valores que debe primar en sus futuros colaboradores.

Determine el proceso de selección y contratación para sus futuros colaboradores.

Defina los materiales que emplearán para el proceso selección, contratación e inducción.

2. Marco legal

Realice un análisis de la Ley de Compañías, de la Ley de Turismo y otros instrumentos legales (reglamentos y ordenanzas), defina según su conveniencia pero ajustado al marco legal correspondiente al tipo del centro: de comandita simple, compañía en nombre colectivo, compañía de economía mixta, compañía anónima, compañía de responsabilidad limitada, otras. Determine los requisitos legales para la constitución legal y funcionamiento del centro. Defina las obligaciones fiscales de la Empresa.

F. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Previsión del balance de situación

La previsión del balance de situación según (Muñoz, Eduardo, s.f.), menciona que es otro documento contable de uso generalizado que presenta la situación patrimonial del centro. También hay que realizar una previsión, mensual para los primeros doce meses y anual para el resto de ejercicios.

Hay que realizar una previsión de cómo estará compuesto el activo del Operadora de turismo; qué parte estará inmovilizado en maquinaria, instalaciones, etc., qué parte estará en manos de clientes que aún no han pagado, qué parte se retendrá en la tesorería de la empresa. También hay que detallar como se desglosa el pasivo del Operadora de turismo, fundamentalmente, qué grado de endeudamiento externo se va a alcanzar y si es una deuda a corto o a largo plazo.

2. Análisis del punto de equilibrio

Según (Urbina, 1999), se llama punto de equilibrio al volumen de ventas necesario para cubrir todos los costes de la Operadora de turismo en un ejercicio. Para un volumen de ventas superior se tendrán beneficios, para un volumen inferior se cerrará con pérdidas. Si bien el cálculo del punto de equilibrio es complejo, entre otras cosas por la dificultad de anticipar los costes variables que se van a producir, hay que hacer un esfuerzo para obtener un valor lo más correcto posible.

De hecho, independientemente del valor exacto que puede tener el punto de equilibrio, su análisis va a proporcionar al emprendedor un profundo conocimiento de la estructura de costes de la Operadora de turismo, habrá que detallar cuáles serán los costos fijos aquellos que se van a producir independientemente del volumen de ventas o producción y cuáles serán los costes variables es decir, relacionados directamente con las unidades producidas. Como norma general hay que tender a reducir los costes fijos y sustituirlos por variables. (Muñoz, Eduardo, s.f.)

3. Previsión de pérdidas y ganancias

La cuenta de Pérdidas y Ganancias es otro documento contable básico. En ella se describen todos los gastos que va a soportar el Operadora de turismo y todos los ingresos que va a generar. Se debe realizar una previsión mensual de ingresos y gastos para el primer año. Para los dos o tres años siguientes bastará con una previsión anual. Con la relación de ingresos y gastos es fácil calcular el beneficio esperado. Un centro de interpretación cultural cuando empieza no va a generar beneficios necesariamente desde el primer año. Si se prevé que el primer ejercicio se va a cerrar con pérdidas, esto se debe reflejar en esta previsión. Sin embargo, hay que tener muy claro cómo se van a recuperar esas pérdidas en los posteriores ejercicios.

4. Elaboración del análisis financiero

Según (Muñoz, Eduardo, s.f.), para la elaboración del análisis financiero se trabajará en base al estudio de mercado y se identificará los ingresos y egresos que presentará el estudio técnico y económico.

La rentabilidad del proyecto se mostrará tras el cálculo de los indicadores de rentabilidad, como son flujo de caja, relación coste/beneficio, VAN y TIR, y tiempo de recuperación del capital.

G. ANÁLISIS FINANCIERO

1. Definición

El análisis financiero constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión. (Fontanie, 2003)

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones. Una de las evaluaciones que deben de realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto. (Fontanie, 2003)

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto. (FONTAINE, 2003)

2. Indicadores de Rentabilidad

a. TIR o IRR en inglés (Internal Rate of Return)

Es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque es más preciso como indicador el VAN. En otras palabras, el TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión.

Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo. (Fontanie, 2003)

b. VAN

Valor actual neto es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos. (Fontanie, 2003)

c. Relación Costo /Beneficio está representada por la relación**1) Ingresos/Egresos**

En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal. El análisis de la relación beneficio costo implica que: (Fontanie, 2003)

- a) $B/C > 1$: implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- b) $B/C = 1$: implica que los ingresos son iguales que los egresos, en este caso el proyecto es indiferente.
- c) $B/C < 1$: implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR

1. Localización

El presente proyecto se realizará en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay), provincia de Guayas, Ecuador.

2. Ubicación geográfica

Las coordenadas fueron tomadas en el lugar donde se va a ubicar el proyecto.

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17 S', Datum WGS 84.

x= 715118 E

y= 9753143 S

Fuente: (CENSIG, 2014)¹.

3. Límites

Al norte: Cantón Chillanes. Provincia de Bolívar, Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos, y el Cantón Simón Bolívar

Al Sur: Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo, Río Chimbo.

Al Este: Cantón Chillanes Provincia de Bolívar.

Al Oeste: Cantón Naranjito Provincia del Guayas

Fuente: (Planificación, 2011)

4. Características climáticas

Promedio Anual de Temperatura: 18-24°C.

Promedio Anual de Precipitación: 3000 mm.

Fuente: (Planificación, 2011).

¹Centro de Sistemas de información Geográfica de la Facultad de Recursos Naturales, ESPOCH

5. Clasificación ecológica

Explica en que consiste cada zona de vida, y las que tenemos en el cantón son:

Bosque húmedo tropical

Bosque seco pre montano

Bosque húmedo pre montano

Bosque muy húmedo pre montano

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2013)

6. Materiales y equipos

a. Materiales

Resma de papel Bond

Esferos

Libreta de campo

Tinta de impresora

b. Equipos

Computadora portátil

Cámara digital

Memoria flash 4 GB

Impresora

Baterías recargables.

B. METODOLOGÍA

De acuerdo con los objetivos planteados y para su cumplimiento, se procedió de la siguiente manera:

1. Definir la viabilidad administrativa, legal del proyecto

Para realizar esta investigación se consideraron los siguientes aspectos:

a. Tipo de empresa a crearse

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- 1) Análisis de las formas legales para establecer empresas.
- 2) Requisitos para establecer la empresa.

b. Requisitos para la constitución de la empresa

- 1) Requisitos para el funcionamiento de la empresa
- 2) Reglamento de la empresa

c. Requerimientos del área administrativa

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- 1) Requerimientos de activos fijos.
- 2) Gastos del área administrativa.
 - a. Talento humano.
 - b. Materiales e insumos.
 - c. Servicios básicos.
- 3) Gastos pre operativos.

d. Organización

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- 1) Estructura orgánica.
 - a. Organigrama estructural.
 - b. Organigrama funcional.
 - c. Manual de cargos y funciones.

2. Determinar la viabilidad comercial del proyecto

a. Estudio de mercado

Se lo realizó en base a los siguientes análisis:

1) Análisis de la oferta

- a) Validación del inventario de atractivos turísticos
- b) Catastro turístico
- c) Definición de la imagen turística
- d) Definición de productos turísticos.

2) Estudio de mercado

- a) Definición de la matriz y sus respectivas variables para el estudio de mercado.

3) Análisis la demanda

Para realizar esta investigación se identificó los siguientes aspectos:

- a) Determinación del Universo.
 - i. Universo 1: PEA Guayaquil, PEA Riobamba, PEA Cuenca
 - ii. Universo 2: PEA Bucay, PEA Cumandá, PEA Naranjito, PEA El Triunfo.

- b) Muestra.
- c) Técnica para recolectar información.
 - i. Cuestionario
- d) Segmentación del Mercado
- e) Perfil del consumidor
- f) Demanda actual.
- g) Demanda futura.

4) Análisis de la competencia

Para realizar esta investigación se identificó los siguientes aspectos:

- a) Competencia actual.
- b) Competencia futura.

5) Confrontación de la demanda vs oferta

Para realizar esta investigación se identificó los siguientes aspectos:

- a) Demanda insatisfecha.
- b) Demanda insatisfecha por productos.

b. Plan mercadotécnico del área comercial

Para realizar esta investigación se identificó los siguientes aspectos:

1) Medios a emplearse

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- a) Imagen Marca

- i. Slogan.
- ii. Logotipo de la empresa.
- iii. Color de identificación de la empresa.

b) Definir medios de comunicación

i. Página web.

c) Canales de distribución.

c. Requerimientos del área comercial

Para realizar esta investigación se identificó los siguientes aspectos:

1) Requerimientos de activos fijos del área comercial

2) Gastos

- a) Por publicidad y promoción durante el funcionamiento.
- b) Talento humano.
- c) Materiales e insumos.

3) Requerimiento de activos diferidos del área comercial

3. Determinar la viabilidad técnica del proyecto

Para realizar esta investigación se identificó los siguientes aspectos:

a. Tamaño del proyecto

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- 1) Tamaño del proyecto para clientes.
- 2) Tamaño del proyecto por productos.
- 3) Consumo aparente para clientes.
- 4) Consumo aparente para productos.

b. Localización del proyecto

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- 1) Macrolocalización.
- 2) Microlocalización.

c. Proceso productivo de bienes y servicios

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- 1) Flujograma del proceso productivo.
- 2) Flujograma de atención al cliente.

d. Requerimientos del área productiva

Se lo realizó en base a lo siguiente:

- 1) Requerimientos de activos fijos.
- 2) Requerimientos de activos diferidos.
- 3) Requerimientos de mano de obra directa.
- 4) Requerimientos de mano de obra indirecta.
- 5) Diseño del área productiva.

4. Evaluar económica y financieramente el proyecto

Para realizar esta investigación se identificaron los siguientes aspectos:

a. Activo fijo, diferido y capital de trabajo de la empresa**b. Fuentes de financiamientos y usos de fondos****c. Clasificación de las inversiones**

- 1) Inversión de activos fijos.
- 2) Inversión de activos diferidos.
- 3) Inversión de capital de trabajo.
- 4) Total de la información.
- 5) Financiamiento.

d. Depreciación de activos fijos

e. Amortización de diferidos

f. Estructura de costos para la vida útil del proyecto

g. Estructura de ingresos

h. Balance general

i. Cálculo del flujo de caja del proyecto

j. Cálculo del punto de equilibrio

k. VAN

l. TIR

m. Relación Beneficio Costo

VII. RESULTADOS

A. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Para realizar el diagnóstico situacional de los dos cantones que se encuentran en el área de influencia del proyecto se analizó información de las instituciones públicas encargadas de la planificación y elaboración de información a nivel nacional, enfocándonos en los análisis: Físico-Espacial, Ecológico-Territorial, Socio-Cultural, Político-Administrativo y Económico-Productivo; con sus respectivas variables, las mismas que se detalla a continuación.

1. Ámbito físico espacial Cumandá

a. Ubicación geográfica

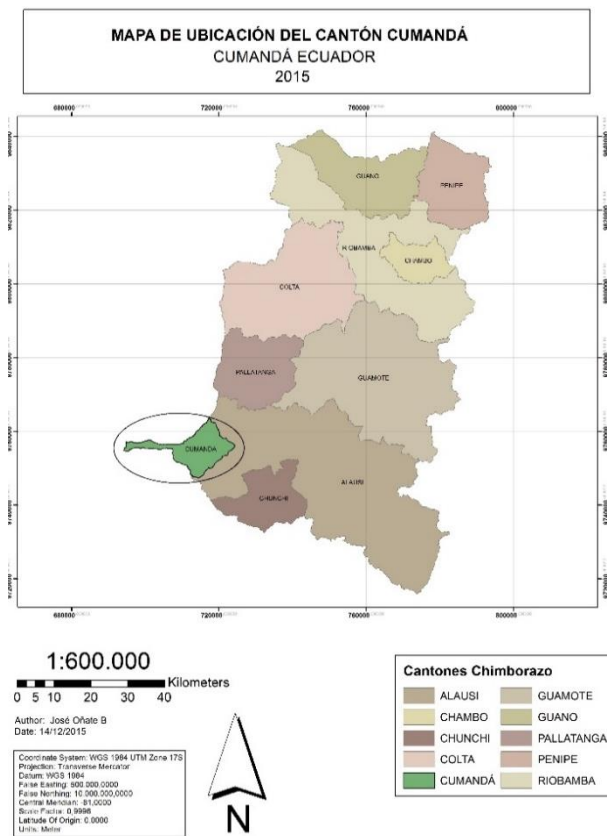
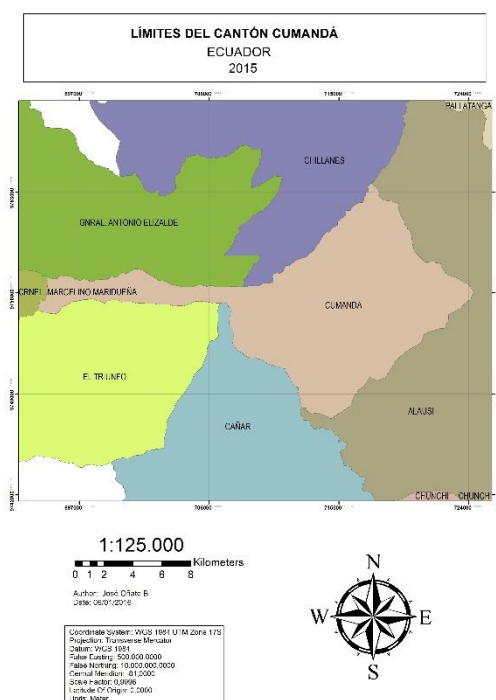


Ilustración 1 Ubicación Geográfica Cumandá

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

El cantón Cumandá se ubica al sur-oeste de la provincia de Chimborazo, en las estribaciones de la cordillera occidental, geográficamente se encuentra entre las coordenadas 720000 9760000 y 700000 9760000.

b. Límites



Fuente: INEC (2011). Geografía del Agro Ecuatoriano. Recuperado el 22 de Diciembre de 2015, de <http://geportal.mega.gov.ec/inventos.html>

Ilustración 2 Límites Cumandá

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

Tabla 1 Límites Cumandá

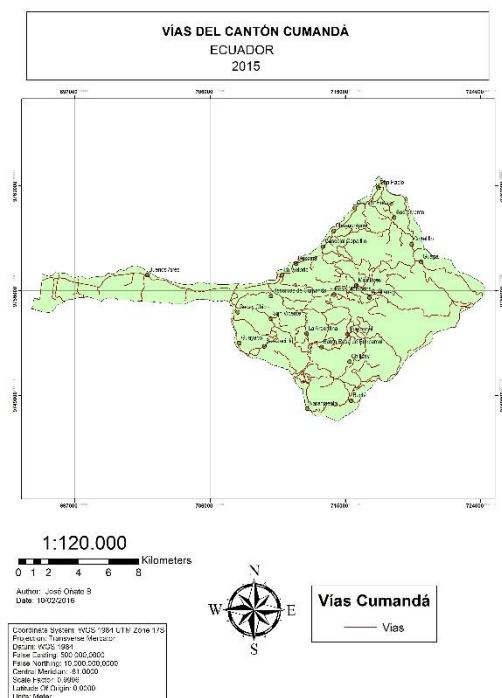
Límites	
Norte	Cantón Chillanes. Provincia de Bolívar, Cantón General Antonio Elizalde Provincia de Guayas, cantón Alausí Provincia de Chimborazo.
Sur	Cantón Alausí Provincia de Chimborazo, cantón El Triunfo Provincia de Guayas, Cantón Cañar Provincia del Cañar.
Este	Cantón Alausí Provincia de Chimborazo.
Oeste	Cantón Marcelino Maridueña Provincia del Guayas.

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

Realizado por: José G Oñate B.

El cantón Cumandá tiene los siguientes límites: al norte el cantón Chillanes de la provincia de Bolívar, el cantón General Antonio Elizalde Provincia de Guayas, y cantón Alausí provincia de Chimborazo; al sur el cantón Alausí de la provincia de Chimborazo, el cantón El Triunfo provincia de Guayas y el cantón Cañar provincia del Cañar; al este el cantón Alausí de la provincia de Chimborazo. Y al oeste el cantón Marcelino Maridueña de la provincia del Guayas.

c. Vías de acceso



Fuente: M&GAP. (2002). Geoportal del Agro Ecuatoriano. Recuperado el 22 de Diciembre de 2015, de <http://geoportal.mgap.gob.ec/inventos.html>

Tabla 2 Vías de Acceso Cumandá

Vía	Tipo			Longitud
Cumandá-Riobamba	Vía de Primer Orden (Hormigón Armado)			156 km
Cumandá-Guayaquil	Vía de Primer Orden (Asfaltado)			96 km
Recinto	Primer orden km	Segundo orden km	Tercer orden km	Total km
Copalillo	12	0	15	27
Guagal	12	0	19	31
Guallanag	3	0	17	20
Cruz del Hueso	10	0	0	10
Sacramento	12	0	16	28
Chalguayaco	8	0	0	8
Miraflores	3	0	10	13
Cascajal	6	0	0	6
San Pablo	7	0	0	7
La Victoria	3	0	0	3
Reservas de Cumandá	0	0	2	2
Santa Rosa	0	0	14	14
San Vicente	0	0	5	5
Argentina	0	0	8	8
Guayabo	0	0	5	5
Naranjapata	0	0	15	15
Suncamal	0	0	15	15

Fuente: Actualización del PDyOT Cumandá 2015.

Realizado por: José G Oñate B.

Cumandá cuenta con un sistema de vías establecidas por dos carreteras nacionales de primer orden de hormigón armado y en mantenimiento permanente que conectan con ciudades importantes del

país (Riobamba, Guayaquil); mientras que, para llegar a sus recintos cuenta con vías de segundo y tercer orden lastradas.

d. Hidrografía

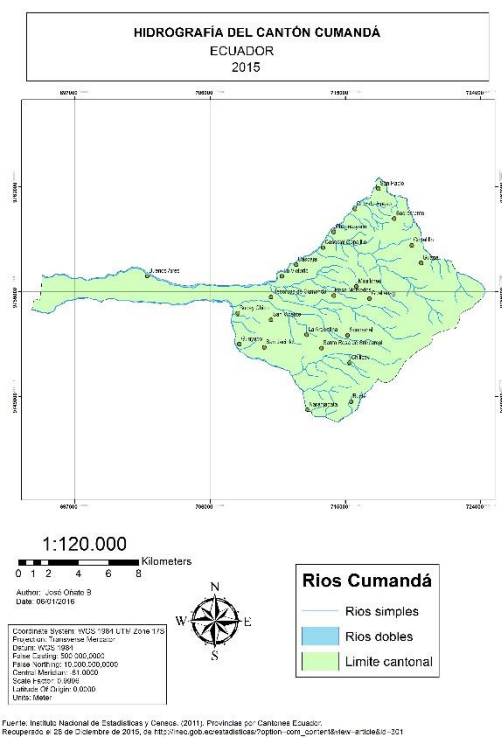


Ilustración 3 Hidrografía Cumandá

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014)

Tabla 3 Hidrografía Cumandá

Nombre	Distancia (m)
Rio Chimbo	18660
Rio Chanchan	19900
Rio San Pablo	10589
Rio Chilicay	15555
Rio Blanco	19990
Rio Mayaguan	11000
Total	95694

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

El cantón Cumandá cuenta dentro de su red hidrográfica con los ríos Rio Chimbo, Rio Chanchan, Rio San Pablo, Rio Chilicay, Rio Blanco, Rio Mayaguan con un total de 95649 m² identificados como los ríos más importantes del mismo que pertenecen a la cuenca hidrográfica del Guayas.

e. Suelos

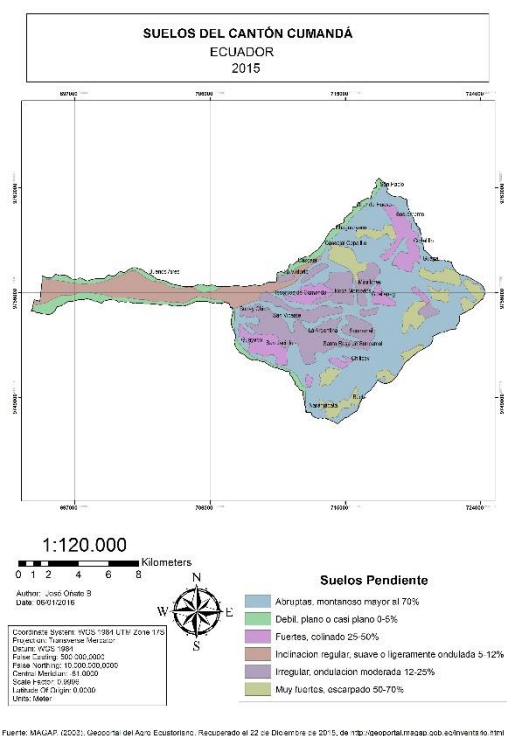


Ilustración 4 Pendientes suelos Cumandá

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2013)

Tabla 4 Pendientes suelos Cumandá

Suelos pendiente	Hectáreas	Porcentaje
Abruptas, montañoso mayor al 70%	7132	44,94%
Débil, plano o casi plano 0-5%	1250	7,87%
Fuertes, colinado 25-50%	1495	9,42%
Inclinación regular, suave o ligeramente ondulada 5-12%	1779	11,21%
Irregular, ondulación moderada 12-25%	2654	16,72%
Muy fuertes, escarpado 50-70%	1562	9,84%
Total	15871	100,00%

Fuente: (Ministerio del Ambiente, Monitoreo del Patrimonio Natural, 2013).

Realizado por: José G Oñate B.

Según el Geoportal del Agro Ecuatoriano, elaborado por el MAE en el año 2013, las pendientes de los suelos del cantón Cumandá como identificamos en la tabla 4 tenemos pendientes Abruptas, montañoso mayor al 70% con el 44,94% del territorio en total, irregular, ondulación moderada 12-25% con el 16,72% y inclinación regular, suave o ligeramente ondulada 5-12% con el 11,21%.

f. Temperatura

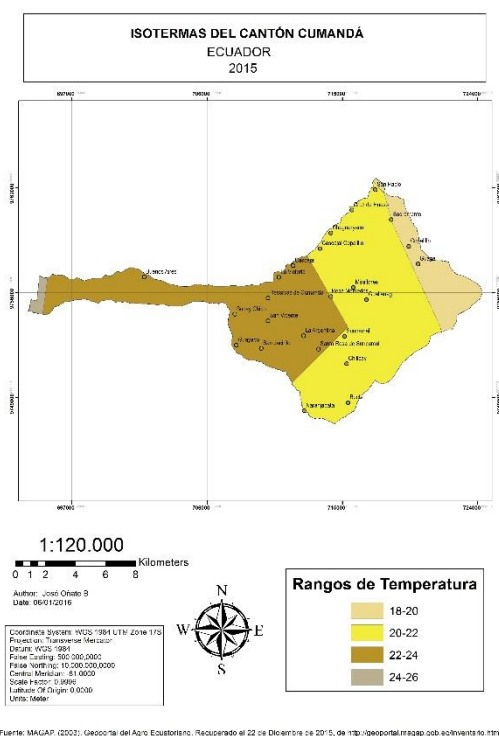


Ilustración 5 Isothermas Cumandá

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014)

Tabla 5 Isothermas Cumandá

N	Rango		Promedio
1	24 °C	26 °C	25 °C
2	22 °C	24 °C	23 °C
3	20 °C	22 °C	21 °C
4	18 °C	20 °C	19 °C
Total			22 °C

Fuente: (Ministerio del Ambiente, Monitoreo del Patrimonio Natural, 2013).

Realizado por: José G Oñate B.

El promedio de temperatura en el cantón Cumandá es de 22 °C, como podemos observar en la tabla número 5 existen 4 rangos de temperatura en el cantón, misma información se recabo del Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología realizado el 2013.

g. Precipitación

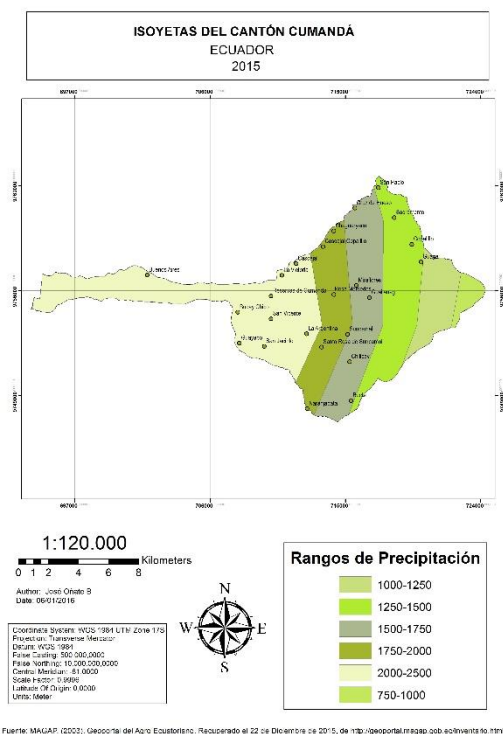


Ilustración 6 Isoyetas Cumandá

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014)

Tabla 6 Precipitación Cumandá

N	Rango		Promedio
1	1750	2000	1875,00
2	1500	1750	1625,00
3	750	1000	875,00
4	2000	2500	2250,00
5	1250	1500	1375,00
6	1000	1250	1125,00
Total			1520,83

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

El cantón Cumandá cuenta con una precipitación promedio de 1520 mm anuales, en la tabla 6 podemos observar cómo se encuentra distribuido el rango de precipitación en el cantón presentándose las más altas precipitaciones en la zona baja y media del mismo, con 200-2500 y 1750-2000 respectivamente.

2. Ámbito socio cultural

a. Población

La población total del cantón Cumandá es de 12.922. (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014)

b. Salud

El cantón Cumandá cuenta con: 2 Subcentros de salud: 1 en la cabecera cantonal Cumandá y 1 en San Vicente, 2 centros de atención del IESS: uno en la Resistencia y uno en Cascajal.

La cartera de servicios que presta el Subcentro de Cumandá es la siguiente:

- 1) Medicina general
- 2) Medicina familiar
- 3) Odontología
- 4) Vacunación
- 5) Laboratorio clínico
- 6) Obstetricia
- 7) Inspección sanitaria
- 8) Calificación de discapacitados
- 9) Psicólogo (solo los días viernes)

La cartera de servicios que presta el Subcentro de Salud de San Vicente es la más básica consiste en lo siguiente:

- 1) Medicina general
- 2) Vacunación
- 3) Obstetricia (día martes con profesional itinerante)

c. Infraestructura

1) Educativa

En el cantón actualmente funcionan las siguientes instituciones educativas en los distintos niveles: educación inicial, educación básica y bachillerato.

En educación inicial el cantón cuenta con 12 centros educativos, 8 en la zona urbana y 4 en la zona rural, que funcionan en su mayor parte en jornada matutina.

En educación básica, el cantón cuenta con 22 unidades educativas, de las cuales cuatro son unidocentes y están ubicadas en la zona rural, es decir que alrededor del 20% todavía conservan esta modalidad, lo que refleja que esta situación de marginalidad en la zona rural se mantiene.

Para este nivel existe un total de 3588 alumnos, de los cuales el 50,67 % son hombres y el 49,33% son mujeres, lo cual refleja que existe bastante equidad en esta relación.

Tabla 7 Educación básica

Nombre de la escuela	Dirección	Parroquia urbana o rural	Tipo de establecimiento	Sexo		Total
				H	M	
Antonio Nariño	Recinto Chaguayacu	Rural	Pluridocente	24	20	44
Cantón Cumandá	Recinto Cascajal	Rural	Pluridocente	33	33	66
Cecilia Álvarez Freire	9 de Octubre y Rumiñahui	Urbano	Pluridocente	286	244	530
Sultana de los Andes	9 de Octubre y Primera Constituyente	Urbano	Pluridocente	433	487	920
Celso Augusto Rodríguez	Chimborazo y Amazonas	Urbano	Pluridocente	472	485	957
Cornelio Dávalos Donoso	Recinto la Victoria	Rural	Pluridocente	35	40	75
Dr. Angel Borja García	Barrio de los Ángeles	Urbano	Pluridocente	0	0	0
Dr. Remigio Crespo Toral	Recinto Suncamal	Rural	Pluridocente	12	7	19
José Nicanor Carrión	Recinto Buenos Aires	Rural	Pluridocente	17	16	33
Aníbal Moreno Insuasti	Recinto Copalillo	Rural	Pluridocente	22	15	37
Luis Virgilio Verdugo	Recinto Guagal	Rural	Unidocente	10	6	16
Manuel Quiroga	Vía a Suncamal	Rural	Pluridocente	43	46	89
Republica de Paraguay	Recinto Sacramento	Rural	Unidocente	14	13	27
Víctor Naranjo Fiallos	Recinto Guallanag	Rural	Unidocente	3	6	9
26 de Septiembre	Recinto Miraflores	Rural	Unidocente	9	6	15
28 de Enero	Recinto Valle Alto	Urbano	Pluridocente	65	60	125
Cumandá	Jaime Cabrera y primera constituyente	Urbano	Pluridocente	43	38	83
Arnaldo Merino Muñoz	Recinto la Isla 87	Urbano	Pluridocente	94	66	160
José Riofrio	Recinto la resistencia	Urbano	Pluridocente	109	91	200
General Angel Flores	Recinto La Nueva Unión	Urbano	Pluridocente	20	2	22
Provincia Chimborazo				29	38	67
Total de estudiantes				1818	1770	3588
Porcentaje Hom/Mujeres				50,67%	49,33%	100%

Fuente: (Carrasco y Asociados, 2015).

Realizado por: José G Oñate B.

2) Vivienda

Tabla 8 Acceso a la vivienda

Centros poblados urbanos	N° de familias	N° de familias que cuentan con vivienda propia	Porcentaje de la tenencia de la vivienda	N° de familias que no cuentan con vivienda propia	Déficit habitacional (%)
Cabecera Cantonal	3200	3000	85%	270	7.65%
Centros Poblados Rurales (Recintos)	1191	1100	80%	150	12,25%

Fuente: (Carrasco y Asociados, 2015).

Realizado por: José G Oñate B.

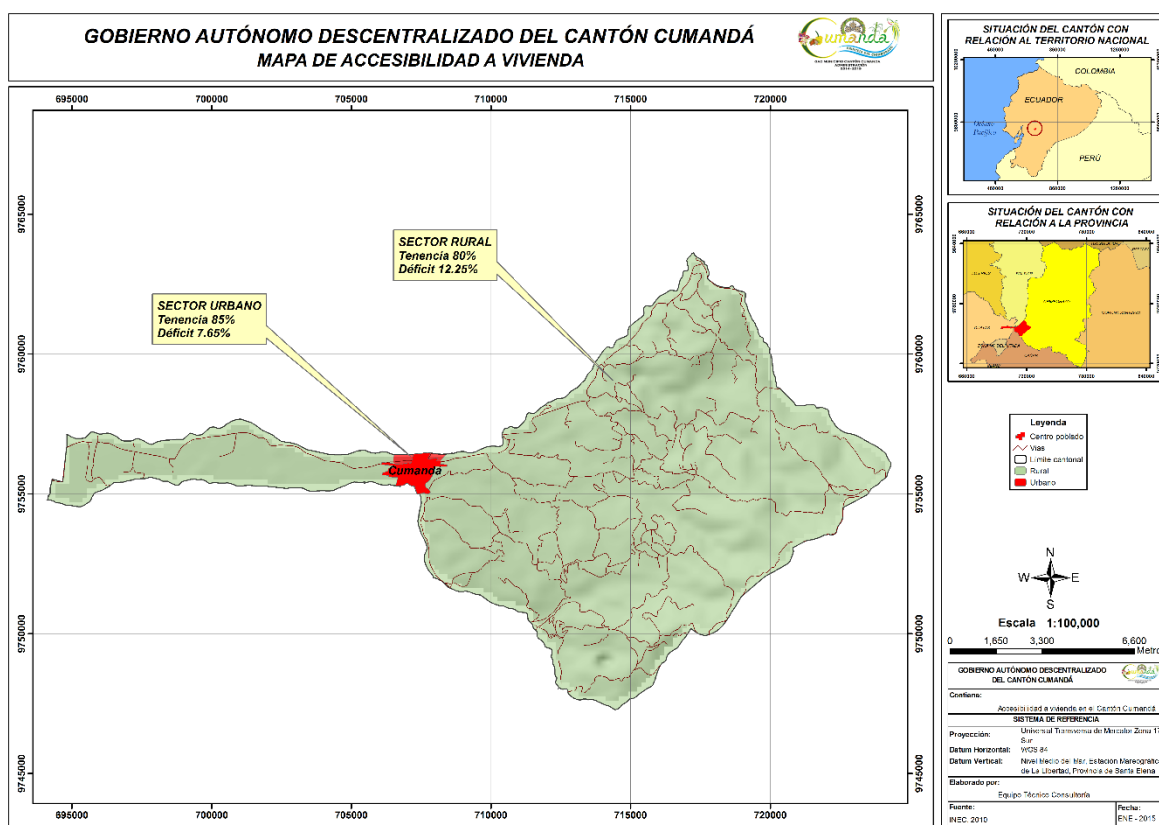


Ilustración 7 Acceso a la vivienda

Realizado por: José G Oñate B.

Según la información del Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial del 2015 el 85% de la población urbana tiene acceso a vivienda propia y el 80% en el área rural, con un déficit habitacional de 7.65% y 12,25%.

3) Vial y transportación

Cumandá es un cantón al cual se llega de forma rápida y sencilla debido a que cuenta con un sistema de vías establecidas por dos carreteras nacionales de primer orden asfaltadas y en mantenimiento las cuales la conectan con ciudades importantes del país; mientras que, para llegar a sus recintos se cuenta con vías de segundo y tercer orden lastradas con poco mantenimiento.

a) Redes Viales en el ámbito urbano del Cantón

i. Expreso

Las vías expresas establecen la relación entre el sistema interurbano y el sistema vial urbano, sirven principalmente para el tránsito de paso (origen y destino distantes entre sí). Unen zonas de elevada generación de tráfico transportando grandes volúmenes de vehículos, con circulación a alta velocidad y bajas condiciones de accesibilidad. Sirven para viajes largos entre grandes áreas de vivienda y concentraciones industriales, comerciales y el área central.

El cantón Cumandá cuenta con la vía Riobamba – Guayaquil en la que a diario transitan miles de vehículos livianos, de transporte de pasajeros, de carga, que realizan el intercambio de productos entre la Sierra y la Costa, siendo ésta una de las principales vías que fomentan el comercio en el país.

ii. Arterial

Las vías arteriales permiten el tránsito vehicular, con media o alta fluidez, baja accesibilidad y relativa integración con el uso del suelo colindante. Estas vías deben ser integradas dentro del sistema de vías expresas y permitir una buena distribución y repartición del tráfico a las vías colectoras y locales. El estacionamiento y descarga de mercancías está prohibido salvo casos de emergencia.

Los nombres de las principales vías colectoras con las que cuenta el Cantón Cumandá son: 10 de Agosto, 4 de Diciembre, 1 de Mayo, 9 de Octubre y la Perimetral.

iii. Colector

Las vías colectoras sirven para llevar el tránsito de las vías locales a las arteriales y en algunos casos a las vías expresas cuando no es posible hacerlo por intermedio de las vías arteriales. Dan servicio tanto al tránsito de paso, como hacia las propiedades adyacentes.

En general en el Cantón Cumandá la mayoría de calles son colectoras estando en un estado aceptable adoquinadas el 50% y lastradas el otro 50%

3. Ámbito ecológico territorial

a. Zonas de vida

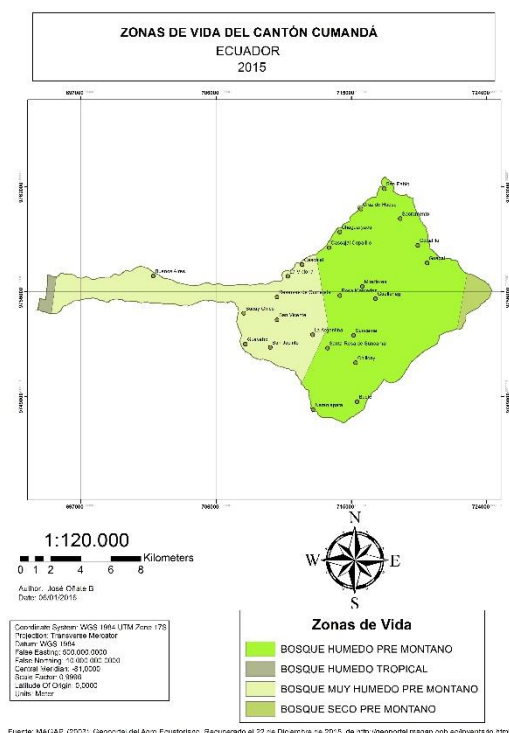


Ilustración 8 Zonas de vida Cumandá

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2013)

Tabla 9 Zonas de vida Cumandá

N	Código	Descripción	Área (ha)	Porcentaje
1	b.h.T.	Bosque húmedo tropical	153	1%
2	b.s.P.M.	Bosque seco pre montano	379	2%
3	b.h.P.M.	Bosque húmedo pre montano	10100	64%
4	b.m.h.P.M.	Bosque muy húmedo pre montano	5239	33%
Total			15871	100%

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2013).

Realizado por: José G Oñate B.

Según la información del (Ministerio del Ambiente, 2013), el cantón Cumandá, cuenta con 4 zonas de vida:

- 1) Bosque húmedo tropical con el 1% del territorio cantonal comprende la zona baja del cantón en el recinto Buenos Aires en el área de producción agrícola bajo los 180 msnm.
- 2) Bosque seco pre montano con el 2% del territorio cantonal comprende la zona alta del cantón en el recinto Guagal desde 2040 msnm hasta los 3040.
- 3) Bosque húmedo pre montano con el 64%, comprende los recintos: San Pedro, Cruz de Hueso, Sacramento, Chalguayaco, Copalillo, Cascajal Copalillo, Guagal, Miraflores, Rosa Mercedes, Guallanag, Suncamal, Santa Rosa de Suncamal, Chilicay, Bucte y Naranjapata.

Bosque muy húmedo pre montano con el 33% del territorio cantonal comprende los recintos: Cascajal, La Victoria, Reservas de Cumandá, Bucay Chico, San Vicente, La Argentina, El Guayabo y San Jacinto.

b. Biodiversidad

1) Flora

Tabla 10 Flora Cumandá

Habitó: árboles y arbustos		
Nombre común	Nombre científico	Familia
Guayacán	<i>Tabebuia chrysantha</i>	Bignoniaceae
Cholán	<i>Tecoma stans</i>	Bignoniaceae
Ceibo	<i>Ochroma sp.</i>	Bombacaceae
Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	Boraginícea
Guarumo	<i>Cecropia putumayonis</i>	Cecropiaceae
Mata palo	<i>Cecropia app.</i>	Cecropiaceae
Sangre de drago	<i>Croton lechleri</i>	Euphorbiacea e
Guaba de monte	<i>Inga sp</i>	Fabaceae
Nogal	<i>Juglans nigra</i>	Juglandaceae
Canelo	<i>Cinnamomum sp.</i>	Lauraceae
Aguacate	<i>Persea americana</i>	Lauraceae
Jigua	<i>Nectandra sp. Aublet</i>	Lauraceae
Cedro	<i>Cedrela montaña</i>	Meliaceae
Figueroa	<i>Carapa guianensis</i>	Meliaceae
Matapalo	<i>Ficus sp.</i>	Moraceae
Caucho	<i>Castilla elástica</i>	Moraceae
Guayaba	<i>Psidium guajaba</i>	Myrtaceae
Arrayan	<i>Myrtus communis</i>	Myrtaceae
Caña guadua	<i>Guadua angustifolia</i>	Poaceae
Nombre común	Nombre científico	Familia
Fernansanches	<i>Triplaris cumingiana</i>	Polygonaceae
Cascarilla negra	<i>Cinchona officinalis</i>	Rubiaceae
Papaya	<i>Carica papaya</i>	Caricaceae
Motilón	<i>Hyeronima alchorneoides</i>	Euphorbiacea e
Tomate de carne	<i>Lycopersicum esculentum</i>	Solanaceae
Tomate de árbol	<i>Solanum betaceum</i>	Solanaceae
Naranjilla	<i>Solanum quitoense</i>	Solanaceae
Habitó: hierbas		
Nombre común	Nombre científico	Familia
Escancel	<i>Aerva sanguinolenta</i>	Amaranthacea e
Camacho	<i>Xanthosoma sagittifolium</i>	Araceae

Papa china	<i>Colocasia esculenta</i>	Araceae
Cadillo	<i>Xanthium strumarium</i>	Asteraceae
Bromelia	<i>Guzmania sp.</i>	Bromeliaceae
Wicundo	<i>Guzmania conifera</i>	Bromeliaceae
Achera	<i>Canna indica</i>	Cannaceae
Sauco	<i>Sambucus nigra</i>	Adoxaceae
Nombre común	Nombre científico	Familia
Lamay	<i>Clusia alata</i>	Clusiaceae
Caballo chupa	<i>Equisetum arvense</i>	Equisetaceae
Jicamilla	<i>Pachyrhizus erosus</i>	Fabaceae
Platanillo	<i>Heliconia orthotricha</i>	Heliconeaceae
Poleo	<i>Pulegium puleium</i>	Lamiaceae
Mora silvestre	<i>Rubus adenotrichus</i>	Moraceae
Orquídea	<i>Odontoglossum spp</i>	Orchidaceae
Orquídea	<i>Oncidium spp</i>	Orchidaceae
Granadilla	<i>Passiflora edulis</i>	Passifloraceae
Taxo	<i>Passiflora tripartita</i>	Passifloraceae
Guaviduca	<i>Piper pallidirameum</i>	Piperaceae
Llantén	<i>Plantago major</i>	Plantaginacea e
Suro	<i>Chusquea kunth</i>	Poaceae
Caña guadua	<i>Guadua angustifolia</i>	Poaceae
Helechos	<i>Dryopteris felix-mas</i>	Pteridophyta
Paico	<i>Chenopodium ambrosioides</i>	Quenopodiaceae
Lugma	<i>Pouteria lucuma</i>	Sapotaceae
Zarzaparilla	<i>Smilax sp.</i>	Smilacaceae
Guanto	<i>Datura arborea</i>	Solanaceae
Hierba mora	<i>Solanum nigrum</i>	Solanaceae
Ortiga	<i>Urtica urens</i>	Urticaceae
Verbena	<i>Verbena microflora</i>	Verbenaceae
Habitó: palmas		
Nombre común	Nombre científico	Familia
Cade	<i>Phytelephas macrocarpa</i>	Arecaceae
Palma de ramos	<i>Ceroxylon alpinum</i>	Arecaceae
Palmito	<i>Euterpe precatoria</i>	Arecaceae
Palmera	<i>Phoenix dactylifera</i>	Arecaceae
Pambil	<i>Iriarteia sp.</i>	Arecaceae

Fuente: (Carrillo Veintimilla, 2010).

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro del estudio realizado por Olga Carrillo en el 2010 se registran 65 especies de plantas, entre 27 especies arbóreas, 32 especies de hierbas y 6 especies de palmas.

2) Fauna

Tabla 11 Fauna Cumandá

Mamíferos	Familia	Nombre común	Nombre científico
	Cávidae	Cuy de monte	<i>Cavia apereá patzaltii</i>
	Nyctipithecidae	Tuta mono	<i>Aotus vociferans</i>
	Cebidae	Mono ardilla	<i>Saimiri sciureus</i>
	Cervidae	Venado	<i>Odocoileus virginianus</i>
	Cuniculidae	Guanta	<i>Cuniculus paca</i>
	Dasipodidae	Armadillo 9 bandas	<i>Dasyopus novecintus</i>
	Dasyproctidae	Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>
	Didelphidae	Raposa	<i>Didelphys persigna</i>
	Erethizontidae	Puerco espín	<i>Coendou malanarus</i>
	Felidae	Tigrillo	<i>Felis pardales</i>
	Leporidae	Conejo de monte	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>
	Mephitidae	Zorrillo	<i>Conepatus semestriatus</i>
	Mustelidae	Cabeza mate	<i>Eira barbara</i>
		Chucuri	<i>Mustela frenata</i>
	Myrmecophagidae	Oso hormiguero	<i>Tamandúa tetradactyla</i>
	Sciuridae	Ardilla	<i>Sciurus granatensis</i>
	Tayassuidae	Puerco zaino	<i>Tayassu tajacu</i>
	Procyonidae	Cuchuco- coatí	<i>Nasua nasua</i>
		Cusumbo	<i>Potos flavus</i>
Insectos	Tettigoniidae	Salta montes	<i>Tettigonia viridissima</i>
	Nymphalidae	Mariposa monarca	<i>Danaus plexippus l.</i>
	Pieridae	Mariposa amarilla	<i>Phoebes cypris</i>
Reptiles	Colubridae	Chonta	<i>Malpolon monspessulanus</i>
		Culebra verde	<i>Philodria baroni</i>

Fuente: (Carrillo Veintimilla, 2010).

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de las especies de fauna se registran 24 especies, 19 especies de mamíferos, 3 especies de insectos y 2 especies de reptiles registrados por Olga Carrillo en el 2010.

Tabla 12 Aves Cumandá

N	Orden	Familia	Nombre vulgar	Nombre científico
1	Pelicaniformes	Ardeidae	Garza bueyera	<i>Bubulcus ibis</i>
2			Garza nívea	<i>Egreta thula</i>
3			Garza grande	<i>Ardea alba</i>
4			Garcilla estriada	<i>Butorides striatus</i>
5			Garza tigre barreteada	<i>Tigrisoma fasciatum</i>
6	Cathartiformes	Cathartidae	Gallinazo negro	<i>Coragyps atratus</i>
7			Gallinazo cebicirrojo	<i>Cathartes aura</i>
8	Coraciformes	Alcedinidae	Martin pescador grande	<i>Megaceryle torquata</i>
9	Accipitriformes	Accipitridae	Gavilán campestre	<i>Rupornis magnirostris</i>
10			Elanio tijereta	<i>Elanoides forficatus</i>
11	Falconiformes	Falconidae	Halcón montes barreteado	<i>Micrastur ruficollis</i>
12			Cernícalo americano	<i>Falco sparverius</i>
13	Galliformes	Cracidae	Pava ala de oz	<i>Chamaepetes goudotti</i>
14	Charadriiformes	Scolopacidae	Andarrios coleador	<i>Actitis macularia</i>
15	Psittaciformes	Psittacidae	Loro alibronceado	<i>Pionus chalcopterus</i>
16			Loro piquirrojo	<i>Pionus sordinus</i>
17	Cuculiformes	Cuculidae	Garrapatero piquiliso	<i>Crotophaga ani</i>
18	Strigiformes	Strigidae	Mochuelo del pacifico	<i>Glaucidium peruvianum</i>
19	Apodiformes	Apodidae	Vencejo cuelliblanco	<i>Streptoprocne zonaris</i>
20		Trochilidae	Inca collarejo	<i>Coeligena torquata</i>
21			Colacintillo coliverde	<i>Lesbia nuna</i>

22			Colibrí picoespada	<i>Ensifera ensifera</i>
23			Silfo colivioleta	<i>Agelaiocercus coelestis</i>
24			Colibrí jaspeado	<i>Adelomaya melanogenis</i>
25			Amazilia colirufa	<i>Amazilia tzacalt</i>
26	Piciformes	Rhamphastidae	Tucanete lomirrojo	<i>Aulacorhynchus haematopygus</i>
27			Arasari piquipálido	<i>Pteroglossus erythropygius</i>
28		Picidae	Carpintero pardo	<i>Veniliornis fumigatus</i>
29			Carpintero carinegro	<i>Melanerpes pucherani</i>
30	Passeriformes	Furnariidae	Hornero del pacífico	<i>Furnarius cinnamomeus</i>
31			Trepatroncos pardo	<i>Dendrocincla fuliginosa</i>
32			Trepatroncos montano	<i>Lepidocolaptes lacrymiger</i>
33		Tyrannidae	Tiranoete silbador sureño	<i>Camptostoma obsolutum</i>
34			Tirano de agua enmascarada	<i>Fluvicola nengeta</i>
35			Tirano goliníveo	<i>Tyrannus niveigularis</i>
36			Pibí ahumado-copetón	<i>Cantopus fumigatus</i>
37			Mosquitero bermellón	<i>Pryrocephalus rubinus</i>
38			Febe guardarríos	<i>Sayornis nigricans</i>
39			Mosquitero alicastaño	<i>Myiozetetes cayanensis</i>
40		Cicnclidae	Cinco gorripardo	<i>Cinclus leucocephalus</i>
41		Hirundinidae	Golondrina azuliblanca	<i>Pygochelidon cyanoleuca</i>
42			Golondrina alirrasposa sureña	<i>Stelgidopteryx ruficollis</i>
43		Parulidae	Reinita lomianteadada	<i>Myiothlypis fulvicauda</i>
44		Thraupidae	Tangara crestinaranja	<i>Tachyphonus delatrii</i>
45			Tangara dorado	<i>Tangara arthus</i>
46			Tangara palmera	<i>Thraupis palmarum</i>
47			Eufonía piquigruesa	<i>Euphonia laniirostris</i>
48			Tangara montana aliazul	<i>Anisognathus somptuosus</i>
49			Tangara azuleja	<i>Thraupis episcopus</i>
50			Tangara lomilimón	<i>Rampohocelus icteronotus</i>
51			Tangara golondrina	<i>Tersina viridis</i>
52			Tangara cabecibaya	<i>Tengara girola</i>
53		Cardinalidae	Picogrueso amarillo sureño	<i>Pheucticus chrysogaster</i>
54			Saltador alinegro	<i>Saltator atripennis</i>
55		Emberizidae	Chingolo	<i>Zonotrichia capensis</i>
56			Espiguero variable	<i>Sporophila corvina</i>
57			Matorralero pizarroso	<i>Atlapetes schistaceus</i>
58		Icteridae	Pastorero peruano	<i>Sternuella bellicosa</i>
59			Negro matorralero	<i>Dives warszewiczi</i>
60	Vaquero brillante		<i>Molothrus bonariensis</i>	

Fuente: (Oñate Bastidas, 2014)

Realizado por: José G Oñate B.

Según el estudio ornitológico realizado por (Oñate Bastidas, 2014) en el recinto Naranjapata del cantón Cumandá entre enero y julio del año 2014, se han registrado 60 especies de aves; organizadas en 13 ordenes, 23 familias.

4. Ámbito económico productivo

a. Población

El total de la población de cantón Cumandá es de 12.922. (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014)

1) Género

Tabla 13 Población por género

Población	Hombres	Mujeres
12922	6345	6577

Fuente: (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Según información del INEC y SENPLADES, 2014, en el cantón Cumandá se registran 6345 hombre con el 49% de la población total y 6577 mujeres con el 51% de la población.

2) Distribución de la Población

Tabla 14 Población urbana y rural

Población	Urbano	Rural
12922	8632	4290

Fuente: (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Según información del INEC y SENPLADES, 2014, en el cantón Cumandá se registran 8632 habitantes en la zona urbana con el 67% de la población total y 4290 en la zona rural con el 33%.

3) Población económicamente activa

Tabla 15 Población económicamente activa

Población	PEA
12922	6461

Fuente: (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Para la población económicamente activa INEC y SENPLADES nos dice que en el cantón Cumandá 6461 personas están en este grupo representando el 50% del total de la población.

b. Actividades económicas

1) Población ocupada por actividad

Tabla 16 Población ocupada por actividad

PEA	Personas	Porcentaje
Agricultura, ganadería	2830	43,80%
Comercio	788	12,20%
Construcción	601	9,30%
Transporte y almacenamiento	420	6,50%
Industrias manufactureras	375	5,80%
Enseñanza	278	4,30%
Actividades de Alojamiento	246	3,80%
Actividades de los hogares como empleadores	226	3,50%
Administración pública y defensa	207	3,20%
Otras actividades de servicios	103	1,60%
Otros	388	6,00%
Total	6461	100,00%

Fuente: (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Según datos de (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014) la población ocupada por actividad representada en la Tabla 17, la actividad de agricultura, ganadería con 2830 personas representa el 43,80%, la actividad comercial con 788 personas representa el 12,20% y construcción con 601 personas con el 9,30%.

2) Agricultura, ganadería

Según (INEC & SENPLADES, Ficha de cifras generales cantón Cumandá, 2014) la actividad económica preponderante en el cantón es la agricultura representada por el 43,8%; dividida en:

a) Principales rubros de producción

iv. Cacao

Tabla 17. Zonas de producción y área de producción cacao

Recinto/Comunidades	Vocación productiva	Áreas de producción (ha.)
Buenos Aires	Cacao	460
San Vicente	Cacao	50
Cascajal	Cacao	20
El Guayabo	Cacao	10
Reserva Cumandá	Cacao	4
Total		544

Fuente: (MAGAP, 2003)

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de las zonas de producción y área de producción cacao encontramos a Buenos Aires y toda la parte baja del cantón con mayor cantidad de hectáreas de producción con 460 ha.

v. Caña de azúcar

Tabla 18. Zonas de producción y área en producción caña de azúcar

Recinto	Vocación productiva	Áreas de producción (ha.)
San Jacinto	Caña de azúcar	20
Santa Rosa de Suncamal	Caña de azúcar	5
Suncamal	Caña de azúcar	50
Guallanag	Caña de azúcar	80
Miraflores	Caña de azúcar	40
Total		195

Fuente: (MAGAP, 2003)

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de las zonas de producción y área de producción caña de azúcar encontramos al recinto Guallanag con mayor cantidad de hectáreas de producción con 80 ha.

vi. Maíz

Tabla 19. Zonas de producción y área de producción maíz

Recinto	Vocación productiva	Áreas de producción (ha.)
Reservas de Cumandá	Maíz	6
San Vicente	Maíz	60
Chilicay	Maíz	10
Buenos Aires	Maíz	10
Bucte	Maíz	15
Guallanag	Maíz	10
El Guayabo	Maíz	5
Total		116

Fuente: (MAGAP, 2003).

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de las zonas de producción y área de producción maíz encontramos al recinto San Vicente con mayor cantidad de hectáreas de producción con 60 ha.

3) Turismo

La riqueza paisajística hace notar los privilegiados atractivos del cantón Cumandá. En la actualidad se denota una actividad turística incipiente, por la falta del impulso por parte de los actores públicos, privados y sociales; existen iniciativas privadas de algunos complejos turísticos que requieren de mejoramiento.

La ubicación Geográfica, pisos altitudinales, hidrografía, clima y la flora y fauna hacen que sea el cantón más biodiverso de la provincia de Chimborazo; por ello es que en los talleres participativos la gran mayoría de actores manifiestan el interés de incursionar como actividad complementaria el turismo. Para ello se requiere el apoyo del GAD y la voluntad de asociarse para los emprendimientos; surge además la necesidad de entrar en un proceso fuerte y urgente de

capacitación donde se enlace lo turístico como un esfuerzo productivo para mejorar los niveles de ingresos familiares; la estrecha relación entre el turismo y las actividades productivas implica generar oportunidades de ocupación y empleo especialmente para los jóvenes del Cantón que incorporen ofertas en gastronomía de tal manera que sigan viviendo en sus espacios territoriales naturales, así hablaremos de una gestión del territorio de una forma autónoma, ello requiere de un vínculo de las universidades y el instituto a distancia que funciona en el cantón. Se plantea el impulso y fortalecimiento de la mesa interinstitucional de turismo en coordinación de los GAD's cantonal y Provincial, junto a la Dirección Regional de Turismo y la empresa privada para el impulso de un anillo o corredor turístico productivo, en pos de la declaratoria del ANILLO TURÍSTICO PRODUCTIVO más biodiverso de la provincia, con condiciones de infraestructura adecuadas y accesibilidad y con políticas de un adecuado uso para la conservación de áreas naturales.

Por ello desde la señalización, hasta las campañas de comunicación son parte del impulso de esta estrategia de reactivación productiva, donde se promueva un Plan consensuado cuyo compromiso de los actores sea inmediato para su operativización.

Entre varias actividades turísticas del cantón tenemos la visita a trapiches (elaboración del guarapo, licor y panela) pese a que han ido disminuyendo, la visita a la Iglesia de San Pedro de Suncamal, el Santuario del Divino Niño, La represa del río Blanco, el río Chimbo, el Rancho Santa Rosa, Hacienda San Ramos, Rancho San Pedro, Hacienda El Placer. Así mismo se puede realizar Caminatas, paseos a caballo o en bicicleta, vía La Isla, vía a la Victoria y la zona Urbana

5. Ámbito político administrativo

a. División política

Tabla 20 División Política Cumandá

N	Nombre
1	Buenos Aires
2	Guayabo
3	Bucay Chico
4	San Jacinto
5	San Vicente
6	Naranjapata
7	Reservas de Cumandá
8	La Victoria
9	Cascajal
10	La Argentina
11	Santa Rosa de Suncamal
12	Suncamal

13	Chilicay
14	Bucte
15	Rosa Mercedes
16	Miraflores
17	Guallanag
18	Guagal
19	Copalillo
20	Cascajal Copalillo
21	Chalguayacu
22	Cruz de Hueso
23	San Pablo
24	Sacramento

Fuente: Actualización del PDyOT Cumandá 2015.
Realizado por: José G Oñate B.

El cantón Cumandá no cuenta con parroquias las organización política administrativa del cantón está conformada por 24 recintos.

b. Infraestructura institucional e Instituciones públicas

Tabla 21 Infraestructura institucional e Instituciones públicas

Actores Institucionales	Dirección	Teléfono
Subcentro de Salud Cumandá	Vía Buenos Aires- Barrio 28 de Enero	0997822227
Obras Publicas GADM Cumandá	Av. Los puentes y Simón Bolívar	0989708401
Colegio Técnico Cumandá		
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Cumandá	Abdón Calderón y Simón Bolívar	
Fiscalía cantón Cumandá	Calle Simón Bolívar	095427220
Consejo de la Judicatura		
Jefatura Política		
Concejo cantonal de la niñez y adolescencia	Av. Los Puentes, Interior del Centro Comercial Cumandá Of. 13 y 14	(03) 2272736
Policía Nacional Cumandá	Barrio Bellavista	0987000320
Liga Deportiva Cantonal	Detrás del Subcentro de Salud	0997622223
Registro Civil	Av. de los Puentes y 9 de Octubre	
Banco de Fomento	Abdón Calderón y Simón Bolívar	
IESS Unidad de Atención Seguro Campesino Cascajal	Vía Panamericana recinto Cascajal	
Centro Gerontológico		0981515522
Empresa de Agua Potable EMAPSAC	Mercado Municipal GADM Cumandá	0980450114
EMMAI-BCP-EP	Km 6,5 vía Cumandá-Buenos Aires	0958988986
Registro de la Propiedad	Av. Los Puentes Mercado Municipal segundo piso	
Cuerpo de Bomberos	Simón Bolívar y Riobamba	033226096
COAC Lucha Campesina	Centro cantón Cumandá	
COAC Riobamba	Centro cantón Cumandá	
COAC Divino Niño	Av. Los Puentes junto al Mercado	
MAGAP	Barrio La Dolorosa	
Empresa Eléctrica Riobamba	Av Los Puentes y Jaime Cabrera	

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de la infraestructura institucional e instituciones públicas del cantón Cumandá se encuentran el palacio Municipal, Subcentro de Salud Cumandá, campamento de Obras públicas, Colegio Técnico Cumandá, Fiscalía cantón Cumandá, Consejo de la Judicatura, Jefatura Política, Concejo cantonal de la niñez y adolescencia, Policía Nacional Cumandá, Liga Deportiva Cantonal, Registro Civil, Banco de Fomento, IESS Unidad de Atención Seguro Campesino Cascajal, Centro Gerontológico, Empresa de Agua Potable EMAPSAC, EMMAI-BCP-EP, Registro de la Propiedad, Cuerpo de Bomberos, COAC Lucha Campesina, COAC Riobamba Ltda., COAC Divino Niño, MAGAP, Empresa Eléctrica Riobamba.

c. Seguridad

Existe la presencia de la Unidad de Policía Comunitaria, la misma que cuenta con 2 UPC uno en el barrio Bellavista y otro en la avenida los puentes, los mismos que realizan patrullaje frecuente en el área urbana y prestan sus servicios a todo el cantón tanto la zona urbana como la rural.

1. Ámbito físico espacial cantón General Antonio Elizalde Bucay

a. Ubicación geográfica

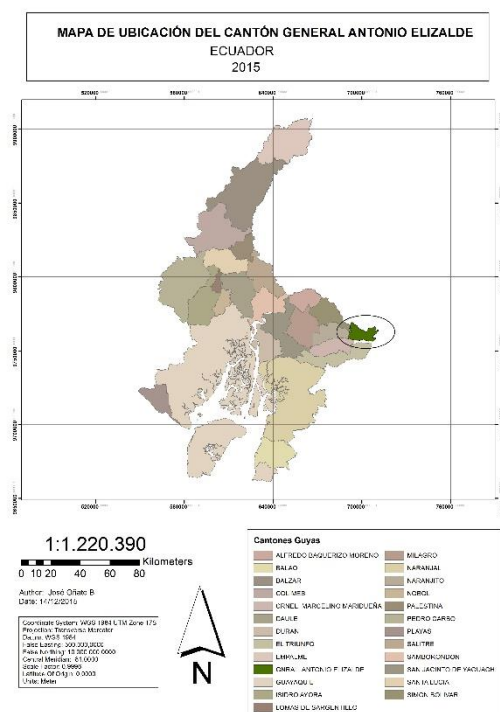
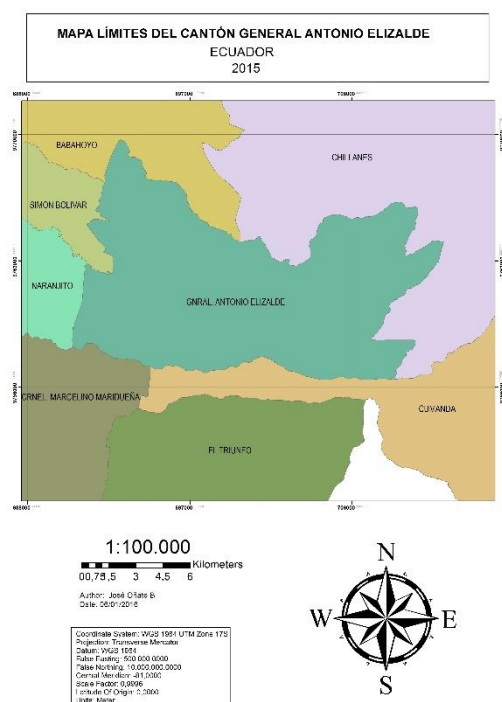


Ilustración 9 Ubicación Geográfica

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

El cantón General Antonio Elizalde Bucay se ubica al este de la provincia de Guayas, en las estribaciones de la cordillera occidental, geográficamente se encuentra entre las coordenadas 710000-9765000 y 690000-9760000 UTM WGS 84.

b. Límites



Fuente: INEC, 2011, disponible en: <http://inec.gob.ec/webdav/site/inec/content/view/full/10215>. Consultado e: 06/11/2015

Ilustración 10 Límites

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

Tabla 22 Límites Bucay

Límites	
Norte	Cantón Chillanes. Provincia de Bolívar, Cantón Babahoyo Provincia de Los Ríos.
Sur	Cantón Cumandá Provincia de Chimborazo, río Chimbo y el cantón Marcelino Maridueña.
Este	Cantón Chillanes Provincia de Bolívar
Oeste	Cantón Naranjito y cantón Simón Bolívar Provincia del Guayas.

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011)

Realizado por: José G Oñate B.

El cantón General Antonio Elizalde Bucay limita al norte el cantón Chillanes provincia de Bolívar y el cantón Babahoyo provincia de Los Ríos, al sur al cantón Cumandá Provincia de Chimborazo, río Chimbo y el cantón Marcelino Maridueña, al este el cantón Chillanes provincia de Bolívar y al oeste el cantón Naranjito y el cantón Simón Bolívar Provincia del Guayas.

c. Vías de acceso

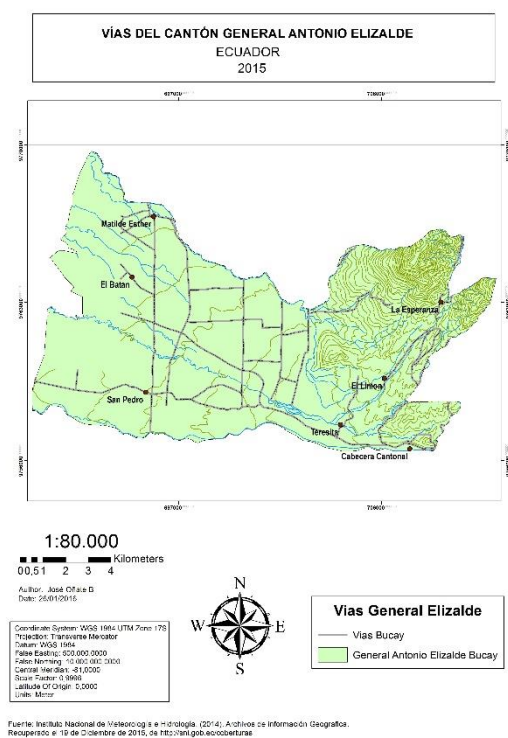


Ilustración 11 Vías de acceso General Antonio Elizalde Bucay

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011).

Tabla 23 Vías de Acceso Bucay

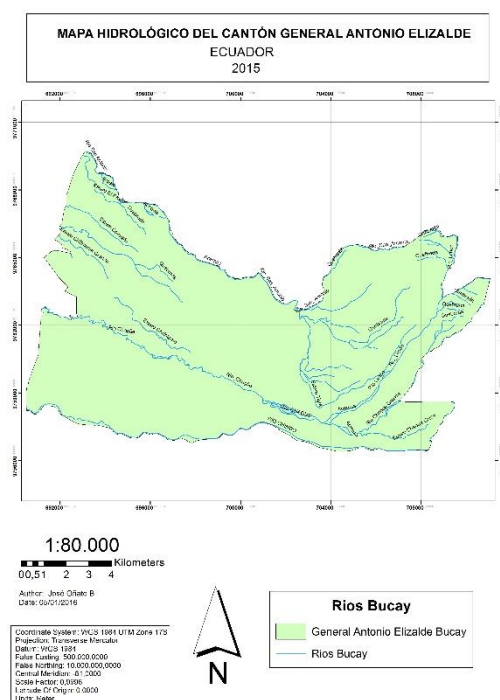
Ubicación	Vías	Ciudades/Cantones	Orden
Al Sur	E (Panamericana Sur)	El Triunfo, La Troncal, Duran, Guayaquil	Primer
Al Sur-Oriente	E25 (carretera secundaria) Transversal de la costa	Naranjito y Milagro	Primer
Al Norte	E Panamericana	Pallatanga, Guamote, Colta y Riobamba	Primer

Fuente: Actualización del PDyOT, General Antonio Elizalde 2015.

Realizado por: José G Oñate B.

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

d. Hidrografía



Fuente: INEC, 2011, disponible en: http://inec.gob.ec/webadmisca/?option=com_content&view=article&id=301. Consultado e: 05/11/2015

Ilustración 12 Hidrografía General Antonio Elizalde

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014)

Tabla 24 Hidrografía General Antonio Elizalde

Nombre	Distancia (m)
Río Chagiüe	28839
Estero Chilintomo	17720
Estero el Prado	3573
Río San Antonio	15897
Estero Agua Clara	907
Río Limón	11405
Río Chimbo	19533
Total	97877

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011).

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de la hidrografía del cantón Bucay tenemos a los ríos Río Chagiüe, Estero Chilintomo, Estero el Prado, Río San Antonio, Estero Agua Clara, Río Limón, Río Chimbo con un total de 97877,51 m².

e. Suelos

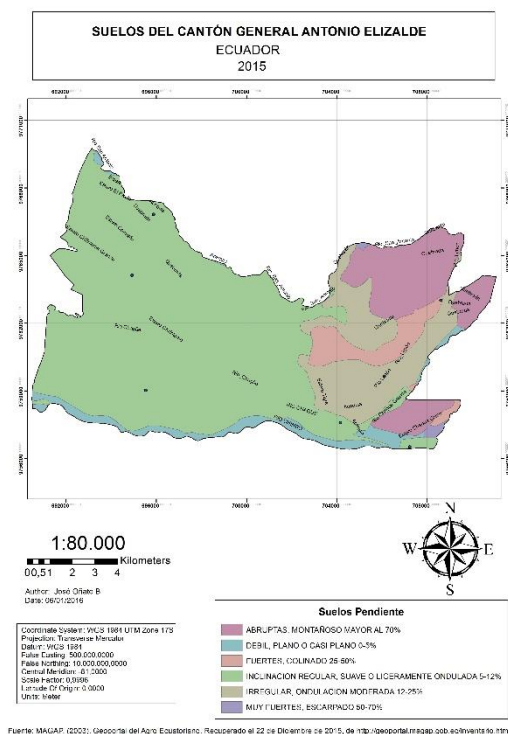


Ilustración 13 Suelos General Antonio Elizalde

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2013)

Tabla 25 Suelos General Antonio Elizalde

Pendiente	Área	Porcentaje
Abruptas, montañoso mayor al 70%	1943	12,7%
Débil, plano o casi plano 0-5%	700	4,6%
Fuertes, colinado 25-50%	696	4,5%
Inclinación regular, suave o ligeramente ondulada 5-12%	9911	64,7%
Irregular, ondulación moderada 12-25%	2022	13,2%
Muy fuertes, escarpado 50-70%	55	0,4%
Total	15326	100%

Según el Geportal del Agro Ecuatoriano, elaborado por el MAE en el año 2013, las pendientes de los suelos del cantón General Antonio Elizalde como identificamos en la tabla 27 tenemos pendientes inclinación regular, suave o ligeramente ondulada 5-12% con el 64,7% del territorio total del cantón.

f. Temperatura

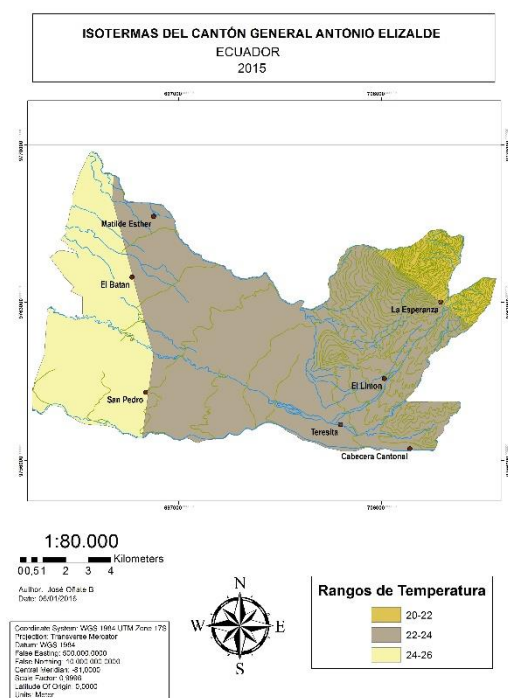


Ilustración 14 Temperatura General Antonio Elizalde

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014)

Tabla 26 Temperatura General Antonio Elizalde

N	Rango		Promedio
1	24 °C	26 °C	25 °C
2	22 °C	24 °C	23 °C
3	20 °C	22 °C	21 °C
Total			23 °C

Fuente: (Ministerio del Ambiente, Monitoreo del Patrimonio Natural, 2013)
Realizado por: José G Oñate B.

El promedio de temperatura en el cantón General Antonio Elizalde es de 22 °C, como podemos observar en la tabla 28 existen 3 rangos de temperatura en el cantón, misma información se recabo del Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología realizado el 2014.

g. Precipitación

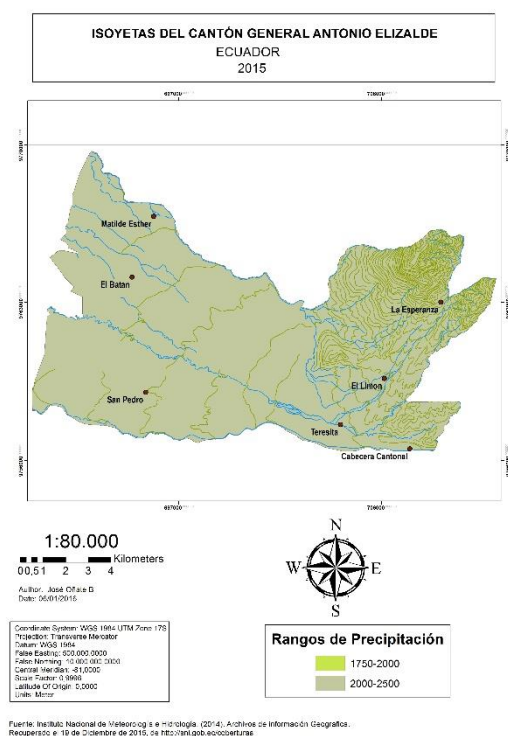


Ilustración 15 Precipitación General Antonio Elizalde

Fuente: (Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, 2014)

Tabla 27 Precipitación General Antonio Elizalde

N	Rango	Promedio
1	1750 - 2000	1875
2	2000 - 2500	2250
Total		2063

Fuente: (Ministerio del Ambiente, Monitoreo del Patrimonio Natural, 2013)

Realizado por: José G Oñate B.

El cantón General Antonio Elizalde Bucay cuenta con una precipitación promedio de 2063 mm anuales, en la tabla 29 podemos observar cómo se encuentra distribuido el rango de precipitación en el cantón.

2. Ámbito socio cultural

a. Población

La población total del cantón General Elizalde Bucay es de 10.624. (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014)

b. Salud

El cantón General Antonio Elizalde Bucay cuenta con los siguientes centros de atención para la salud:

Tabla 28 Centros de atención para la salud

N	Nombre de unidades de salud	Ubicación	Nº de pacientes/mes	Número de médicos	Áreas de atención	Estado de edificación	Acceso/ agua potable	Acceso alcantarillado	Electricidad	Vías	
1	Centro Materno Infantil	Malecón	800	4	Odontología Medicina general	Bueno	Potable	Si	Si	Asfalt	Bueno
2	IESS Bucay	García Moreno Sur	1200	3	Odontología, Medicina general	Bueno	Potable	Si	Si	Asfalt	Bueno
3	IESS San Pedro	Recinto San Pedro	600	1	Odontología Medicina general	Malo	Entubada	No	Si	Asfalt	Bueno
4	Dispensario Médico Monseñor Wisner	García Moreno Sur	1000	3	Odontología, Medicina general	Bueno	Potable	No	Si	Asfalt	Bueno

Fuente: (Triviño Burbano, Piña Perez, & Encalada Loja, 2015)

Realizado por: José G Oñate B.

En centros de atención para la salud el cantón cuenta con 4 centros de atención, centro materno infantil, IESS Bucay, IESS San Pedro y dispensario médico Monseñor Wisner, con una capacidad de atención de 3600 personas con atención en odontología y medicina general.

c. Infraestructura

1) Educativa

Tabla 29 Centros educativos

Nº	Nombre de unidades educativas	Ubicación	Tipo de establecimiento	Nº de estudiantes	Nº de profesores
1	Ferroviana	Ave. Paquisha	Pública	350	15
2	José María Velasco Ibarra	Eloy Alfaro y Corina Parral	Pública	313	16
3	La Lolita	Campamento La Lolita	Pública	98	5
4	Rosa Camba Ortiz	Esperanza Alta	Pública	93	3
5	Provincia del Guayas Nº 29	Vía Bucay - Naranjito	Pública	22	1
6	Ángela Carbo	Recinto El Batán	Pública	45	2
7	Demetrio Aguilera Malta	Recinto San Pedro	Pública	91	4
8	Zoila Martínez Nº 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	194	28
11	Madre Bernarda	Cuidad de San Francisco	Privada	225	22
13	Juan López Tiwiran	Recinto El Limón	Publica Bilingüe	51	3
14	Edmundo Valdez Murillo	Recinto Matilde Esther	Pública	45	2
15	Horacio Idrovo*	Recinto Matilde Esther	publica	340	13
Total de alumnos				1939	

Fuente: (Triviño Burbano, Piña Perez, & Encalada Loja, 2015)

Realizado por: José G Oñate B.

En el cantón General Antonio Elizalde encontramos 15 centros educativos distribuidos en la zona urbana y rural, 13 públicos y 2 privados con una capacidad para 1939 estudiantes.

2) Social

El cantón cuenta con algunos espacios para la cultura física, el tiempo libre tanto en el área urbana como en el área rural.

Tabla 30 Infraestructura social

Nombre	Ubicación	Infraestructura	Propietario	Uso
Parque Infantil	Barrio Central	Juegos infantiles, pileta de agua.	Municipio de Bucay	Público
Parque de la Madre	Av. Sargento Seis y García Moreno	Monumento a la Virgen María.	Municipio de Bucay	Publico
Parque Cristo Rey	Avenida Paquisha y Vía Esperanza Alta.	Monumento a Cristo Jesús	Municipio de Bucay	Público
Parque La Puntilla	Av. Paquisha y Vía Bucay - Pallatanga.	Monumento a la Virgen del Carmen	Municipio de Bucay	Público
Malecón del Río Chimbo	Av. Malecón a las riberas del río Chimbo	Juegos Infantiles, pileta de agua danzantes, Gondolas Turísticas, Escenario, Barco bar.	Municipio de Bucay	Público

Fuente: (Triviño Burbano, Piña Perez, & Encalada Loja, 2015)

Realizado por: José G Oñate B.

El cantón General Antonio Elizalde Bucay cuenta con 5 espacios públicos para distracción en el área urbana: Parque Infantil, Parque de la Madre, Parque Cristo Rey, Parque La Puntilla, Malecón del Río Chimbo, todos de uso público administrados por el GAD General Antonio Elizalde Bucay.

3) Vivienda

Tabla 31 Tenencia o propiedad de la vivienda

Tenencia o propiedad de la vivienda	Casos	Porcentaje	Acumulado %
Propia y totalmente pagada	1,227	42.38	42.38
Propia y la está pagando	100	3.45	45.84
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	281	9.71	55.54
Prestada o cedida (no pagada)	451	15.58	71.12
Por servicios	113	3.90	75.03
Arrendada	721	24.91	99.93
Anticresis	2	0.07	100.00
Total	2,895	100.00	100.00

Fuente: (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014)

Realizado por: José G Oñate B.

De acuerdo con el último censo de población y vivienda 2010, la tenencia o propiedad de vivienda totalmente pagada se encuentran 1227, propia y la está pagando 100, propia (que puede ser regalada, donada, heredada o por posesión), en lo referente a viviendas prestadas o cedidas tenemos 451, viviendas por servicio de arriendo podemos encontrar que existen 721, y en anticresis existen 2 viviendas en el cantón.

Tabla 32 Tipo de vivienda

Tipo de vivienda	Cantidad
Casa o villa	1359
Departamento en cada o edificio	412
Cuartos en casa de inquilinato	270
Media agua	82
Rancho	30
Covacha	7
Choza	4
Otra vivienda particular	10

Fuente: (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014)

Realizado por: José G Oñate B.

Si nos atenemos a las definiciones censales el patrimonio habitacional de la ciudad de General Antonio Elizalde tiene excelentes que existen 1359 que corresponde a Casas o Villas. Departamentos tenemos 412 ubicadas en edificios. Existen 270 cuartos en casa de inquilinato para cubrir una necesidad de vivienda.

En las consideraciones de vivienda tenemos 82 media agua, ranchos 30 dentro de la zona urbana, covachas 7 y chozas 4 insertas en tipos de viviendas para el cantón, y otras viviendas en particular podemos encontrar 10, ubicadas dentro de la zona urbana del cantón.

Existe una notable diferencia entre el tipo de vivienda en la zona rural como en la urbana donde se puede apreciar que 1268 poseen casa o villa, frente a un 47 departamento en cada edificio, como también 44 cuartos en casas de inquilinato, media agua encontramos 100 casas que cubren la

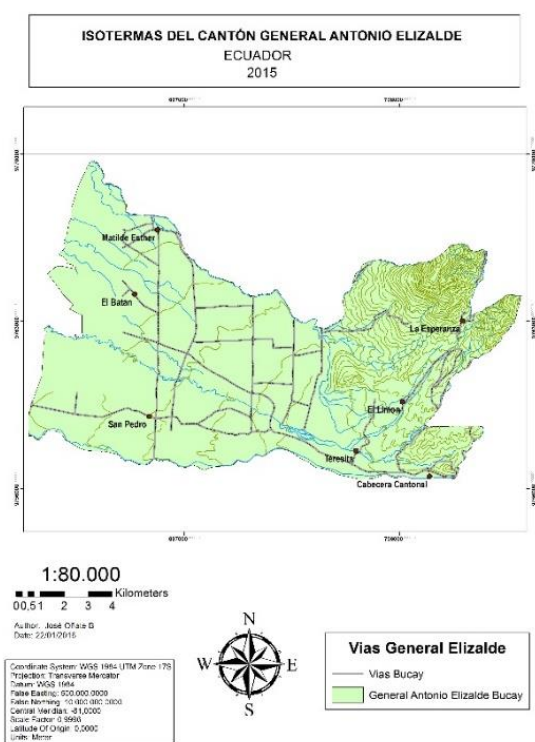
necesidad de vivienda, ranchos en la zona urbana existen 139, como covacha y chozas las que suman 32 cada una, mientras 5 pertenecen a otra vivienda en particular.

Existe un programa de vivienda impulsado por el Ministerio de Desarrollo urbano y Vivienda denominado “Virgen de Fátima”, que se encuentra ubicado en el Sector de Teresita, vía Bucay Naranjito, el mismo que forma parte del proyecto de Reasentamiento Humano para el cantón General Antonio Elizalde, que beneficiará aproximadamente a 60 familias afectadas por la riveras del río Chimbo en el sector del Camal, además a personas de bajo recursos económicos.

El MIDUVI construyó 60 casas, calles, alumbrado eléctrico, sistema de agua potable, agua lluvias y energía eléctrica, mientras que por parte de la Municipalidad se construirá las acometidas para las instalaciones de agua potable, conexión a la red pública de alcantarillado beneficiado a si a la población que se asentara en este programa de vivienda.

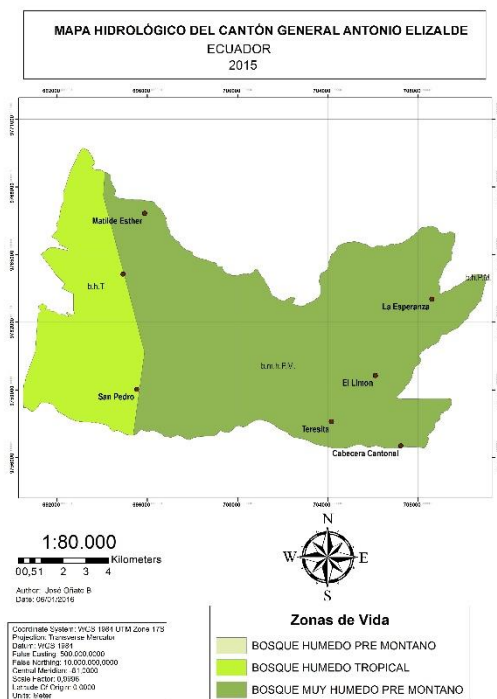
4) Vial y transportación

Calidad del sistema vial La vía principal que atraviesa por el cantón y que permite la comunicación con los cantones vecinos (vía Bucay-Naranjito) es asfaltada y se encuentra en buenas condiciones. Pero existe falencia en cuanto a las vías secundarias ya que en época de invierno los agricultores no pueden sacar su producción por el mal estado de las vías.



3. Ámbito ecológico territorial

a. Zonas de Vida



Fuente: MAGAP. (2022). Geoportal del Agro Ecuatoriano. Recuperado el 22 de Diciembre de 2015, de <http://geoportal.magap.gob.ec/inventario.html>

Ilustración 16 Zonas de vida General Antonio Elizalde

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2013)

Tabla 33 Zonas de vida General Elizalde (Bucay)

N	Código	Descripción	Área (ha)	Porcentaje
1	b.h.T.	Bosque húmedo tropical	3918	26%
2	b.h.P.M.	Bosque húmedo pre montano	2	0%
3	b.m.h.P.M.	Bosque muy húmedo pre montano	11406	74%
Total			15326	100%

Fuente: (Ministerio del Ambiente, 2013).

Realizado por: José G Oñate B.

Según la información de (Ministerio del Ambiente, 2013), el cantón General Antonio Elizalde Bucay, cuenta con 3 zonas de vida; el Bosque muy húmedo pre montano con 11406 ha representa el 74% del territorio, y el Bosque húmedo tropical con el 26% del total del territorio cantonal.

b. Biodiversidad

1) Flora

En el cantón 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. De las cuales 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.

2) Fauna

En Bucay y sus alrededores, se puede encontrar: mamíferos como guantas, armadillos, osos hormigueros; aves como tucanes, colibríes, gavilanes; reptiles como serpientes x, chontas; insectos como escarabajos, mariposas, encontrándose con mayor frecuencia en los recintos Esperanza alta y Altos de Bucay.

4. Ámbito económico productivo

a. Población

El total de la población de cantón General Antonio Elizalde es de 10.624. (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014)

1) Género

Tabla 34 Población por género

Población	Hombres	Mujeres
10624	5365	5259

Fuente: (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Según información del INEC y SENPLADES, 2014, en el cantón General Antonio Elizalde se registran 5365 hombre con el 50.5% de la población total y 5259 mujeres con el 49.5% de la población.

2) Distribución de la Población

Tabla 35 Población urbana y rural

Población	Urbano	Rural
10624	6066	4558

Fuente: (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Según información del INEC y SENPLADES, 2014, en el cantón General Antonio Elizalde se registran 6066 habitantes en la zona urbana con el 57.1% de la población total y 4558 en la zona rural con el 42.9%.

3) Población económicamente activa

Tabla 36 Población económicamente activa

Población	PEA
10624	5418

Fuente: (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Para la población económicamente activa INEC y SENPLADES nos dice que en el cantón General Antonio Elizalde 6461 personas están en este grupo representando el 51% del total de la población.

b. Actividades económicas

1) Población ocupada por actividad

Tabla 37 Población ocupada por actividad

PEA	Personas	Porcentaje
Agricultura, ganadería	2379	43,90%
Comercio	910	16,80%
Industrias manufacturas	466	8,60%
Enseñanza	255	4,70%
Transporte y almacenamiento	233	4,30%
Construcción	217	4,00%
Actividades de los hogares como empleadores	195	3,60%
Actividades de Alojamiento	184	3,40%
Administración pública y defensa	135	2,50%
Actividades de servicios administrativos	98	1,80%
Otros	347	6,40%
Total	5418	100,00%

Fuente: (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

Según datos de (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014) la población ocupada por actividad representada en la Tabla 38, la actividad de agricultura, ganadería con 2379 personas representa el 43,90%, la actividad comercial con 910 personas representa el 16,80% e industrias manufacturas con 466 personas con el 8,60%.

1) Agricultura

El cantón General Antonio Elizalde (Bucay), es un territorio eminentemente agrícola, gracias a su ubicación estratégica en un clima húmedo, ideal para el cultivo de diversos productos, los mismos que se detallan en el siguiente cuadro:

CANTÓN	Suma de PRODUCCIÓN	Suma de VENTAS	Suma de SUPERF COSECHADA (ha)	Suma de SUPERFICIE SEMBRADA (ha)
Gral. Antonio Elizalde (Bucay)	12310.29573	11068.15618	2656.783892	2971.3488
PERMANENTES	10811.16484	9756.919324	1784.867694	2092.875984
Banano	8014.01	7353.42	690.85	719.46
Cacao	71.65	67.79	505.95	549.80
Café	8.68	8.32	206.25	217.28
Caña de azúcar para azúcar	107.55	35.74	3.02	5.39
Caña guadua	549.67	277.51	30.27	161.99
Maracuyá	218.62	216.92	39.95	42.29
Naranja	51.75	51.62	29.69	36.10
Orito	115.27	85.41	68.08	106.45
Palmito	1156.66	1156.66	170.00	170.00
Pimienta negra	5.02	5.02	10.88	10.88
Piña	446.64	436.89	14.25	48.60
Plátano	65.65	61.62	15.68	24.63

Fuente: (Triviño Burbano, Piña Perez, & Encalada Loja, 2015)

Realizado por: José G Oñate B.

2) Ganadería

Dentro del sector primario la segunda rama de producción en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay), es la ganadería con 15.000 cabezas de ganado. Existen 9 Haciendas distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 38 Ganadería General Antonio Elizalde (Bucay)

N	Nombre de la Hacienda	Ubicación
1	Palmatropic	Los Altos de Bucay
2	Santa Marianita	La Esperanza Alta
3	San Rafael	Vía Naranjito-Bucay
4	El Carmelo	La Esperanza Alta
5	Río Limon	El Limon
6	La Josefina	La Esperanza Alta
7	La Victoria	Vía Bucay-Naranjito
8	PRONACA	Varios Recintos
9	La Vivi	El Limon

Fuente: (Triviño Burbano, Piña Perez, & Encalada Loja, 2015)

Realizado por: José G Oñate B.

En cuanto a la producción ganadera según datos de la Asociación de Ganaderos de Bucay, se calcula que en la zona existen aproximadamente 15.000 cabezas de ganado, de las cuales, el 66% es lechero y el 34% para carne. Bucay produce alrededor de 80.000 litros de leche diarios, de los cuales el 90% lo adquiere Industrias Toni, y el resto es destinado para consumo local y elaboración de quesos.

3) Turismo

Turismo Comunitario

Existen organizaciones dedicadas a realizar actividades de turismo comunitario los cuales brindan trabajan en convenio con las Hosterías del cantón Bucay y cantones aledaños, entre las principales podemos mencionar las siguientes:

Asociación 5 de septiembre.- esta asociación de 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 Adolfo Kleare y Esperanza Alta.

Cabellera de la Virgen.- esta asociación de guías turísticos trabajan en conjunto con la Cabaña de Papo que es una empresa privada que ofrece a los turistas comida típica, los sitios turísticos que promocionan son las cascadas ubicadas en la vía Bucay-Chillanes sector Esperanza Alta.

Centro Comunitario Esplendor.- el centro comunitario Esplendor se basa en capacitar a los habitantes del Sector Esperanza Alta para que no únicamente se dediquen a actividades agrícolas sino también que vean en el turismo una oportunidad de vida, reciben capacitación y apoyo de entidades privadas y públicas.

Asociación de Guías Nativos de Bucay.- conformada por 15 personas quienes trabajan en conjunto con las hosterías del cantón, reciben capacitación de empresas privadas como NOBIS, recorren las cascadas del cantón y también realizan deportes de aventura como Trekking (caminatas), cabalgatas, rappel (descenso), Parapente, etc.

Jacana Tours.- trabajan en conjunto con la Casa de Piedra ubicada en el recinto La Esperanza Alta, ofrecen a los turistas servicio de comida típica, hospedaje y deportes extremos. (Triviño Burbano, Piña Perez, & Encalada Loja, 2015)

5. Ámbito político administrativo

a. División política

Tabla 39 División Política General Antonio Elizalde (Bucay)

N	Nombre
1	El Limón
2	La Esperanza
3	Teresita
4	El Batán
5	Matilde Esther
6	Cabecera Cantonal
7	San Pedro

Fuente: (INEC & SENPLADES, Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde, 2014).

Realizado por: José G Oñate B.

El cantón General Antonio Elizalde Bucay cuenta con 6 recintos rurales y la cabecera cantonal.

b. Infraestructura institucional e Instituciones públicas

Tabla 40 Infraestructura institucional

Actores Institucionales	Dirección	Teléfono
GAD General Antonio Elizalde	Av. Eloy Alfaro y 9 de Octubre	042728028
Comisión Transito Bucay	Av. Mayor Raúl Banderas	042727765
Jefatura Política	Av. Eloy Alfaro	0979044545
Iglesia Católica Nuestra Señora Carmen	Av. Eloy Alfaro	042727088
Unidad Ambulatoria IESS	Av. García Moreno Sur	042727092
Ferrocarriles del Ecuador	Eloy Alfaro	0042154201
Centro Materno Infantil	Malecón	04727803
Unidad Ambiente	Calle 19 de Agosto	0980347634
Unidad de Policía Comunitaria	Malecón Sur	042727527
Centro Agrícola	Rio Limón	0990737860
Cooperativa de Transporte Santa Martha		042727004
Distrito de Educación	Av. Paquisha	0992244598
Unidad Ambiente	Calle 19 de Agosto	0980347634

Fuente: (Triviño Burbano, Piña Perez, & Encalada Loja, 2015)

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de la infraestructura institucional el cantón General Elizalde cuenta con el palacio Municipal, Comisión Transito Bucay, Jefatura Política, Iglesia Católica Nuestra Señora Carmen, Unidad Ambulatoria IESS, Ferrocarriles del Ecuador, Centro Materno Infantil, Unidad Ambiente, Unidad de Policía Comunitaria, Centro Agrícola, Cooperativa de Transporte Santa Martha, Distrito de Educación y Unidad Ambiente.

B. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Tipo de empresa a crearse

Para el tipo de empresa a crearse se analizó las formas legales de cada una de las figuras que reconoce la ley de compañías, identificando las ventajas y desventajas de las mismas, para después proceder a la elección de las mejor para el presente proyecto.

a. Análisis de las formas legales para establecer empresas

Tabla 41 Formas Legales.

Forma/tipo	Ley	Ventajas.	Desventajas.
Compañía Limitada.	Ley de Compañías.	Capital mínimo para su constitución (400\$). La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios. La posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa. Son varias las experiencias que se dedican a imprimir dinamismo a la empresa. Las responsabilidades ante las obligaciones sociales de la empresa están limitadas al patrimonio de ésta La sociedad se mantiene aún después de la muerte de alguno de sus socios.	La admisión de nuevos socios requiere del consentimiento de los otros. Existe un límite de 20 socios máximo. Las responsabilidades ante las obligaciones sociales de la empresa están limitadas al patrimonio de ésta. El capital de la empresa no puede aumentar a menos que este sea íntegramente y efectivamente pagado, lo que puede ocasionar lentitud en los procesos de expansión de la empresa.
Sociedad Colectiva.	Ley de Compañías.	La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios. La posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa. Son varias las experiencias que se dedican a imprimir dinamismo a la empresa. Todos los socios responden de manera subsidiaria, solidaria e ilimitadamente a las obligaciones de la Sociedad. Cada socio tiene derecho a un voto salvo pactado en lo contrario.	La sociedad se disuelve con la muerte de uno de sus socios. La admisión de nuevos socios requiere el consentimiento de los otros. El financiamiento por incremento de capital social a largo plazo es más difícil.
Sociedad Comandita.	Ley de Compañías.	No requiere capital mínimo para su constitución. La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios. La posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa.	Los socios comanditarios no pueden votar. Los socios comanditarios tienen prohibido cualquier acto de administración de la sociedad. Los socios comanditados tienen a su cargo la administración de la sociedad

Forma/tipo	Ley	Ventajas.	Desventajas.
		<p>Son varias las experiencias que se dedican a imprimir dinamismo a la empresa.</p> <p>Las responsabilidades ante las obligaciones sociales de la empresa son establecidas según el tipo de socios, Comanditarios o comanditados.</p>	<p>y la representación legal de la misma (Comandita por acciones).</p> <p>Gran cantidad de trámites, procedimientos y requisitos que la ley establece. (Comandita por acciones.)</p>

Fuente: Investigación Secundaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La figura legal de la empresa “ExtremOZ” Operadora de Turismo se constituirá como una Compañía Limitada, ya que ofrece varias ventajas que nos permitirá un desarrollo empresarial entre las mismas destacamos:

- 1) Capital mínimo para su constitución (400,00 \$).
- 2) La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios.
- 3) La posibilidad de reunir un mayor capital para la empresa.
- 4) Las responsabilidades ante las obligaciones sociales de la empresa están limitadas al patrimonio de la misma.
- 5) La sociedad se mantiene aún después de la muerte de alguno de sus socios.

2. Requisitos para establecer la empresa

a. Requisitos para la constitución de la empresa

- 1) Reserva un nombre: Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
- 2) Elabora los estatutos: Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.
- 3) Abre una “cuenta de integración de capital”: Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - a) Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima.
 - b) Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno.
 - c) Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.
- 4) Eleva a escritura pública: Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
- 5) Aprueba el estatuto: Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.
- 6) Publica en un diario: La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- 7) Obtén los permisos municipales: En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:
 - a) Pagar la patente municipal.
 - b) Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.

- 8) **Inscribe tu compañía:** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.
- 9) **Realiza la Junta General de Accionistas:** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
- 10) **Obtén los documentos habilitantes:** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
- 11) **Inscribe el nombramiento del representante:** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
- 12) **Obtén el RUC:** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
 - a) El formulario correspondiente debidamente lleno.
 - b) Original y copia de la escritura de constitución.
 - c) Original y copia de los nombramientos.
 - d) Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
 - e) De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.
- 13) **Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado cumpliendo con estos pasos podrás tener tu compañía limitada lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

b. Requisitos para el funcionamiento de la empresa

- a) Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.

- d) Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
- e) Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación.
- f) Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.
- g) Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
- h) Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)

Tabla 42 Requisitos para establecer la empresa

Requisito	Inversión
Apertura de cuenta e integración de capital	\$ 400,00
Escritura pública de la empresa	\$ 200,00
Aprobación de la escritura de constitución	\$ 80,00
Resolución de aprobación de las escrituras	\$ 30,00
Inscripción de las escrituras en el Registro Mercantil	\$ 450,00
Elaboración de los nombramientos de la directiva de la empresa	\$ 460,00
Inscripción de los nombramientos de la directiva de la empresa	\$ 60,00
Reingreso de los documentos a la superintendencia de compañías	\$ 30,00
Obtención del RUC	\$ 100,00
Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la compañía.	\$ 200,00
Impresión de facturas	\$ 300,00
Notario	\$ 100,00
Asesor jurídico	\$ 293,46
Total	\$ 2.703,46

Fuente: Investigación Secundaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El total de gastos para establecer la empresa es de \$ 2.703,46 dólares, rubro que cubre todos los procesos legales que se deben cumplir para que la empresa pueda legalizarse como sociedad de responsabilidad limitada.

3. Requerimientos de activos fijos

Tabla 43 Activos Fijos

Rubro	Cantidad	Precio unitario	Inversión
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Teléfono	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Total			\$ 510,00

Rubro	Cantidad	Precio unitario	Inversión
Equipo de computación	1	\$ 772,80	\$ 772,80
Total			\$ 772,80

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El gasto anual en activos fijos del área administrativa será de \$ 1.282,80 dólares, que incluyen rubros de muebles, enseres y equipo de cómputo específicamente del área administrativa.

a. Gastos para el área administrativa

1) Talento humano

Tabla 44 Gastos de talento humano para el área administrativa.

Rubro	Cantidad	Sueldo	Aporte IEES	Vacaciones	Fondos de reserva	Sueldo mensual	Costo anual
Gerente	1	\$ 600,00	\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 49,98	\$ 724,98	\$ 9.953,76
Secretaria	1	\$ 380,00	\$ 47,50	\$ 190,00	\$ 31,65	\$ 459,15	\$ 6.679,85
Total	2	\$ 980,00	\$ 122,50	\$ 490,00	\$ 81,63	\$ 1.184,13	\$ 16.633,61

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El gasto anual de talento humano del área administrativa será de \$ 16.633,61 dólares, en el que incluye los servicios de un gerente y una secretaria con todos los beneficios de ley.

2) Materiales e insumos

Tabla 45 Materiales e Insumos

Materiales e insumos			
Rubro	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Resma de papel	6	\$ 4,00	\$ 24,00
Caja de esferos	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Grapadora	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Perforadora	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Sello	6	\$ 10,00	\$ 60,00
Teléfono	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Línea telefónica	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 282,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El gasto anual de materiales y insumos para la empresa será de \$ 282,00 dólares.

3) Servicios básicos.

a) Agua Potable

Tabla 46 Gastos de Agua Potable.

Rubro	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Agua potable	1	\$ 4,00	\$ 48,00
Total			\$ 48,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El gasto anual de agua potable es de \$ 48,00 dólares, puesto que el pago mensual es de \$ 4,00.

b) Energía Eléctrica

Tabla 47 Gasto de energía eléctrica

Rubro	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	1	\$ 10,00	\$ 120,00
Total			\$ 120,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El gasto anual de energía eléctrica del área administrativa, comercial y productiva es de 120,00 dólares, el costo mensual local es de \$ 10,00.

c) Teléfono e internet

Tabla 48 Gasto de teléfono e internet.

Rubro	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Teléfono	1	\$ 20,00	\$ 120,00
Internet	1	\$ 20,00	\$ 120,00
Total			\$ 240,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El gasto anual de teléfono e internet es de 240,00 dólares, este gasto incluye la base comercial de teléfono que es de 12,00 dólares, el pago de internet mensual de 18,00 dólares.

4) Gastos Pre operativos

Tabla 49 Gasto anual de adecuaciones.

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Inversión en activos diferidos
Adecuaciones del Área Administrativa.	División del área administrativa por ambientes.	\$ 100,00	\$ 100,00
	Acondicionamiento de cada ambiente de trabajo.	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 200,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Para el rubro de adecuaciones del local de 60 m² se tendrá un gasto anual de 200,00 dólares.

4. Organización

a. Estructura orgánica

1) Organigrama estructural

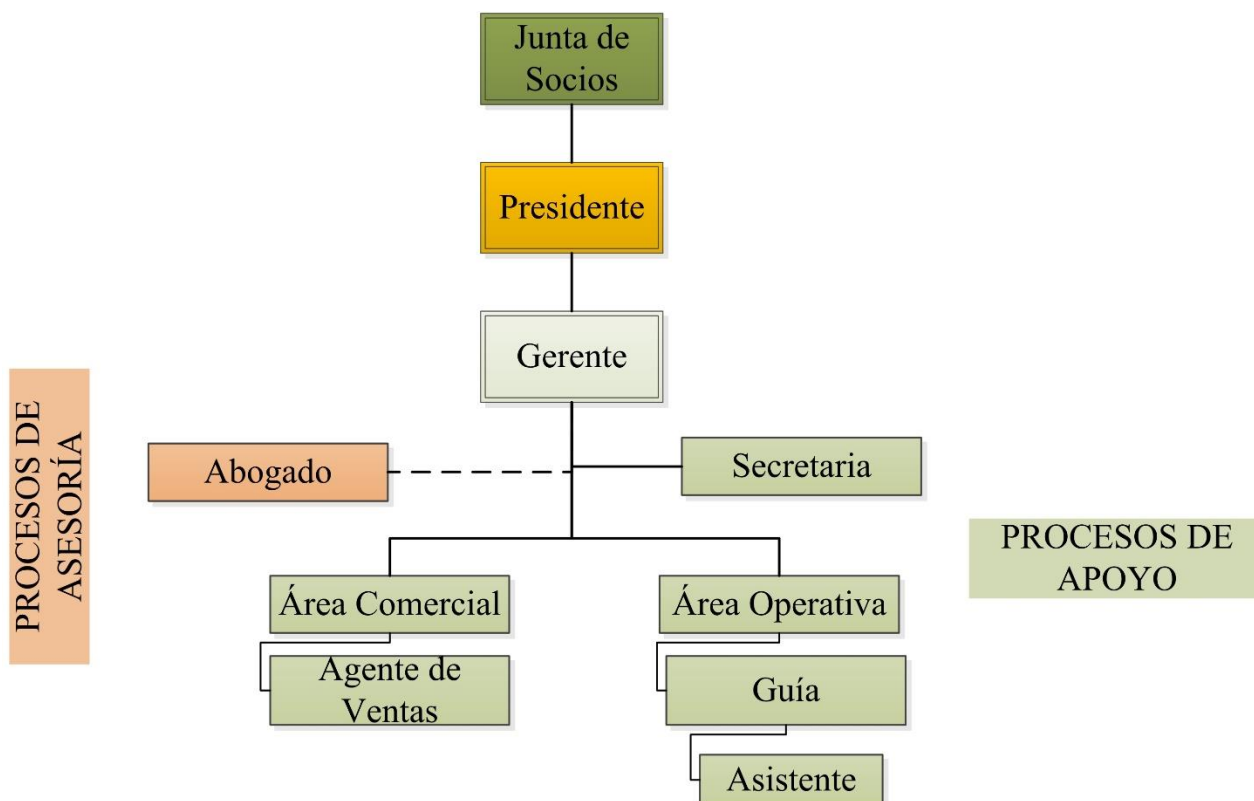


Ilustración 17 Organigrama estructural

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La organización estructural de la empresa cuenta con un sistema jerárquico en 3 niveles el primer nivel es el de procesos gobernantes, después contamos con un nivel de asesoría en el que optamos por contratar asesoría judicial en el caso que se necesite y como nivel de apoyo están tanto el área comercial como el área operativa.

2) Manual de cargos y funciones

El perfil del manual de cargos y funciones se realizó en base a la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 464:2008, desarrollada por el Instituto Ecuatoriano de Normalización. (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2008)

a) Gerente

Tabla 50 Manual de Funciones Gerente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Gerente		
Nivel de reporte inmediato		Socios Empresa		
Subrogación		Secretaria-Agente de Ventas-Guía-Asistente		
Misión del Cargo				
Gestionar las actividades económicas, administrativas, de personal y de recursos tecnológicos, actuando empresarialmente para la satisfacción del cliente, el crecimiento y la sustentabilidad del negocio.				
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos	
Guías		Agente de Ventas Guías Secretaria	Prestadores de Servicios Turísticos. Sector Público, Comunitario y ONG's Clientes y público en general	
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título de tercer nivel en áreas de Administración de Empresas, Hotelería/Turismo y Ecoturismo.	Tener conocimientos de informática, administración de empresas, operación turística, marketing, ventas, facturación y contabilidad.	Inglés medio, escrito, comprendido y hablado.	Tener experiencia mínimo de un año en funciones similares.
Responsabilidades del cargo				
<p>Representar a la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Representar a la empresa en eventos de la comunidad b) Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de prestadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas c) Trabajar en conjunto con empresas del sector turístico d) Conducir reuniones y conferencias de la empresa. <p>Definir estrategias de desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Establecer objetivos y metas b) Definir necesidades y gestionar prioridades de movilización de recursos c) Planificar y desarrollar nuevos servicios y productos turísticos d) Establecer cronogramas, plazos y presupuestos e) Mantener información sobre nuevas tecnologías y cambios en el mercado <p>Administrar el negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Alcanzar la mayor rentabilidad y beneficios b) Definir criterios para la administración del equipo c) Establecer políticas de remuneración e incentivos d) Optimizar resultados e) Controlar costos, presupuestos, estadísticas y rentas; f) Ejecutar acuerdos y contratos g) Verificar en forma frecuente la calidad de los productos turísticos h) Desarrollar informes. <p>Realizar actividades de mercadeo (marketing) y ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Realizar investigaciones de mercado para determinar productos turísticos y servicios b) Desarrollar programas de comercialización c) Ejecutar campañas promocionales d) Establecer acuerdos y alianzas comerciales e) Identificar mercados objetivos f) Realizar el marketing mix. 				

<p>Supervisar la operación de sistemas y equipos:</p> <p>a) Verificar la implementación y el uso de sistemas informáticos de turismo, computadora, fax, teléfonos, centrales telefónicas, fotocopiadora, calculadoras, máquinas de tarjeta de crédito</p> <p>b) Asegurar el mantenimiento de los equipos y el entrenamiento adecuado del personal involucrado.</p>	
<p>Supervisar la presentación del personal:</p> <p>a) Cumplir y hacer cumplir los cuidados de higiene y apariencia personal</p>	
<p>Asegurar la satisfacción del cliente:</p> <p>a) Analizar los reportes de investigación de satisfacción de los clientes, sugerencias y reclamos de los servicios otorgados y aplicar las acciones correctivas necesarias</p> <p>b) Mantener contacto con el cliente</p> <p>c) Supervisar el servicio de atención al cliente</p> <p>d) Establecer políticas de seguridad y privacidad</p>	
<p>Liderar el equipo:</p> <p>a) Organizar al equipo necesario para la realización del servicio turístico</p> <p>b) Supervisar y orientar el trabajo de todos los miembros del equipo</p> <p>c) Transmitir la información y entrenamiento necesario para el desarrollo de las actividades</p> <p>d) Incentivar la cooperación de sus empleados</p> <p>e) Desarrollar acciones motivadoras y crear estímulos laborales</p> <p>f) Promover un buen ambiente de trabajo</p> <p>g) Estimular el trabajo en equipo</p> <p>h) Conciliar intereses profesionales</p> <p>i) Definir funciones de cada empleado.</p>	
Competencia	
El gerente de operadora, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.	
Conocimientos	
<p>a) Herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados</p> <p>b) Administración especializada en productos turísticos</p> <p>c) Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales</p> <p>d) Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros y pólizas de seguros utilizadas en el turismo</p> <p>e) Técnicas básicas de negociación y administración de contratos</p> <p>f) Características y conocimiento de productos, servicios comerciales y de los destinos vendidos</p> <p>g) Vocabulario técnico del turismo</p> <p>h) Informática y sistemas específicos de agencias operadoras</p> <p>i) Aspectos legales básicos pertinentes a la administración de operadoras</p> <p>j) Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas</p> <p>k) Aspectos laborales de empleados fijos y ocasionales de la empresa</p> <p>l) Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión de personal</p> <p>m) Planificación de paquetes turísticos</p> <p>n) Comercialización turística por internet.</p>	
Habilidades	
<p>a) Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabulario adecuados</p> <p>b) Planificación de corto, mediano y largo plazo</p> <p>c) Análisis y juzgamiento con base en datos</p> <p>d) Raciocinio numérico aplicado a negocios</p> <p>e) Toma de decisiones en situaciones críticas</p> <p>f) Raciocinio lógico y verbal</p> <p>g) Capacidad para solucionar conflictos</p> <p>h) Capacidad para evaluar ideas</p> <p>i) Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales</p> <p>j) Análisis del comportamiento humano e interrelación del lenguaje corporal, en particular gestual.</p>	
Actitudes	
Previsor	Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos.
Equilibrado emocionalmente	No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
Persuasivo	Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador.
Innovador	Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
Razonador con datos	Le gusta trabajar con datos, se basa y actúa sobre hechos, goza midiendo y evaluando

Fuente: Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 464:2008.

Realizado por: José G Oñate B.

b) Secretaria

Tabla 51 Manual de Funciones Secretaria

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Secretaria		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Subrogación				
Misión del Cargo				
Promociona y comercializa los productos, servicios y actividades que oferta la Operadora.				
Colaboradores directos		Contactos Internos		Contactos externos
Guías		Gerente Guía		Operadoras Mayoristas Operadoras Minoristas Clientes y público en general
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales		Idiomas necesarios
	Título de tercer nivel en áreas de Administración de Empresas, Hotelería/Turismo y Ecoturismo.	Tener conocimientos de informática, Conocimientos de elaboración y cobro de paquetes turísticos. Conocimientos en Facturación física y/o electrónica.		Inglés medio, escrito, comprendido y hablado.
Nivel de Experiencia				
Tener experiencia mínimo de un año en funciones similares.				
Responsabilidades del cargo				
Envío de cotización a los clientes que lo soliciten. Elaboración de reporte diario de ventas donde se incluye la fecha, el número de factura, retención y el tipo de pago. Este reporte debe ser entregado al Gerente Facturación. Negociar con los clientes el precio, hacer reservaciones, venta de paquetes en las oficinas, aplicar promociones elaboradas por el personal.				
Indicadores de medición				
Indicador de la Empresa		Indicador de Proceso		
Ser responsable, amable y servicial. Ser dinámico e innovador y con gran poder convencimiento.		Responsabilidad en el cargo, con gran espíritu de trabajo y liderazgo.		
Condiciones de trabajo				
Desarrolla sus labores dentro de la oficina en un ambiente agradable, acogedor, ordenado, equipado e iluminado, su desempeño es directamente en atención al público, para brindar información y comercializar los servicios de la Empresa.				
Perfil de Competencias				
1. Compromiso				
Atributo	Nivel requerido			
Lealtad	Transmitir credibilidad, confianza y transparencia en la prestación de servicios garantizando calidad y seguridad para el cliente.			
Respeto	Mantener un ambiente acogedor mediante el cumplimiento de normas y principios de la Empresa.			
2. Trabajo en equipo				
Atributo	Nivel requerido			
Cooperación	Promover el desarrollo sostenible mediante el involucramiento de servicios turísticos comunitario, privado, público u ONG's en los servicios o actividades que la Empresa oferta.			
Sinergia	Coordinar actividades con los actores del turismo en el cantón para el cumplimiento de los servicios y satisfacción al cliente.			
3. Integridad				
Atributo	Nivel requerido			
Ética	Velar por la integridad de la Empresa mediante el cumplimiento de normas y principios que garanticen la equidad social económica y ambiental de la población.			
Profesionalismo	Mantener en constante cambio e innovación de los servicios turísticos asegurando su perduración en el mercado			
Respeto a la institucionalidad	Establecer y formular políticas que regulen el cumplimiento de las actividades y servicios de la Empresa promoviendo el desarrollo sostenible para el bien de la población actual y de las futuras generaciones.			
4. Orientación a la oferta y demanda				
Atributo	Nivel requerido			
Énfasis en el servicio y atención al cliente	Participar y colaborar en la gestión de programas de capacitación (internos o externos) y/o desarrollo de competencias			
Cumplimiento de compromisos	Definir y establecer alianzas estratégicas de promoción y comercialización de los servicios turísticos de la Empresa con sectores público, privado, comunitario y ONG's involucradas con el turismo sostenible.			
5. Liderazgo				

Atributo	Nivel requerido
Desarrollo de personal	Mostrar profesionalismo y ejemplo hacia los miembros de la Empresa a través de su de conocimiento y experiencia, garantizando la integridad de la Empresa y seguridad del cliente.
Visión de largo plazo	Ejecutar actividades para el fortalecimiento organizativo aprovechando oportunidades y mitigando amenazas con estrategias que fomenten el desarrollo turístico de la zona.

Fuente: Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 464:2008.

Realizado por: José G Oñate B

c) Agente de ventas

Tabla 52 Manual de Funciones Agente de Ventas

Datos De Identificación				
Título del puesto		Agente de Venta		
Nivel de reporte inmediato		Socios Empresa		
Subrogación		Secretaria-Agente de Ventas-Guía-Asistente		
Misión del Cargo				
El agente de ventas se ocupa, principalmente, de atender demandas de viajes y su operación, comprometiéndose con la excelencia en la prestación de los servicios.				
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos	
Guías		Agente de Ventas Guías Secretaria	Prestadores de Servicios Turísticos. Sectores Público, Comunitario y ONG's Clientes y público en general	
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título de tercer nivel en áreas de Administración de Empresas, Hotelería/Turismo y Ecoturismo.	Tener conocimientos de informática, operación turística, marketing, ventas, estrategias de negociación.	Inglés medio, escrito, comprendido y hablado.	Tener experiencia mínimo de un año en funciones similares.
Responsabilidades del cargo				
<p><i>Planear y programar actividades:</i></p> <p>a) Identificar las necesidades de los turistas de acuerdo a sus intereses</p> <p>b) Organizar excursiones y actividades de acuerdo con la edad de los turistas, costos, atractivos, locales turísticos y finalidades específicas, como ferias, congresos y otros.</p> <p><i>Comunicarse con el turista y los proveedores:</i></p> <p>a) Utilizar un vocabulario simple</p> <p>b) Mantener contactos con empresas proveedoras de servicios turísticos</p> <p>c) Relacionarse con proveedores de cambio de monedas</p> <p>d) Informar sobre los servicios de los proveedores y realizar viajes de familiarización.</p> <p><i>Atender al turista:</i></p> <p>a) Recibir con cordialidad al turista;</p> <p>b) Proporcionar un servicio personalizado</p> <p>c) Asesorar e informar al turista en relación a su viaje</p> <p>d) Exponer planes de viajes existentes, excursiones y demás productos y servicios</p> <p>e) Orientar con folletería y mapas al turista para la toma de decisiones sobre viajes adecuados a sus deseos</p> <p>f) Informar precios, incluido impuestos, formas de pago, medios de transporte y fechas previstas de acuerdo con el objetivo del viaje</p> <p>g) Informar sobre requerimientos sanitarios de los lugares de visita</p> <p>h) Informar sobre requerimientos de documentos migratorios</p> <p>i) Organizar rutas e itinerarios de excursión;</p> <p>j) Seleccionar ciudades, hoteles y medios de transporte para proporcionar viajes de mayor interés turístico y atender las preferencias del turista</p> <p>k) Facilitar la adquisición de pasajes y la documentación necesaria</p> <p>l) Facilitar el alquiler de vehículos y reservas de servicios turísticos.</p> <p><i>Demostrar y vender:</i></p> <p>a) Resaltar puntos importantes del producto turístico</p> <p>b) Motivar la decisión de compra</p> <p>c) Utilizar diversos estilos de negociación</p> <p>d) Manejar objeciones</p> <p>e) Cerrar la venta.</p>				

Receptar pago:

- a) Conceder descuento
- b) Recibir pago
- c) Hacer consulta sobre crédito y autorización
- d) Emitir documento de venta
- e) Registrar la venta del producto turístico.

Cuidar del punto de venta:

- a) Montar material publicitario
- b) Agrupar folletos promocionales por tipo, tamaño o preferencia del turista.

Asegurar la satisfacción del turista:

- a) Atender pedidos especiales
- b) Atender cambios requeridos por el turista
- c) Indicar otros puntos de compra, agencia bancaria, terminal terrestre y aeropuerto
- d) Informar sobre servicios y atractivos turísticos

Cuidar de la presencia personal y postura profesional:

- a) Cuidar de la higiene y apariencia personal
- b) Manejar situaciones incómodas
- c) Usar lenguaje y trato apropiados

Apoyar al equipo:

- a) Cooperar con el equipo de trabajo, para asegurar la toma de decisiones sobre viajes adecuados con los deseos del turista
- b) Ayudar en las diferentes actividades.

Competencia

El agente de ventas, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimientos

- a) Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas servicios turísticos
- c) Técnicas de ventas y de negociación
- d) Manejo de documentos mercantiles
- e) Ley Orgánica de Defensa del Consumidor
- f) Características de productos y servicios comercializados
- g) Principales aspectos histórico-geográficos, culturales, socio-económicos, gastronómicos y legales de los destinos turísticos
- h) Medios de acceso a servicios y atracciones turísticas, locales de compra y diversión, y sus respectivas condiciones de seguridad, costo, horario y reservas
- i) Rutinas involucradas en la emisión de boletos aéreos y otros documentos de viaje
- j) Operación de los principales sistemas de distribución de ventas y reservación de servicios turísticos
- k) Rutinas de informática operacionales y administrativas
- l) Manejo de información turística por internet
- m) Vocabulario técnico del área
- n) Manuales, tarifarios, directorios, requisitos de migración y aduanas
- o) Mercadeo (marketing) turístico
- p) Operación de computadora, fax, teléfono o central telefónica, celular, fotocopiadora, máquina de calcular y máquinas de tarjetas de crédito.

Habilidades

- a) Comunicación oral clara, articulada y precisa, principalmente por teléfono
- b) Comunicación escrita con empleo de gramática y vocabulario adecuados
- c) Toma rápida de decisiones bajo presión de tiempo
- d) Negociación de servicios
- e) Cálculos matemáticos con fórmulas simples
- f) Organización en todos los trabajos
- g) Trabajo en equipo.

Actitudes

Confiable	Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
Detallista	Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio
Optimista	Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo o bueno de las cosas
Innovador	Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
Persuasivo	Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador

Fuente: Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 464:2008.

Realizado por: José G Oñate B.

d) Guía

Tabla 53 Manual de Funciones Guía

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Guía especializado en deportes de Aventura		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Subrogación		Guía-Asistente		
Misión del Cargo				
El guía especializado en turismo de aventura se ocupa, principalmente, de conducir en forma segura al turista por ambientes no urbanos, en actividades deportivas y de aventura, que tengan al mismo tiempo el carácter recreativo y que involucren riesgos evaluados, controlados y asumidos en el contacto con la naturaleza, en sitios o zonas geográficas específicas, tales como: parques nacionales, montañas, selva, cuevas y cavernas, y en actividades especiales como canotaje, ascensión y otras.				
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos	
Guías		Agente de Ventas Guías Secretaria	Prestadores de Servicios Turísticos. Sector Público, Comunitario y ONG's Clientes y público en general	
PERFIL	Formación Académica	Requisitos y Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Título de tercer nivel en áreas de Administración de Empresas, Hotelería/Turismo y Ecoturismo. Licencia de guía especializado en Deportes de Aventura Modalidad: Canyoning, Rafting, Parapente.	Tener conocimientos de informática, operación turística, marketing, ventas, facturación, primeros auxilios.	Inglés alto, escrito, comprendido y hablado. U otros idiomas.	Tener experiencia mínimo de un año en funciones similares.
Responsabilidades del cargo				
<p><i>Planificar la actividad de turismo de aventura:</i></p> <p>a) Planificar alternativas para los casos de excursiones de grupos bajo mal tiempo u otros aspectos inesperados</p> <p><i>Realizar cambios en la programación de la actividad de turismo de aventura:</i></p> <p>a) Hacer análisis de las situaciones, modificar o cancelar la actividad en función de peligros y riesgos</p> <p>b) Decidir sobre rutas alternativas</p> <p>c) Adoptar medidas de contingencia</p> <p>d) Usar fenómenos naturales útiles en la previsión del tiempo.</p> <p><i>Aplicar técnicas elementales de orientación y navegación:</i></p> <p>a) Utilizar técnicas de navegación, orientación y cartografía</p> <p>b) Realizar lectura de los puntos cardinales</p> <p><i>Asegurar el uso adecuado de equipos:</i></p> <p>a) Mantener los equipos organizados y en perfecto estado</p> <p>b) Controlar el mantenimiento de los equipos</p> <p>c) Observar señales de desgaste o defecto</p> <p>d) Recomendar reparaciones y sustituciones cuando fuere necesario.</p> <p><i>Liderar grupos:</i></p> <p>a) Presentar programas de actividades</p> <p>b) Organizar, controlar y facilitar la integración de los participantes de grupos</p> <p>c) Adaptar programas de acuerdo a las necesidades de diferentes grupos</p> <p>d) Establecer límites claros de comportamiento e independencia de los participantes</p> <p>e) Mediar conflictos</p> <p>f) Tratar situaciones adversas o no rutinarias</p> <p><i>Instruir al turista en cuanto a las técnicas mínimas y prácticas necesarias para la realización de la actividad:</i></p> <p>a) Utilizar técnicas de instrucción relacionadas a las actividades a ser practicadas</p> <p>b) Realizar conferencias</p> <p>c) Crear un ambiente de motivación para el aprendizaje</p> <p>d) Usar lenguaje y trato adecuado</p> <p>e) Comunicar la información en forma correcta y completa</p> <p>f) Instruir sobre procedimientos de emergencia, técnicas de seguridad y rescate</p> <p>g) Instruir en la aplicación de procedimientos de mínimo impacto socio - ambiental</p> <p>h) Instruir sobre el uso adecuado de los equipos.</p>				

Prevenir impactos ambientales y sociales ocasionados por actividades de turismo de aventura:

- a) Aplicar prácticas de mínimo impacto
- b) Sensibilizar y orientar el grupo sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y el respeto a las comunidades locales
- c) Intervenir oportunamente con el grupo cuando identifique acciones que pueden afectar al ambiente o a las comunidades locales
- d) Promover prácticas de conservación durante la actividad de turismo de aventura.

Cumplir la legislación:

- a) Aplicar la legislación específica relacionada al medio ambiente y turismo de aventura; Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre
- b) Asumir las responsabilidades pertinentes
- c) Respetar los derechos de operación en la(s) región(es) en que actúa.

Asegurar el bienestar y la seguridad del turista:

- a) Informar, prevenir y controlar peligros y riesgos, velando por la seguridad física y emocional de los turistas
- b) Evaluar factores que pueden provocar accidentes
- c) Combinar reglas de convivencia y crear relaciones positivas entre los miembros del grupo
- d) Incentivar y valorar el respeto a la seguridad física y emocional de los turistas
- e) Observar señales de desgaste físico y emocional
- f) Recomendar alimentación, vestuario y equipo adecuados a la actividad y asegurar el uso cuando fuere indispensable para la seguridad del turista
- g) Asegurar el suministro de información sobre medidas de emergencia.

Asegurar la satisfacción del turista:

- a) Informar al turista sobre las características generales de la actividad, antes de su inicio
- b) Mantener al turista motivado e interesado en la programación
- c) Mantener al turista informado sobre aspectos específicos durante el desarrollo de la actividad
- d) Interpretar los atractivos
- e) Estar atento a las necesidades individuales y proveer el respectivo soporte
- f) Gestionar reclamos, sugerencias y tomar las acciones respectivas
- g) Solucionar problemas y establecer consenso entre intereses divergentes.

Aplicar primeros auxilios básicos:

- a) Aplicar primeros auxilios básicos de acuerdo a cada situación.

Gestionar situaciones de emergencia:

- a) Evaluar situaciones de emergencia
- b) Controlar los grupos
- c) Proveer recursos o soporte
- d) Asegurar el bienestar de los turistas en situaciones adversas
- e) Cuidar de la supervivencia del turista.

Cuidar de la apariencia personal y postura profesional:

- a) Cuidar de la higiene personal, apariencia, postura corporal y estado físico
- b) Evitar relacionarse íntimamente con el turista
- c) Manejar situaciones incómodas
- d) Usar lenguaje y trato apropiados;

Competencia

El guía especializado en turismo de aventura, para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base a los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

Conocimientos

- a) Vocabulario técnico de hotelería y turismo
- b) Interpretación de señales naturales climáticas
- c) Técnicas de navegación y orientación
- d) Interpretación básica de cartas topográficas, mapas - leyenda y simbología, escala, curva de nivel - y utilización de brújula
- e) Técnicas de conducción de grupos, integración y estrategia de solución de conflictos
- f) Estrategias de comunicación y técnicas de instrucción para grupos
- g) Requisitos básicos de seguridad en el turismo de aventura
- h) Factores que contribuyen a la ocurrencia de accidentes
- i) Peligros y riesgos ambientales
- j) Situaciones y procedimientos de emergencia
- k) Procedimientos de primeros auxilios básicos
- l) Legislación de áreas naturales
- m) Principios de conservación ambiental
- n) Técnicas de mínimo impacto ambiental
- o) Reglas básicas de educación, convivencia social y cuidado con la higiene personal
- p) Aspectos legales y condiciones laborales tales como la responsabilidad civil y penal, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y

legislación de seguridad laboral aplicable al turismo de aventura	
q) Historia, geografía, folclore, arte de los destinos y comunidades receptoras	
r) Utilización del Sistema de Posicionamiento Global (GPS).	
Habilidades	
a) Ser expresivo en la comunicación oral, para mantener el interés de los turistas	
b) Hablar de manera clara y articulada, para permitir el buen entendimiento de la instrucción de técnicas para la actividad	
c) Tener coordinación física y sensorial para reaccionar frente a situaciones de riesgo	
d) Calcular usando fórmulas simples, las cuatro operaciones aritméticas, cálculo porcentual y cálculo con ángulos	
e) Tener raciocinio lógico verbal de nivel moderado para describir procedimientos con diferentes etapas	
f) Capacidad de tomar decisiones complejas para solucionar conflictos	
g) Capacidad de planificación para establecer una secuencia lógica de etapas para alcanzar un fin específico.	
Actitudes	
Persuasivo	Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador
Controlador	Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros
Confiable	Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos.
Atento	Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
Optimista	Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo o bueno de las cosas
Perseverante	Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos

Fuente: Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 464:2008.

Realizado por: José G Oñate B.

C. VIABILIDAD COMERCIAL

Para definir la viabilidad comercial del proyecto se realizó un análisis territorial en base a los componentes del sistema turístico, partiendo desde la identificación de los recursos naturales con su respectiva validación, un análisis de la infraestructura básica relacionados con los atractivos, más la planta turística para de esta manera obtener el potencial del territorio para el desarrollo de actividades turísticas sostenibles.

1. Estudio de Mercado

a. Análisis de la oferta

En el análisis de la oferta se realizó un análisis de los atractivos turísticos de los cantones Bucay y Cumandá, los mismos fueron validados y como resultado obtuvimos los atractivos que van a ser utilizados para la empresa en la elaboración de productos y/o paquetes turísticos, con enfoque al desarrollo de los deportes de aventura y ecoturismo, cabe recalcar que se tomó en cuenta los atractivos con mayor jerarquía.

1) General Antonio Elizalde (Bucay)

Tabla 54 Atractivos turísticos cantón General Antonio Elizalde Bucay

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Río Chimbo	Sitio Natural	Río	Rápidos**	II
Balneario Agua Clara	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	II
Bosque La Esperanza	Sitio Natural	Bosque	Ceja de Selva occidental**	III
Cascada Piedra Blanca	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada**	II
Estación ferroviaria	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil**	III
Taller del ferrocarril	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
Mirador de la virgen del Carmen	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
Puente del ferrocarril	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I
Arcos de la Puntilla	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	I
Malecón del río Chimbo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	II
Laguna La Lolita	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Lago	I

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Río Chagüi	Sitio Natural	Río	Rápidos	II
Río Limón	Sitio Natural	Río	Rápidos	II
Río san Antonio	Sitio Natural	Río	Rápidos	II
Fiestas patronales	Manifestación Cultural	Acontecimientos	Programados Fiestas	II
Fiestas de cantonización	Manifestación Cultural	Acontecimientos	Programados Fiestas Cívicas	II
Festival campesino 'La Lolita'	Manifestación Cultural	Acontecimientos	Programados Feria	II
Artesanías de caña guadua	Manifestación	Cultural Etnografía	Artesanías	II
Rodeo Montubio	Manifestación Cultural	Acontecimientos	Programados Fiestas	II
Comunidad Shuar	Manifestación Cultural	Etnografía	Grupos étnicos	II

Fuente: Jefatura de Turismo GAD General Antonio Elizalde Bucay

Realizado por: José G Oñate B

La jefatura de turismo del GAD Bucay identifico los atractivos que se detallan en la Tabla 51 de los mismos que para el estudio usaremos los de mayor jerarquía, los atractivos de mayor jerarquía son: el rio Chimbo, el bosque la Esperanza, el Complejo de cascadas Piedra Blanca y la estación del ferrocarril.

A continuación se realizó la validación de los mismos para proceder a elaborar los diferentes productos y/o paquetes turísticos.

a) Validación de los atractivos Turísticos del cantón General Antonio Elizalde

Después de la sistematización de la información de la jefatura de turismo del GAD Bucay se procedió a realizar la validación de los atractivos identificados con mayor jerarquía y que tiene potencialidades para el desarrollo de actividades de ecoturismo y deportes de aventura.

i. Rio Chimbo

Tabla 55 Rio Chimbo


1. DATOS GENERALES		
1.1 Encuestador:	José Oñate	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador:	Ing. Carlos Ricaurte	1.4 Fecha: 17/07/2015
1.5 Nombre del Atractivo:	Rio Chimbo	
1.6 Categoría:	Sitio Natural	
1.7 Tipo:	Ríos	
1.8 Subtipo:	Rápidos o Raudales	
		



Ilustración 18 Rio Chimbo

2. UBICACIÓN

2.1 Provincia:	Guayas	2.2 Ciudad y/o Cantón:	Bucay
2.3 Parroquia:	Bucay	2.4 Recinto:	Todo el cantón
2.5 Latitud:		2.6 Longitud:	

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.

3.1 Nombre del poblado:	Cumandá	3.2 Distancia	4 km
3.3 Nombre del poblado:	Bucay	3.4 Distancia:	5 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.

4.1 Altitud:	375 msnm
4.2 Temperatura:	20°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm

Ubicación del Atractivo

Es un río que recorre de este a oeste al cantón, para acceder hasta el río se puede ingresar por varios lugares, uno de ellos el ingreso por río blanco, lugar donde se unen estos dos ríos blanco y Mayaguan en el vecino cantón Cumandá, el ingreso en el cantón Bucay es por el malecón y la salida por la Lolita.

4.5 Descripción del atractivo.

Es un río nivel 3 en invierno 3+, según la clasificación del MINTUR y su Manual Metodológico para evaluación de atractivos entre en la categoría rápido y raudales, por las características que presenta, en la actualidad el cantón Bucay presenta un plan de manejo de aguas grises y negras por lo que el atractivo está tomando mayor realce gracias al mejoramiento de la calidad de sus aguas. al Río Chimbo se vierten afluentes tanto de las provincias de Bolívar, Chimborazo y Guayas por lo que su estacionalidad se ve afectada por el incremento y/o decrecimiento de las lluvias

4.6 Atractivos individuales que lo conforman

Balneario Agua Clara

Rio Chagiie			
Malecón de Bucay			
4.7 Permisos y Restricciones			
No existe ningún tipo de restricción para acceder al río por el momento, pero se debe realizar la contratación de guías para las actividades de deportes de aventura			
4.8 Usos			
4.8.1 Usos Actuales			
En la actualidad el uso del río es mínimo, su agua es utilizada para el sistema de riego de los recintos, de vez en cuando las personas de los centros urbanos llegan hasta el río para practicar Tubing.			
4.8.2 Usos Potenciales			
Rafting			
Tubing			
Kayak			
4.8.3 Necesidades turísticas			
Diseño de rutas de aventura modalidad: Rafting, Tubing, Kayak			
Implementar un Plan de Manejo Ambiental			
Diseño de un plan de manejo para actividades turísticas y de recreación			
4.9 Impactos			
4.9.1 Impactos positivos			
Generación de fuentes de empleo			
Salvaguardar los recursos naturales de la zona			
4.9.2 Impactos negativos			
Contaminación ambiental por la basura y/o otros desechos que son botados al río			
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:			
5.1 Estado:	En proceso de recuperación		
5.2 Causas:	Lamentablemente algunos tramos del río se encuentran contaminados por desechos sólidos, lo que incide directamente en la calidad paisajística, y del agua del río		
6. ENTORNO:			
6.1 Entorno:	Semi-intervenido		
6.2 Causas:	Presencia de áreas urbanas y/o de expansión de los dos cantones, Bucay y Cumandá. Explotación minera en los lechos de ríos para extracción de material pétreo		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO			
7.1 Tipo:	Terrestre	7.2 Subtipo:	Asfaltado/lastrado
7.3 Estado de Vías:	Excelente	7.4 Transporte:	Se puede llegar en carro propio
7.5 Frecuencias:	Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso:	Todo el año
7.7 Observaciones:			
Se recomienda contactarse con guías calificados y/o Operadoras de turismo certificadas de los cantones para realizar actividades en el río, puesto que su nivel de aguas puede variar dependiendo de la estacionalidad.			
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.			
Guianza y equipos para la práctica de deportes de aventura			
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
9.1 Agua: Entubada			
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado			
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico			

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Agua Clara Estación ferroviaria La Lolita	Distancia: 2 km 4 km 6 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Provincial		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
TOTAL		45
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

ii. Bosque la Esperanza

Tabla 56 Bosque La Esperanza

1. DATOS GENERALES			
1.1 Encuestador:	José Oñate	1.2 Ficha N°	02
1.3 Supervisor Evaluador:	Ing. Carlos Ricaurte	1.4 Fecha:	17/07/2015
1.5 Nombre del Atractivo:	Bosque La Esperanza		
1.6 Categoría:	Sitio Natural		
1.7 Tipo:	Bosque		
1.8 Subtipo:	Húmedo Tropical Occidental		
			
Ilustración 19 Bosque La Esperanza			
2. UBICACIÓN			
2.1 Provincia:	Guayas	2.2 Ciudad y/o Cantón:	Bucay
2.3 Parroquia:	Bucay	2.4 Recinto:	La Esperanza
2.5 Latitud:		2.6 Longitud:	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.			
3.1 Nombre del poblado:	La Esperanza	3.2 Distancia:	4 km
3.3 Nombre del poblado:	Bucay	3.4 Distancia:	12 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.			

4.1 Altitud:	900 msnm
4.2 Temperatura:	20°C
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm
Ubicación del Atractivo	
Es bosque nublado de la Esperanza se encuentra ubicado a 12 km de la cabera cantonal está conformado por varios pisos altitudinales lo que hace posible que en la zona exista una alta diversidad de especies tanto de flora como de fauna, en la zona encontramos un afluente de río como es el limón, se encuentra ubicada en los límites con la provincia de Bolívar lo que enriquece la calidad paisajística y la geografía de la zona hace posible la diversidad de caídas de aguas, cascadas y otras formaciones geológicas.	
4.5 Descripción del atractivo	
Está conformado por varios pisos altitudinales, en el mismo podemos observar varios tipos de especies de flora como orquídeas, bromelias, una gran variedad de árboles, arbustos y plantas, en fauna el sector posee una gran diversidad en especies de aves desde colibrís gigante (Patagonia gigas), ebuco boucieri, tucanes de la familia ramphastos y Aulocarynchus, Carpinteros, Búhos, Lechuzas (Tyto alba), martines pescadores, gallito de la peña entre otros, mamíferos podemos observar cuchuchos, armadillos, tigrillos, perezosos. En el mismo encontramos cascadas, formaciones geológicas con una alta calidad paisajística.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Río limón Cascadas 5 de septiembre Cascadas el renacer Cascadas el rincón de Daniel	
4.7 Permisos y Restricciones	
Entradas a cada uno de los emprendimientos turísticos con sus respectivos guías.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales: En la actualidad el uso del río específicamente para turismo, aunque en la zona existen explotaciones agrícolas de orito, caña, pasto así como también ganadería en pequeña escala.	
4.8.2 Usos Potenciales	
Ecoturismo, Canyoning, Senderismo	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Diseño de rutas de aventura modalidad: Ecoturismo Implementar un Plan de Manejo Ambiental	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos:	
Generación de fuentes de empleo Ingresos económicos para el dueño de las tierras Salvaguardar los recursos naturales y/o culturales de la zona	
4.9.2 Impactos negativos	
Mal manejo de desechos de los emprendimientos Contaminación ambiental por la basura Pérdida de especies nativas tanto de flora como de fauna	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado:	No Alterado
5.2 Causas:	En la zona de amortiguamiento existen explotaciones ganaderas y agrícolas pero el busque únicamente se usa para actividades de turismo
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno:	Conservado
6.2 Causas:	Por ser un lugar diverso posee una alta tasa de recuperación natural, pero la misma podrá ser afectada por el mal manejo de los recursos de la zona


7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO			
7.1 Tipo:	Terrestre	7.2 Subtipo:	Asfaltado/lastrado
7.3 Estado de Vías:	Excelente	7.4 Transporte:	Se puede llegar en carro propio o en bus puesto que existe una frecuencia en la mañana y otra a las 13:00
7.5 Frecuencias:	Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso:	Todo el año
7.7 Observaciones Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar. De preferencia los zapatos tienen que ser impermeables.			
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.			
Senderos en varios emprendimientos, Hospedaje, Alimentación, Guianza			
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
9.1 Agua: Entubada			
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado			
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico			
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.			
10.1 Nombre del atractivo: Cascadas Piedra Blanca		Distancia: 4 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:			
11.1 Difusión: Local			
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	
CALIDAD	a) Valor intrínseco		10
	b) Valor extrínseco		10
	c) Entorno		6
	d) Estado de Conservación y/o Organización		6
APOYO	a) Acceso		6
	b) Servicios		5
	c) Asociación con otros atractivos		5
SIGNIFICADO	a) Local		3
	b) Provincial		
	c) Nacional		
TOTAL			51
13. JERARQUIZACIÓN			
Jerarquía III			

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

iii. Cascadas Piedra Blanca

Tabla 57 Cascadas Piedra Blanca

1. DATOS GENERALES		
1.1 Encuestador:	José Oñate	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador:	Ing. Carlos Ricaurte	1.4 Fecha: 17/07/2015
1.5 Nombre del Atractivo:	Cascadas Piedra Blanca	
1.6 Categoría:	Sitio Natural	
1.7 Tipo:	Ríos	
1.8 Subtipo:	Cascadas	
		
Ilustración 20 Cascadas Piedra Blanca		
2. UBICACIÓN		

2.1 Provincia:	Guayas	2.2 Ciudad y/o Cantón:	Bucay
2.3 Parroquia:	Bucay	2.4 Recinto:	La Esperanza
2.5 Latitud:		2.6 Longitud:	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.			
3.1 Nombre del poblado:	La Esperanza	3.2 Distancia	12 km
3.3 Nombre del poblado:	Bucay	3.4 Distancia:	24 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.			
4.1 Altitud:	1200 msnm		
4.2 Temperatura:	20°C		
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm		
Ubicación del Atractivo Se encuentra ubicado en la los límites con el cantón Chillanes, a 1200 msnm en las estribaciones de la cordillera occidental.			
4.5 Descripción del atractivo Es un complejo de alrededor de 8 cascadas que van desde los 90m de altura con agua cristalina que nace desde una piedra ubicada en la cabecera del complejo completamente blanca de allí su nombre, ideal para la práctica de senderismo, interpretación ambiental y canyoning.			
4.6 Atractivos individuales que lo conforman Cascada salto de la venada, La Isabela, Mellizas, Piedra Bola, seca.			
4.7 Permisos y Restricciones Uso específico de ecoturismo y deportes de aventura, para el ingreso se debe cancelar 2\$ o contratar un guía para visitar las mismas.			
4.8 Usos			
4.8.1 Usos Actuales Senderismo, Ecoturismo, Canyoning.			
4.8.2 Usos Potenciales Aviturismo, Interpretación ambiental y de flora			
4.8.3 Necesidades turísticas: Señalética			
4.9 Impactos			
4.9.1 Impactos positivos: Generación de fuentes de empleo Ingresos económicos para el dueño de las tierras Salvaguardar los recursos naturales de la zona			
4.9.2 Impactos negativos Capacidad de carga superada Contaminación ambiental por la basura Pérdida de especies nativas tanto de flora como de fauna			
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:			
5.1 Estado:	Semi intervenido		
5.2 Causas:	Implementación de facilidades turísticas, senderos, anclajes, pasamanos		
6. ENTORNO:			
6.1 Entorno:	Conservado		
6.2 Causas:	Gran diversidad y usos turístico		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO			


7.1 Tipo:	Terrestre	7.2 Subtipo:	Asfaltado/lastrado
7.3 Estado de Vías:	Excelente	7.4 Transporte:	Se puede llegar en carro propio o en chica turísticas los jueves, viernes, sábado y domingo o previa contratación
7.5 Frecuencias:	Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso:	Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar. De preferencia los zapatos tienen que ser impermeables.			
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.			
Senderos			
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
9.1 Agua: N/A			
9.2 Energía Eléctrica: N/A			
9.3 Alcantarillado: N/A			
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.			
10.1 Nombre del atractivo: Bosque La Esperanza		Distancia: 4 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:			
11.1 Difusión: Provincial			
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	
CALIDAD	a) Valor intrínseco		10
	b) Valor extrínseco		9
	c) Entorno		5
	d) Estado de Conservación y/o Organización		6
APOYO	a) Acceso		6
	b) Servicios		4
	c) Asociación con otros atractivos		3
SIGNIFICADO	a) Local		
	b) Provincial		3
	c) Nacional		
TOTAL			46
13. JERARQUIZACIÓN			
Jerarquía II			

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

iv. Estación del Ferrocarril

Tabla 58 Estación del Ferrocarril

1. DATOS GENERALES			
1.1 Encuestador:	José Oñate	1.2 Ficha N°	02
1.3 Supervisor Evaluador:	Ing. Carlos Ricaurte	1.4 Fecha:	17/07/2015
1.5 Nombre del Atractivo:	Estación del Ferrocarril		
1.6 Categoría:	Manifestaciones Culturales		
1.7 Tipo:	Históricas		
1.8 Subtipo:	Arquitectura Civil		
			
Ilustración 21 Estación de Ferrocarril			
2. UBICACIÓN			
2.1 Provincia:	Guayas	2.2 Ciudad y/o Cantón:	General Elizalde (Bucay)
2.3 Parroquia:	General Elizalde (Bucay)	2.4 Recinto:	
2.5 Latitud:		2.6 Longitud:	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.			
3.1 Nombre del poblado:	Cumandá	3.2 Distancia:	5 km
3.3 Nombre del poblado:	Bucay	3.4 Distancia:	1 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.			
4.1 Altitud:	340 msnm		
4.2 Temperatura:	20°C		
4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm		

Ubicación del Atractivo Se encuentra ubicado en la cabecera cantonal de Bucay en el centro del mismo.			
4.5 Descripción del atractivo Es una construcción moderna basada en las construcciones antiguas de las estaciones del tren en el país, posee una zona de exposición de piezas artesanales para la visitación de los turistas, sala de alimentos y bebidas, cafetería y restaurante.			
4.6 Atractivos individuales que lo conforman Sala de exposición de piezas artesanales, chivas turísticas, centro histórico del cantón.			
4.7 Permisos y Restricciones No existe ningún tipo de restricción para acceder al atractivo.			
4.8 Usos			
4.8.1 Usos Actuales En la actualidad el uso netamente turístico			
4.8.2 Usos Potenciales: Interpretación del patrimonio			
4.8.3 Necesidades turísticas Plan de interpretación patrimonial			
4.9 Impactos			
4.9.1 Impactos positivos: Generación de fuentes de empleo Ingresos económicos para los ciudadanos Salvaguardar los recursos patrimoniales			
4.9.2 Impactos negativos Exceso de personas en días feriados y fines de semana			
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:			
5.1 Estado:	Conservado		
5.2 Causas:	Infraestructura nueva		
6. ENTORNO:			
6.1 Entorno:	Intervenido		
6.2 Causas:	Área Urbana		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO			
7.1 Tipo:	Terrestre	7.2 Subtipo:	Asfaltado/lastrado
7.3 Estado de Vías:	Excelente	7.4 Transporte:	Se puede llegar en carro propio o transporte intercantonal
7.5 Frecuencias:	Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso:	Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.			
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.			
Alimentación, accesibilidad			
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
9.1 Agua: Entubada			
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado			
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico			

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.			
10.1 Nombre del atractivo: Bosque Primario Chilicay		Distancia: 7 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:			
11.1 Difusión: Local			
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	
CALIDAD	a) Valor intrínseco		10
	b) Valor extrínseco		10
	c) Entorno		6
	d) Estado de Conservación y/o Organización		6
APOYO	a) Acceso		6
	b) Servicios		4
	c) Asociación con otros atractivos		5
SIGNIFICADO	a) Local		
	b) Provincial		4
	c) Nacional		
TOTAL			51
13. JERARQUIZACIÓN			
Jerarquía III			

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

2) Cumandá

Tabla 59 Atractivos turísticos cantón Cumandá.

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Bosque Primario Chilicay	Sitio Natural	Bosque	Ceja de Selva occidental**	II
Bosque Protector Santa Rosa	Sitio Natural	Bosque	Ceja de Selva occidental**	II
Bosque El Nogalero	Sitio Natural	Bosque	Bosque Montano Bajo Occidental	I
Cascada Chilicay	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	II
Chorrera del Diablo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Encanto de la Princesa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Paila de Oro	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Piedra Gemela	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Gotas de Lluvia	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Oreja de Piedra	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Piedra Negra	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Vestido de Novia	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cascada Guagalyaco	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
Cuernos de Venado	Sitio Natural	Fenómeno Geológico	Escarpa de Falla	I
Mirador Llalla Cocha	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I
Poza de Santa Rosa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna Estacionaria	I
El Chorro	Sitio Natural	Río	Riachuelos	II
Río Chimbo	Sitio Natural	Río	Rápidos**	II
Río Chanchan	Sitio Natural	Río	Rápidos	II
Río San Pablo	Sitio Natural	Río	Rápidos	II
Río La Lucia	Sitio Natural	Río	Riachuelos	II
Río Chilicay	Sitio Natural	Río	Riachuelos	I

Fuente: Actualización del PDyOT Gad Cumandá, 2014.

Realizado por: José G Oñate B.

La unidad de turismo del GAD Cumanda identifico los atractivos que se detallan en la Tabla 59, que para el presente estudio emplearemos los de mayor jerarquía, los atractivos de mayor jerarquía son: el río Chimbo, el bosque primario Chilicay, y bosque primario Santa Rosa.

a) Validación de los atractivos Turísticos del cantón Cumandá

Después de la sistematización de la información de la unidad de turismo del GADM Cumandá se procedió a realizar la validación de los atractivos identificados con mayor jerarquía.

i. Bosque Primario Chilicay

Tabla 60 Bosque Primario De Chilicay

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: José Oñate	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte	1.4 Fecha: 17/07/2015
1.5 Nombre del Atractivo: Bosque Primario De Chilicay	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: bosque húmedo tropical occidental	
	
Ilustración 22 Bosque Primario de Chilicay	
2. UBICACIÓN	

2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cumandá
2.3 Parroquia: Cumandá	2.4 Recinto: Suncamal – Chilicay
2.5 Ubicación Geográfica: x= 715164 Y= 9751579	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Suncamal	3.2 Distancia: 2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 935 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 18°-21° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 1000 – 2000 mm	
Ubicación del Atractivo El Bosque Primario de Chilicay se encuentra ubicado a 15 Km del cantón Cumandá, para llegar hasta este sitio, desde Cumandá se puede tomar un vehículo que sale hacia el recinto Suncamal, durante el trayecto se puede visitar los recintos San Vicente, La Argentina, Santa Rosa de Suncamal. A partir del centro del recinto se emprende la caminata, alrededor de una hora y media nos lleva el recorrido por el bosque.	
4.5 Descripción del atractivo. Este bosque se encuentra en estado natural, razón por la cual se convierte en un sitio estratégico para poder apreciar la biodiversidad del sector, permite el avistamiento de aves así como de mamíferos y también reptiles, posee una ubicación estratégica y panorámica de los poblados cercanos al mismo.	
Atractivos individuales que lo conforman: En el bosque primario se puede apreciar ciertas especies como: el canelo, cedro, limón de montaña, matapalo, cascarilla (utilizada para aliviar el dolor de la dentadura y curar el paludismo), guarumo (de cuyo tronco fabrican la bocina), la guabiduca (cura cólicos). También encontramos especies como: el café (<i>Coffea arábica L</i>), el cacao (<i>Theobroma cacao L.</i>), el banano (<i>Musa pardistaca L.</i>), el platanillo (<i>Heliconia spo L</i>), arbustos pequeños entre otros. Especies de aves fáciles de observar, como el pájaro carpintero (<i>Piculus rivolii</i>), durante el recorrido es posible apreciar especies de flora como princesas (<i>Pharomachrus auriceps</i>), mirlos (<i>Turdus ignobilis</i>), loros (<i>Aratinga sp</i>), pugas (<i>Zenaida auriculata</i>), entre otras.	
4.7 Permisos y Restricciones: No existe ninguna restricción hasta el momento.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales: En la actualidad sus usos primordiales son la de conservación y protección; salvaguardando de esta manera los cultivos cercanos puesto que sirven de barreras protectoras en las épocas invernales.	
4.8.2 Usos Potenciales: Zonas para camping, Fotografía, Interpretación ambiental, Aviturismo	
4.8.3 Necesidades turísticas: Programa de señalización desde el ingreso al recinto, hasta el atractivo Diseño de senderos Capacitación de guías	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos: Generación de fuentes de empleo Diversificación de la oferta local Salvaguardar los recursos naturales de la zona	
4.9.2 Impactos negativos Erosión del suelo Contaminación ambiental por la presencia de basura Pérdida de especies nativas tanto de flora como de fauna	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	

5.1 Estado: En proceso de recuperación		
5.2 Causas: Se mantiene en proceso de recuperación ya que se trata de mantener las especies nativas tanto de flora como de fauna, el rebrote de vegetación ayuda a este proceso.		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno: Semi-intervenido		
6.2 Causas: Lamentablemente se ha talado una mínima cantidad de árboles en el área, lo que incide directamente en la belleza paisajística del lugar. Por el mismo hecho de que en el área existe influencia ganadera, en sus alrededores se puede observar la presencia de pastos.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Asfaltado/lastrado	
Estado de Vías: Regular	Transporte: Automóvil, camionetas que van desde Cumandá hacia el recinto.	
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados (botas de caucho) para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
En el recinto no existe la suficiente planta turística, pero en los cantones Cumandá y Bucay se puede encontrar hoteles, hosterías, restaurantes, etc.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado		
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	Distancia:	
Planta de Lácteos “Valle Hermoso”	2 km	
Biocaña	2 km	
Ecoaventura Suncamal	2 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	5
	b) Provincial	
	c) Nacional	
TOTAL		42
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

ii. Bosque Protector Santa Rosa

Tabla 61 Bosque Protector Santa Rosa

1. DATOS GENERALES			
1.1 Encuestador:	José Oñate	1.2 Ficha N°	02
1.3 Supervisor Evaluador:	Ing. Carlos Ricaurte	1.4 Fecha:	17/07/2015
1.5 Nombre del Atractivo:	Bosque Protector Santa Rosa		
1.6 Categoría:	Sitio Natural		
1.7 Tipo:	Bosque		
1.8 Subtipo:	Bosque Húmedo Tropical Occidental		
			
Ilustración 23 Bosque Protector Santa Rosa			
2. UBICACIÓN			
2.1 Provincia:	Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón:	Cumandá
2.3 Parroquia:	Cumandá	2.4 Recinto:	Santa Rosa de Suncamal
2.5 Latitud:		2.6 Longitud:	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.			
3.1 Nombre del poblado:	Cumandá	3.2 Distancia	10 km
3.3 Nombre del poblado:	Bucay	3.4 Distancia:	12 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.			
4.1 Altitud:	745 msnm		
4.2 Temperatura:	23°C		

4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm
Ubicación del Atractivo El Bosque Protector Santa Rosa se encuentra ubicado a 10 Km del cantón Cumandá, para acceder a este lugar, desde Cumandá se puede tomar un vehículo hacia el recinto del mismo nombre, una vez en el recinto se emprende la caminata, el recorrido por el bosque dura alrededor de una hora.	
4.5 Descripción del atractivo Este bosque se encuentra en estado natural por lo que se convierte en un sitio dónde se puede apreciar la biodiversidad en su amplia gama tanto de aves como de mamíferos y a la vez la flora endémica, lo que hace a este sitio único para diversas actividades.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman En el bosque protector Santa Rosa se puede apreciar ciertas especies como: el canelo, cedro, limón de montaña, matapalo, cascarilla (utilizada para aliviar el dolor de la dentadura y curar el paludismo), guarumo (de cuyo tronco fabrican la bocina), la guabiduca (cura cólicos). También encontramos especies como: el café (<i>Coffea arábica L</i>), el cacao (<i>Theobroma cacao L.</i>), el banano (<i>Musa pardistaca L.</i>), el platanillo (<i>Heliconia spo L</i>), arbustos pequeños entre otros. Especies de aves como: el pájaro carpintero (<i>Piculus rivolii</i>), princesas (<i>Pharomachrus auriceps</i>), mirlos (<i>Turdus ignobilis</i>), loros (<i>Aratinga sp</i>), Columbidos (<i>Zenaida auriculata</i>), entre otras.	
4.7 Permisos y Restricciones Básicamente el contacto se debe realizar con el dueño de la propiedad, por el momento no tiene costo alguno el ingreso.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales En la actualidad no tiene uso alguno, ha permanecido desapercibido por propios y extraños.	
4.8.2 Usos Potenciales Zonas para camping Fotografía Interpretación ambiental Aviturismo	
4.8.3 Necesidades turísticas Programa de señalización desde el ingreso al recinto, hasta el atractivo Diseño de senderos Capacitación de guías	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos Generación de fuentes de empleo Ingresos económicos para el dueño de las tierras Salvaguardar los recursos naturales de la zona	
4.9.2 Impactos negativos Erosión del suelo Contaminación ambiental por la basura Pérdida de especies nativas tanto de flora como de fauna	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado:	En proceso de recuperación
5.2 Causas:	Se mantiene en proceso de recuperación ya que se trata de mantener las especies nativas tanto de flora y fauna, el rebrote de vegetación es constante.
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno:	Semi-intervenido
6.2 Causas:	Debido a que en el área existe influencia ganadera, en sus alrededores se puede observar la presencia de pastos.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	


7.1 Tipo:	Terrestre	7.2 Subtipo:	Asfaltado/lastrado
7.3 Estado de Vías:	Excelente	7.4 Transporte:	Se puede llegar en carro propio o en bus puesto que existe una frecuencia en la mañana y otra a las 13:00
7.5 Frecuencias:	Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso:	Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar. De preferencia los zapatos tienen que ser impermeables o botas de caucho.			
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.			
En el recinto existe la suficiente planta turística pero en los cantones Cumandá y Bucay se puede encontrar servicios de alimentación, hospedaje, recreación.			
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
9.1 Agua: Entubada			
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado			
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico			
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.			
10.1 Nombre del atractivo: Bosque Primario Chilicay		Distancia: 7 km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:			
11.1 Difusión: Local			
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9	
	b) Valor extrínseco	8	
	c) Entorno	5	
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4	
APOYO	a) Acceso	5	
	b) Servicios	2	
	c) Asociación con otros atractivos	3	
SIGNIFICADO	a) Local	5	
	b) Provincial		
	c) Nacional		
TOTAL		41	
13. JERARQUIZACIÓN			
Jerarquía II			

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

iii. Rio chimbo

Tabla 62 Rio Chimbo Cumandá

1. DATOS GENERALES			
1.1 Encuestador:	José Oñate	1.2 Ficha N°	02
1.3 Supervisor Evaluador:	Ing. Carlos Ricaurte	1.4 Fecha:	17/07/2015
1.5 Nombre del Atractivo:	Bosque Protector Santa Rosa		
1.6 Categoría:	Sitio Natural		
1.7 Tipo:	Ríos		
1.8 Subtipo:	Rápidos o Raudales		
			
Ilustración 24 Rio Chimbo			
2. UBICACIÓN			
2.1 Provincia:	Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón:	Cumandá
2.3 Parroquia:	Cumandá	2.4 Recinto:	Todo el cantón
2.5 Latitud:		2.6 Longitud:	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.			
3.1 Nombre del poblado:	Cumandá	3.2 Distancia	1 km
3.3 Nombre del poblado:	Bucay	3.4 Distancia:	1 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.			
4.1 Altitud:	745 msnm		
4.2 Temperatura:	20°C		

4.3 Precipitación Pluviométrica:	1000-2000 mm
Ubicación del Atractivo Es un río que recorre de este a oeste al cantón, para acceder hasta el río se puede ingresar por varios lugares, uno de ellos y el de mejor acceso es ingresando por el barrio La Dolorosa hasta llegar al río Mayaguan, lugar donde se unen estos dos ríos, atraviesa los Recintos de Buenos Aires y La Isla.	
4.5 Descripción del atractivo Es un río de subtipo rápido por las características que presenta, muy importante para el sector, el primero en el Ecuador que fue tomado en cuenta para la implementación de la primera planta hidroeléctrica. Río que nace en la Cordillera de los Andes, para luego desembocar en la vertiente del Pacífico (río Guayas) y sirve de límite provincial y cantonal, durante todo su trayecto mantiene el mismo nombre, la cantidad de agua que circula por este río es variante, depende mucho del tiempo, así tenemos que en el invierno es un río muy peligroso más aún en las partes más bajas del cantón como por ejemplo en el sector de Buenos Aires un pequeño recinto del cantón Cumandá.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Este río posee rasgos culturales es el protagonista de la historia de la gran represa hidroeléctrica que se iba a construir en sus aguas, existe un túnel por donde se pretendía desviar las aguas del río, grandes fosas para la recolección del agua. En las orillas del río se puede observar gran variedad de especies de flora que no hacen más que embellecer el entorno.	
4.7 Permisos y Restricciones No existe ningún tipo de restricción para acceder al río por el momento, pero se debe realizar algún tipo de contacto con las personas que conocen su recorrido.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales En la actualidad el uso del río es mínimo, su agua es utilizada para el sistema de riego de los recintos, de vez en cuando las personas de los centros urbanos llegan hasta el río para practicar tubing.	
4.8.2 Usos Potenciales Rafting Tubing Kayak	
4.8.3 Necesidades turísticas Diseño de rutas de aventura modalidad: Rafting, Tubing, Kayak Implementar un Plan de Manejo Ambiental	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos Generación de fuentes de empleo Ingresos económicos para el dueño de las tierras Salvaguardar los recursos naturales de la zona	
4.9.2 Impactos negativos Erosión del suelo Contaminación ambiental por la basura Pérdida de especies nativas tanto de flora como de fauna	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado:	En proceso de recuperación
5.2 Causas:	Lamentablemente algunos tramos del río se encuentran contaminados por desechos sólidos, lo que incide directamente en la belleza paisajística del río
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno:	Semi-intervenido
6.2 Causas:	Debido a que en el área existe influencia ganadera, en sus alrededores se puede observar la presencia de pastos.
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	

7.1 Tipo:	Terrestre	7.2 Subtipo:	Asfaltado/lastrado
7.3 Estado de Vías:	Excelente	7.4 Transporte:	Se puede llegar en carro propio o en bus puesto que existe una frecuencia en la mañana y otra a las 13:00
7.5 Frecuencias:	Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso:	Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar. De preferencia los zapatos tienen que ser impermeables o botas de caucho.			
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.			
En el recinto existe la suficiente planta turística pero en los cantones Cumandá y Bucay se puede encontrar servicios de alimentación, hospedaje, recreación.			
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
9.1 Agua: Entubada			
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado			
9.3 Alcantarillado: Pozo séptico			
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.			
10.1 Nombre del atractivo	Distancia		
Bosque Primario Chilicay	7 km		
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:			
11.1 Difusión: Local			
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO			
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS	
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9	
	b) Valor extrínseco	9	
	c) Entorno	5	
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5	
APOYO	a) Acceso	6	
	b) Servicios	4	
	c) Asociación con otros atractivos	4	
SIGNIFICADO	a) Local		
	b) Provincial	3	
	c) Nacional		
TOTAL		45	
13. JERARQUIZACIÓN			
Jerarquía II			

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

3) Catastro turístico General Antonio Elizalde y Cumandá

Para el análisis de este componente se toma en consideración la información recabada por cada uno de los departamentos de turismo de los cantones Bucay y Cumandá.

a) General Antonio Elizalde

Tabla 63 Catastro General Antonio Elizalde Bucay

Tipo de Actividad	Nombre	Propietario	Representante	Dirección	Teléfono
Hotel	California	Granizo Ruth	Granizo Ruth	Ave. Raúl Banderas y Eloy Alfaro	042 727 766
Hotel	Central	Coronel Joaquín	Coronel Joaquín	Alberto Eloy Alfaro y 19 de Agosto	042 727 594
Hotel	EL Rey	María Calvopiña	María Calvopiña	9 de Octubre y Ferroviaria	099 410 0790
Hostería	Casa de la Hormiga	Roberto Bustamante	Roberto Bustamante	Recinto Esperanza Alta, vía al Limón	0994 473 558
Hostería	Rancho Don Herí	Heriberto Navarrete	Heriberto Navarrete	2 ½ Km de Bucay- Vía Chillanes	0993101029
Operadoras	Bucay Aventures	Wilson Gonzales	Wilson Gonzales	Av. Raúl Banderas A 50 m del UPC	0992890752
Operadoras	Jacana Tours	Juan Pérez	Juan Pérez	Frente a la Estación del Ferrocarril	0993035302
Alimentos y bebidas	El Quijote	Patricia Angulo	Patricia Angulo	Eloy Alfaro	042 727 n057
Alimentos y bebidas	Cabañas De Papo	Adolfo Solís	Adolfo Solís	Km. 2 vía a Bucay - Naranjito	0998156579
Alimentos y bebidas	El Manaba	Rosa Intriago	Rosa Intriago	Ave. Raúl Banderas	0980213941
Alimentos y bebidas	Don Cobos	Alfredo Cobos	Alfredo Cobos	García Moreno y Córdova	042 727 567
Alimentos y bebidas	Chifa Prospero	Miansheng Zhong	Miansheng Zhong	García Moreno y Córdova	042 728 028
Alimentos y bebidas	La Posada	Milton Buñay	Milton Buñay	Barrio Teresita	0982892091
Alimentos y bebidas	Delicias Del Mar	Victoria Solís	Victoria Solís	Eloy Alfaro y 10 de Agosto	042 727 313
Alimentos y bebidas	La Puntilla	Mario Morales	Mario Morales	Av. Raúl Banderas	042 727 777
Alimentos y bebidas	El Dolarazo	Diana Mercado	Diana Mercado	Av. Sargento 6	042 728 178
Alimentos y bebidas	Niña Estefanía	José Muñoz	José Muñoz	Av. Eloy Alfaro	0991922487
Alimentos y bebidas	Yogurt Y Piqueos Zergi	Marieliza Rosero	Marieliza Rosero	Av. Eloy Alfaro y Sargento 6	042 727 049
Alimentos y bebidas	Picantería	Clara Bilema	Clara Bilema	Av. 9 de octubre	042 727 218
Alimentos y bebidas	Café del Tren	José Luis Guerrero	Alimentos y bebidas	Estación del Ferrocarril	0980091681

Fuente: Actualización del PDyOT Gad Cumandá, 2014

Realizado por: José G Oñate B.

En lo que tiene que ver con hospedaje se identificó que Casa de Piedra que se encuentra ubicado en la esperanza nos puede brindar un acomodo para 20 personas en un ambiente natural, cuenta también con zona de camping para 4 carpas con servicios de alimentación, piscina.

En lo que tiene que ver con alimentación se identificó al Café-Restaurante del Tren como uno de los prestadores de servicio de lujo para las turistas, que cuenta con un variado menú de platos a la carta con especialidades de casa, local, nacional e internacional, cuenta con una capacidad instalada para 25 turistas.

b) Cumandá

Tabla 64 Catastro Cumandá

Inventario planta turística del cantón			
Categoría	Actividad	Sub actividad	Nombre
Alojamiento	Hotelero	Hotel	Hotel Metrópolis
	Hotelero	Hotel	Hotel Olympus
	Extra-hotelerero	Hostería	El Paraíso del Buen Vivir
			Ecoaventura Suncamal
			La Playita
	Hacienda	La Envidia	
		San Francisco	
		San Vicente	
		Surucay	
Alimentos y bebidas	Restaurantes	Asadero el bolillo	
		Asadero el chonero	
		Asadero la chimenea	
		Cevichería alta mar	
		Cevichería el dorado	
		Picantería el sabrosón	
		Picantería Nicole	
		Picantería rosita	
		Restaurante Cumandá	
		Restaurante don viche	
		Restaurante el café continental	
		Restaurante papillón	
		Restaurante rico pollo	
Recreación y esparcimiento	Instalaciones deportivas	Balnearios creados	Complejo turístico Olympus
			Complejo turístico La Victoria
			Complejo turístico Piedra Grande
	Karaoke	Bar - karaoke pipas bar	
		Bar - karaoke Oasis	
		Bar - restaurante El Chozón	
	Discotecas		Planeta

Fuente: Actualización del PDyOT Gad Cumandá, 2015.

Realizado por: José G Oñate B.

4) Resumen Atractivos Turísticos en los cantones

Tabla 65 Resumen Atractivos Turísticos

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Río Chimbo	Sitio Natural	Ríos	Rápidos o Raudales	II
Bosque la Esperanza	Sitio Natural	Bosque	Húmedo Tropical Occidental	II
Cascadas Piedra Blanca	Sitio Natural	Ríos	Cascadas	II
Estación del Ferrocarril	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	III
Bosque Primario Chilicay	Sitio Natural	Bosque	Húmedo Tropical Occidental	II
Bosque Protector Santa Rosa	Sitio Natural	Bosque	Húmedo Tropical Occidental	II

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Como observamos en la tabla 64 el 83,3 % de los atractivos turísticos de mayor jerarquía de los cantones Cumandá y Bucay son representados por sitios naturales y tan solo 16,7% son manifestaciones culturales, el mismo nos indica que los cantones tienen el potencial para desarrollar productos y/o servicios de deportes de aventura y/o ecoturismo.

5) Resumen Planta turística

Tabla 66 Resumen Planta turística

Nombre	Administrador	Ubicación	Capacidad		Servicios	Teléfono
			# Plazas	Tipo de Habitaciones		
Metrópolis	Nathaly Ibarra	Cumandá, 9 de Octubre y 5 de junio	30	1 SUITS 7 DB 5 SP	Hospedaje Cafetería Bar-Restaurant	032-326-721
Buen Vivir	Ana Paula Wong	Cumandá La Victoria, km 3 vía Miraflores	30	12 DB 4 SP 2 SUITS	Hospedaje Sala de Eventos Piscina Bar-Restaurant	033-017-500
Sao Paulo		Bucay, 9 de octubre	20	8 SP 11 DB	Hospedaje	0998109921
Casa de Piedra	Roberto Bustamante	La Esperanza	20	10 DB	Hospedaje Alimentación Recreación	0994473585

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

6) Imagen Turística del Cantón Bucay

En los cantones Bucay, Cumandá se encuentran con 42 Atractivos Turísticos; el 71% corresponde a Atractivos Naturales y el 29%, por ende existe una mayor diversidad de atractivos naturales.

El desarrollo de la imagen turística de la empresa debe enfocarse en imágenes con atractivos naturales y deportes de aventura que se pueden desarrollar en los cantones donde se realizó el estudio, canyoning, rafting, ciclismo con los colores representativos de los mismos, azul, café y verde.

7) Productos turísticos

a) Definición de líneas de productos

En el área de estudio se puede determinar que se comercializa las siguientes líneas de productos, cada una con sus respectivas variedades de producto y con diferentes actividades turísticas.

Tabla 67 Productos turísticos

Líneas de producto	Variedad de producto	Nombre	Actividades
Comunitario ²	Turismo Comunitario	Comunidad Shuar	Convivencia comunitaria, cultura local (tradiciones, costumbres, música)
Deportes de Aventura	Agua ³	Rio Chimbo	Rafting
			Tubing
	Tierra	Cañón Piedra Blanca	Canyoning
Ecoturismo	Tierra	La Esperanza	Senderismo

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

² Nueva línea de Mercado identificado en el presente proyecto.

³ Se tomó referencia de la clasificación de deportes de aventura del Reglamento de Operación Turística de Aventura. 2012.

b. Estudio de mercado

1) Matriz para la investigación de mercado

Tabla 68 Matriz de investigación de Mercado

Objetivos específicos	Preguntas de Investigación	VARIABLES	Fuente de Datos	Método de Recopilación de datos
1. Determinar Mercado Objetivo	¿A qué grupo de personas nos dirigimos? ¿Cuántos son nuestros clientes potenciales? ¿Cuántos turistas estarían interesados? Temporalidad	Género Lugar de procedencia. Edad. Nº de clientes potenciales. Cantidad de turistas interesados (disponibles).	Primaria: Encuesta Secundaria: Dpto. Turismo Cumandá - Bucay	Encuesta
2. Perfil del Cliente	Promedio de edad del cliente Intervalos de ingresos Género? ¿Cuál es su ocupación? ¿Con quién viaja? Motivos de viaje Servicios que busca ¿Cuánto gasta en el viaje? ¿Cuántos días se queda en su viaje? ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse? ¿Qué actividades realiza? Aceptación de la Empresa	Edad. Género. Ingresos. Ocupación. Promedio de gastos. Tiempo de estadía. Compañía. Motivos de viaje. Tipos de servicio que busca. Comida que prefiere Medios de Información. Deportes de Aventura que le gustaría practicar.	Primaria	Encuesta
3. Proyección de la demanda	¿Cuántos serán nuestros clientes en los próximos cinco años?	Cantidad de clientes en los próximos 5 años	Primaria y Secundaria	Proyección

Fuente: Investigación Secundaria.

Realizado por: José G Oñate B.

c. Análisis de la demanda

1) Universo

El presente proyecto está dirigido a los habitantes de las ciudades que se encuentran geográficamente cercanas al cantón Bucay, tomamos en cuenta a Riobamba, Guayaquil, y Cuenca; a los habitantes que se hallen dentro de la PEA (población económicamente activa); también tomamos en consideración a los colectividades de Bucay, Cumandá, Naranjito y el Triunfo, que también están dentro de la población económicamente activa.

a) Universo de estudio 1

Tabla 69 Universo de estudio caso 1.

Ciudades	PEA
Cuenca	17.8105
Guayaquil	1.195.290
Riobamba	10.0761
Total	1.474.156

Fuente: INEC⁴ 2010.

Realizado por: José G Oñate B.

b) Universo de estudio 2

Tabla 70 Universo de estudio caso 2.

Cantón	PEA
Bucay	5.427
Cumandá	6.552
Naranjito	17.961
El Triunfo	22.255
Total	52.195

Fuente: INEC⁵ 2010.

Realizado por: José G Oñate B.

2) Muestra

Se utilizó el muestreo aleatorio estratificado, en el mismo nos concentramos en la población económicamente activa que es el nuestro mercado potencial.

⁴ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

⁵ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

El cálculo de la muestra se hizo en base a la fórmula de Cannavos que se detalla a continuación:

a) Universo 1

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

n= tamaño de la muestra

N= Universo o población

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

e= error

z= confianza 95%

N =	1.474.156
p =	0,5
q =	0,5
e =	0,05
z =	1,96

n =	266
------------	-----

$$n = \frac{1.474.156(0,5 * 0,5)}{(1.474.156 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,25 * 0,25)}$$

$$n = \frac{1.474.156(0,25)}{(1.474.155)(0,03191)^2 + (0,25)}$$

$$n = \frac{368539}{(1.474.155)0,009369 + (0,25)}$$

$$n = \frac{368539}{1381,14 + 0,25}$$

$$n = \frac{368539}{1381,39}$$

$$n = 266$$

Tabla 71 Porcentaje de encuestas Universo 1

Ciudades	Porcentaje	Encuestas
Cuenca	12,08%	32
Guayaquil	81,08%	216
Riobamba	6,84%	18
Total	100,00%	266

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

b) Universo 2

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

n= muestra

N= Universo o población

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

e= error

z= confianza 95%

N=	52.195
p=	0,5
q=	0,5
e=	0,05
z=	1,96

n=	265
----	-----

$$n = \frac{52.195(0,5 * 0,5)}{(52.195 - 1) \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,25 * 0,25)}$$

$$n = \frac{52.195(0,25)}{(52.194)(0,03061)^2 + (0,25)}$$

$$n = \frac{13048,75}{(52.194)0,009369 + (0,25)}$$

$$n = \frac{13048,75}{48,09 + 0,25}$$

$$n = \frac{13049}{49,15}$$

$$n = 265$$

Tabla 72 Porcentaje de encuestas Universo 2

Cantón	Porcentaje	Encuestas
Bucay	10,40%	28
Cumandá	12,55%	33
Naranjito	34,41%	91
El Triunfo	42,64%	113
Total	100%	265

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

3) Técnicas para recolectar la información

a) Elaboración del cuestionario

Variables Sociodemográficas: En el estudio sociodemográfico usamos las variables, edad, género, estado civil, nivel de educación, ocupación.

Variables Psicográficas: para el análisis psicográfico utilizamos las variable de motivación del viaje, preferencias al viajar, frecuencia del viaje, días que viaja, preferencias de visita, actividades que desea realizar, tipo de comida, servicios que usaría, capacidad de gasto, aceptación del destino, aceptación de la empresa.

b) Trabajo de campo

La toma de información se realizó en la ciudad de Riobamba, los días 3, 4, 5 y 6 de junio del año 2015, en el centro de la ciudad, Parque Sucre, Parque Maldonado y Multiplaza. En la ciudad de Cuenca los días 3, 4, 5 de julio del mismo año, en el Parque Calderón, Centro Comercial Mall del Río, y otros sectores y en la ciudad de Guayaquil los días 18, 19 y 20 en el Malecón Simón Bolívar, Mall del Sol, parque de las Iguanas, también se utilizó las TIC's (redes sociales y Google drive). Se aplicó el muestreo aleatorio simple.

c) Tabulación

Se utilizó el paquete informático IBM SPSS Statistics 21 y Excel para el ingreso y procesamiento manual de los datos. El SPSS se usó para la tabulación de datos y el Excel para la elaboración de gráficos puesto que el programa cuenta con una mayor diversidad de los mismos.

d) Análisis de los Datos

El análisis obtenido de la tabulación de datos nos evidenciara que preferencias tiene el cliente potencial.

4) Sistematización de la Información Universo 1

a) Género

Tabla 73 Género

Género	n° Encuestas	Porcentaje
Masculino	125	51%
Femenino	141	49%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.
Realizado por: José G Oñate B.

Según las encuestas realizadas el 51% son de género masculino y el 49% de la población son del género femenino.

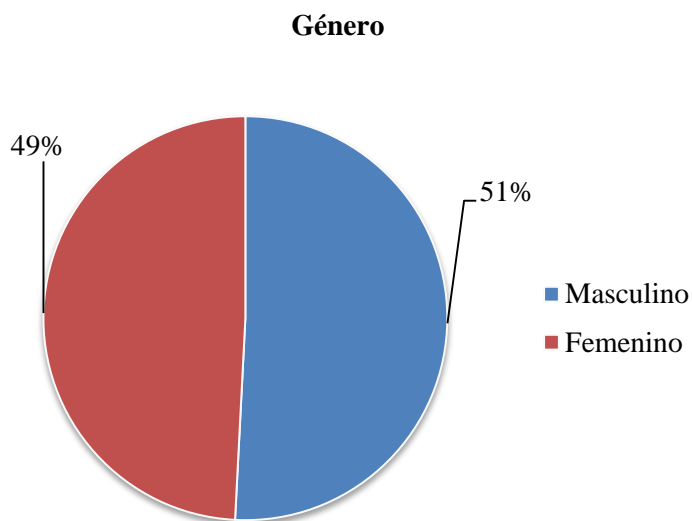


Ilustración 25 Género

Fuente: Investigación Primaria.

b) Edad

Tabla 74 Edad

Edad	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia acumulada relativa	Promedio	Media
14-25 años	118	118	0,44	19,50	8,65037594
25-36 años	75	186	0,28	30,50	8,59962406
36-47 años	45	231	0,17	41,50	7,02067669
47-58 años	28	259	0,11	52,50	5,52631579
Total	266	787	1		30

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

De acuerdo a la información obtenida, observamos que los turistas potenciales son jóvenes y adultos de entre las edades de 14 a 35 años; con una edad media de 30 años.

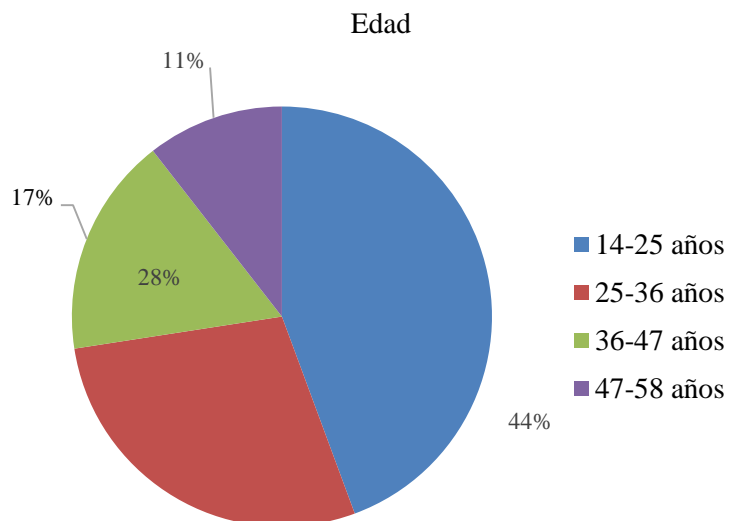


Ilustración 26 Edad

Fuente: Investigación Primaria.

c) Estado civil

Tabla 75 Estado civil

Estado civil	n° Encuestas	Porcentaje
Soltero	98	40%
Casado	59	24%
Unión libre	66	19%
Divorciado	33	13%
Viudo	10	4%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El mayor porcentaje de los potenciales turistas que visitarían al cantón son solteros con el 40% y casados con el 24%.

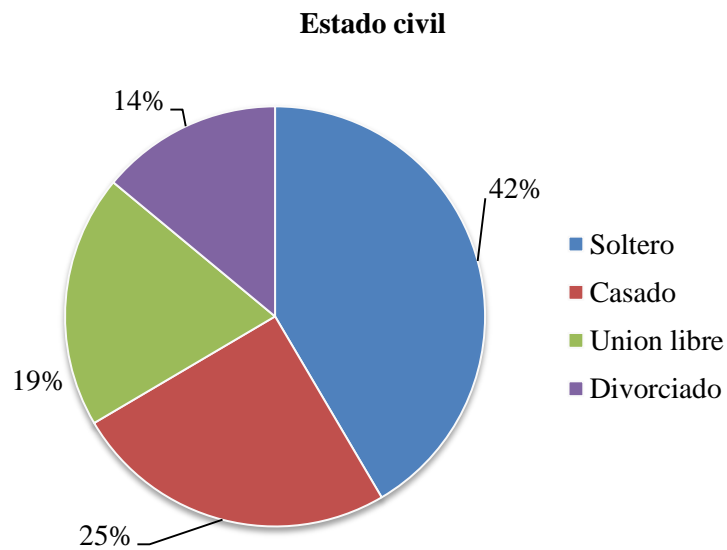


Ilustración 27 Estado Civil

Fuente: Investigación Primaria.

d) Nivel de Educación

Tabla 76 Nivel de Educación

Nivel de Educación	n° Encuestas	Porcentaje
Primaria	31	12%
Secundaria	79	30%
Superior	118	44%
Postgrado	38	14%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Según las encuestas realizadas el 44% poseen formación superior, el 30% tienen formación secundaria, el 14% de los encuestados tienen formación de postgrado y el 12% tienen formación primaria.

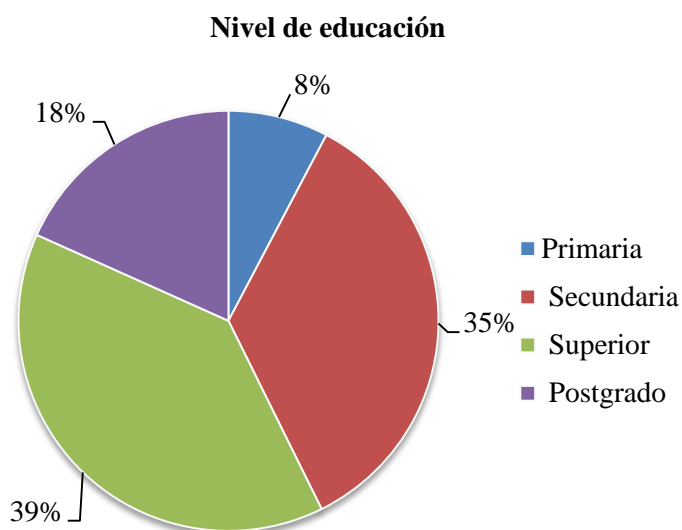


Ilustración 28 Nivel de Educación

Fuente: Investigación Primaria.

e) Ocupación

Tabla 77 Ocupación

Ocupación	n° Encuestas	Porcentaje
Empleado(a) público	55	22%
Empleado(a) privado	59	24%
Estudiante	88	36%
Jubilado	15	6%
Trabajadores manuales	15	6%
Otros	24	6%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El mayor porcentaje de los encuestados son estudiantes con el 36% y empleados públicos y privados con el 22% y 24% respectivamente.

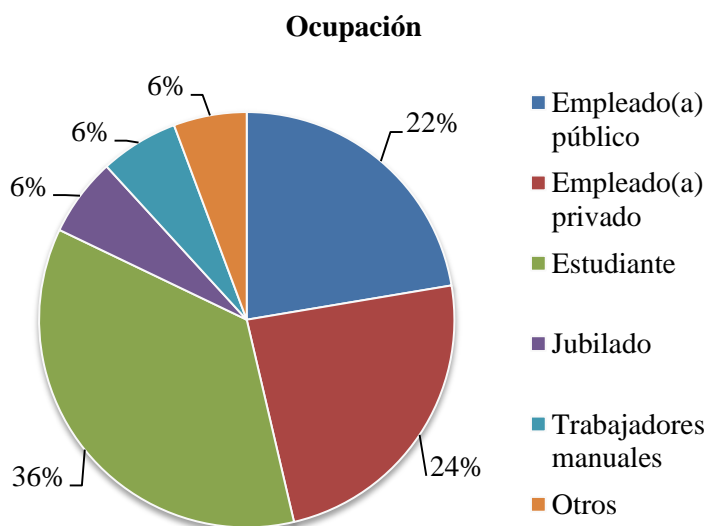


Ilustración 29 Ocupación

Fuente: Investigación Primaria.

f) Motivación del viaje

Tabla 78 Motivación del viaje

Motivación del Viaje	n° Encuestas	Porcentaje
Vacaciones, recreo u ocio	73	30%
Compras	49	20%
Estudios/educación	44	14%
Visita a familiares	56	23%
Trabajo/Negocios	32	9%
Religión/Peregrinación	9	4%
Otras	3	1%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El mayor porcentaje de los encuestados viajan por vacaciones, recreo u ocio con un 30%, visitas a familiares con el 23%, compras con un 20% y estudios y educación con un 14%.

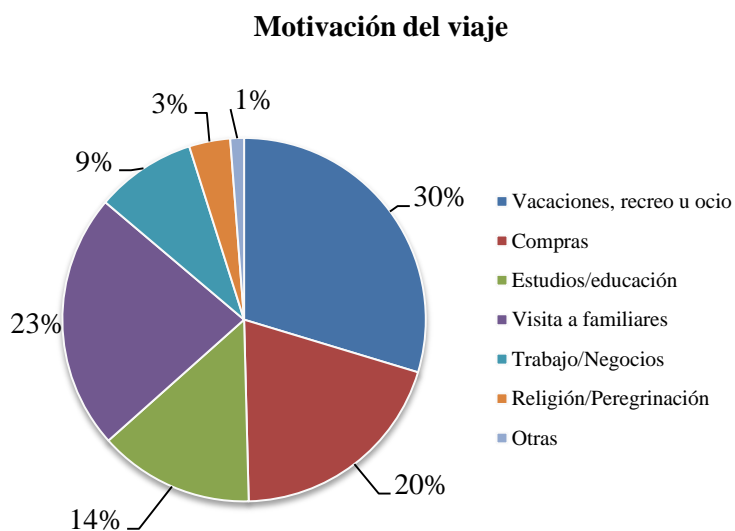


Ilustración 30 Motivación del viaje

Fuente: Investigación Primaria.

g) Como prefiere viajar

Tabla 79 Como prefiere Viajar

Como prefiere Viajar	n° Encuestas	Porcentajes
Por cuenta propia	111	45%
Mediante una Tour Operadora	89	32%
De las dos formas	66	23%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El mayor porcentaje de viajeros lo hacen por cuenta propia con un 45%, y mediante una tour operadora con el 32%.

Como viaja

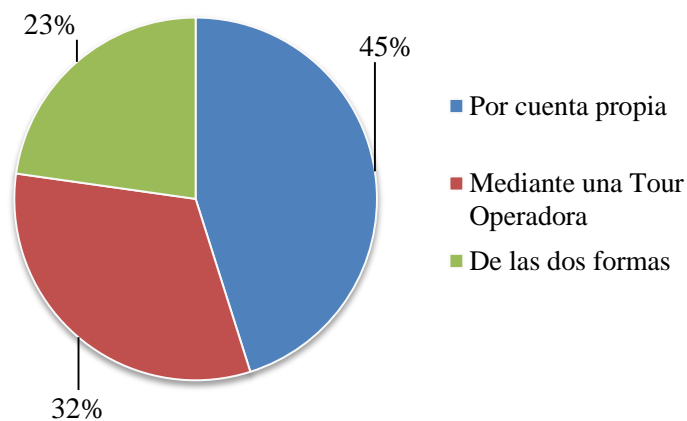


Ilustración 31 Como viaja

Fuente: Investigación Primaria.

h) Frecuencia de Viaje

Tabla 80 Frecuencia de Viaje

Frecuencia del viaje	n° Encuestas	Porcentajes
1 vez al mes	17	7%
1 vez a los 2 meses	24	10%
1 vez cada 3 meses	26	11%
1 vez cada 6 meses	57	23%
1 vez al año	111	45%
Otro	11	4%
Total	246	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La población que fue muestreada muestran que un 45% viaja una vez al año y con un 23% cada seis meses.

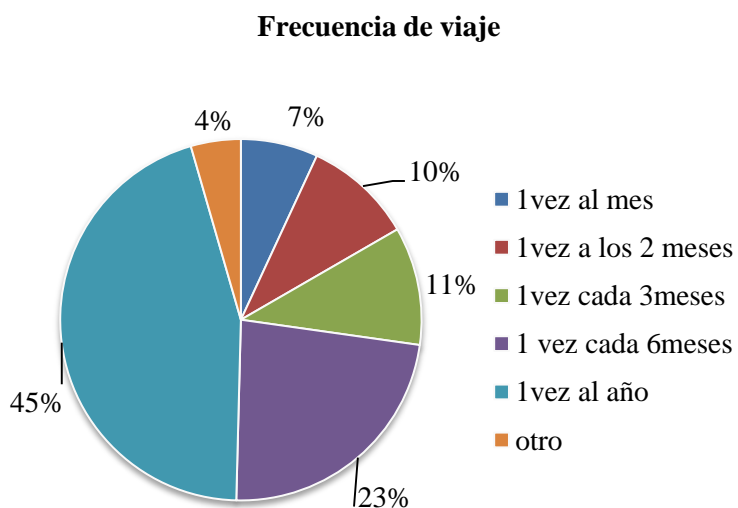


Ilustración 32 Frecuencia de Viaje

Fuente: Investigación Primaria.

i) Con quien viaja

Tabla 81 Con quien viaja

Con quien viaja	n° Encuestados	Porcentaje
Pareja	57	23%
Amigos 4 a 6 personas	115	43%
Familia 7 a 9 personas	62	21%
Solo	32	13%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

De acuerdo a la investigación el mayor porcentaje de la población viaja con amigos de 4 a 6 personas con un 43%, en pareja un 23% y en familia de 7 a 9 personas con el 21%.

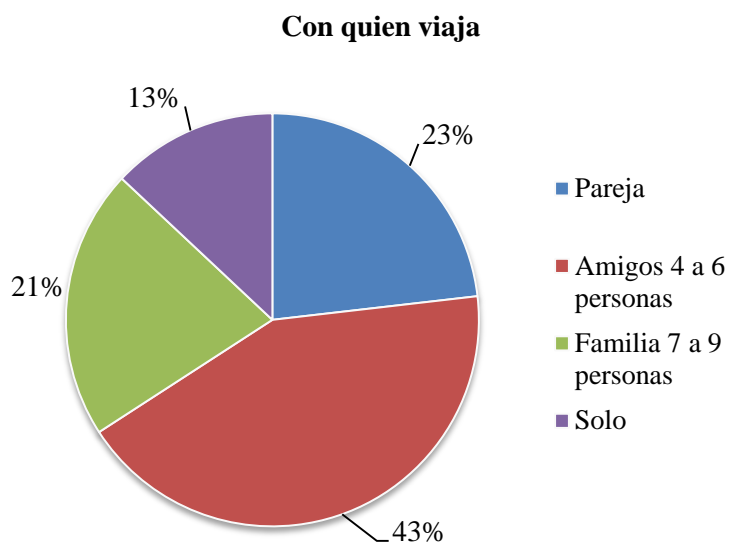


Ilustración 33 Con quien viaja

Fuente: Investigación Primaria.

j) Tipo de Turismo

Tabla 82 Tipo de Turismo

Tipo de Turismo	n° Encuestas	Porcentajes
Ecoturismo	109	40%
Deportes de Aventura	111	45%
Turismo Cultural	46	15%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El 45% de la población buscan actividades ligadas al turismo de aventura, y 40% actividades de Ecoturismo y turismo de naturaleza.

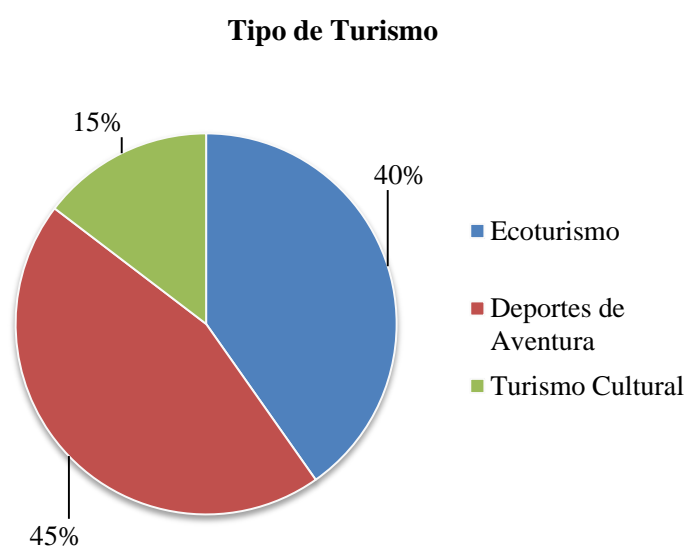


Ilustración 34 Tipo de Turismo

Fuente: Investigación Primaria.

k) Cuantos días normalmente viaja

Tabla 83 Días de viaje

Cuantos días viaja	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia acumulada relativa	Promedio	Media
1 a 2 días	149	149	0,56	1,50	0,84022556
3 a 4 días	75	224	0,28	2,50	0,70488722
5 a 6 días	29	253	0,11	3,50	0,38157895
Más	13	0,04887218	0,05	4,50	0,21992481
Total	266	626,048872	1		2,14661654

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El promedio de viajes de la población muestreada es de 2 días.

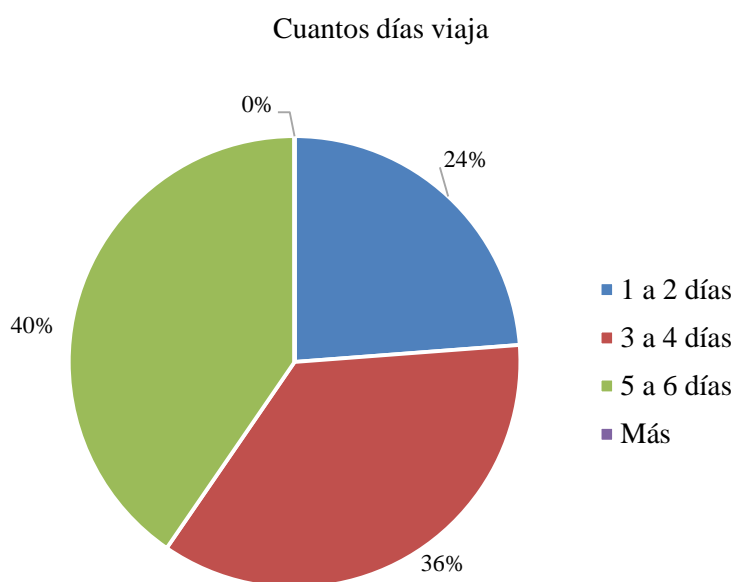


Ilustración 35 Días de Viaje

Fuente: Investigación Primaria.

1) Qué actividad le gustaría realizar

Tabla 84 Actividades preferenciales

Actividades preferenciales	n° Encuestas	Porcentajes
Observación de Aves	16	5%
Biking/Ciclismo	28	8%
Visita Comunidades	24	7%
Degustación/comida típica	24	7%
Visita a cascadas	44	13%
Camping	24	7%
City tour	16	5%
Parapente	24	7%
Senderismo en bosque protegido	24	7%
Descenso de cascadas/Canyonig	36	11%
Rafting	36	11%
Cabalgatas	16	5%
Tubing/Regatas río	24	7%
Total	336	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Las actividades preferenciales de nuestro universo de estudio son: con el 13% visita a cascadas, con el 11% rafting y canyoning, con el 8% ciclismo y con el 7% visita a comunidades, camping, senderismo y parapente.

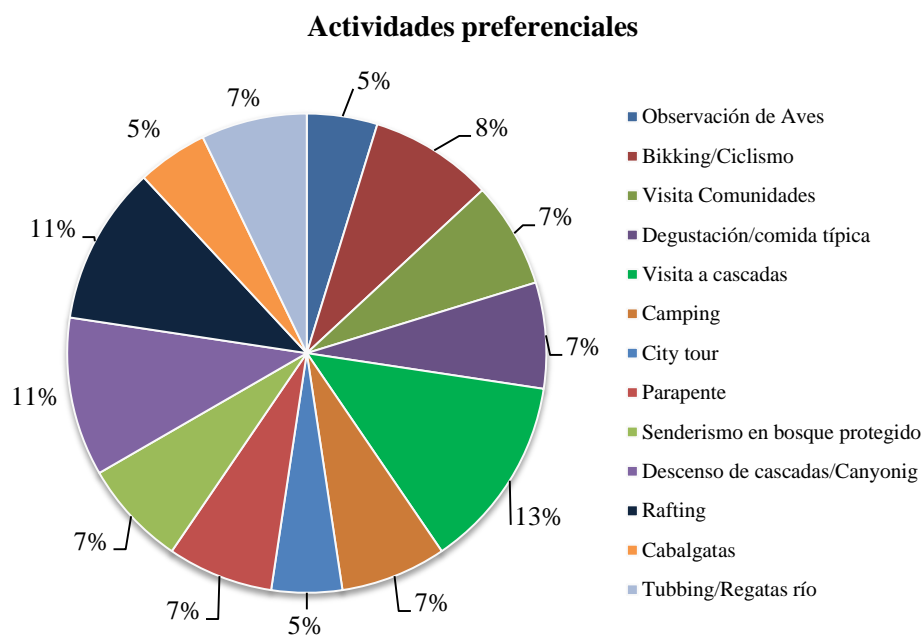


Ilustración 36 Actividades preferenciales

Fuente: Investigación Primaria.

m) Qué tipo de hospedaje le gustaría

Tabla 85 Tipo de Hospedaje

Tipo de hospedaje	n° Encuestas	Porcentajes
Hotel	65	22%
Hostería	74	30%
Campamento	89	36%
Cabañas	38	12%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro del tipo de hospedaje que desearían los turistas esta con 36% de primera categoría, con 30% de clase turista y con 22% hospedaje económico.

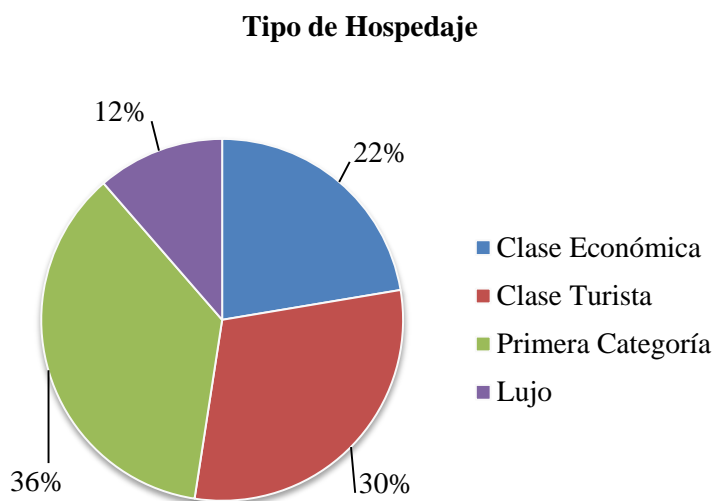


Ilustración 37 Tipo de Hospedaje

Fuente: Investigación Primaria.

n) Qué tipo de comida prefiere

Tabla 86 Tipo de Comida

Tipo de comida	n° Encuestas	Porcentajes
Comida Local	135	55%
Comida Nacional	100	37%
Internacional	31	8%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La comida que les gustaría degustar es: 55% prefiere la comida local y 37% la comida nacional.

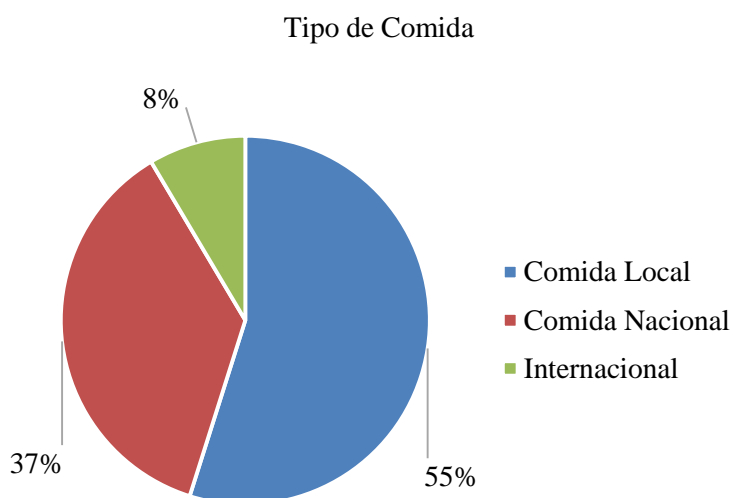


Ilustración 38 Tipo de Comida

Fuente: Investigación Primaria.

o) Que servicios usaría

Tabla 87 Servicios

Servicios	n° Encuestas	Porcentajes
Alimentación	66	27%
Hospedaje	41	17%
Guianza	28	11%
Transporte	35	14%
Todos	76	31%
Total	246	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los servicios que requieren los turistas son: todos con un 31%, 27% requieren alimentación, 17% hospedaje, 14% transporte y 11% Guianza.

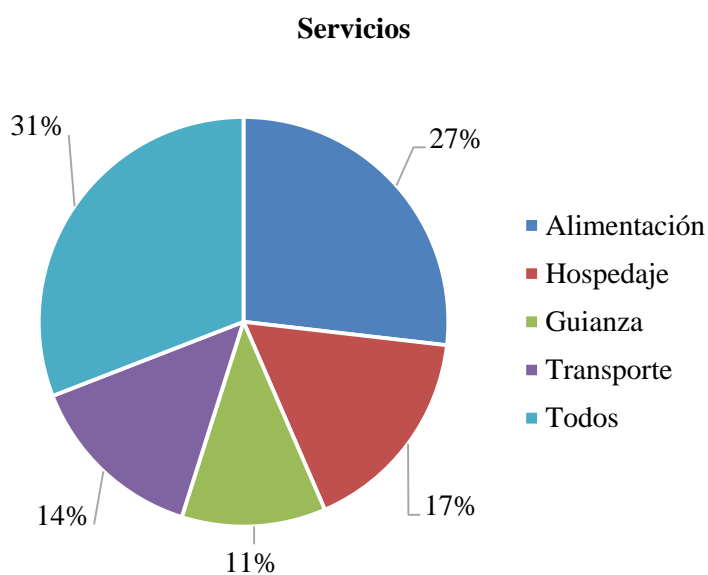


Ilustración 39 Servicios

Fuente: Investigación Primaria.

p) **Cuanto normalmente gasta por día y por persona en su viaje**

Tabla 88 Capacidad de Gasto

Capacidad de gasto	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia acumulada relativa	Promedio	Media
50–100	134	134	0,50	75,00	\$ 37,78
100–200	92	226	0,35	150,00	\$ 51,88
200–300	26	252	0,10	250,00	\$ 24,44
300–400	14	266	0,05	350,00	\$ 18,42
Total	266	878	1,00	825,00	\$ 132,52

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La capacidad de gasto media de los encuestados es de 132,52 dólares.

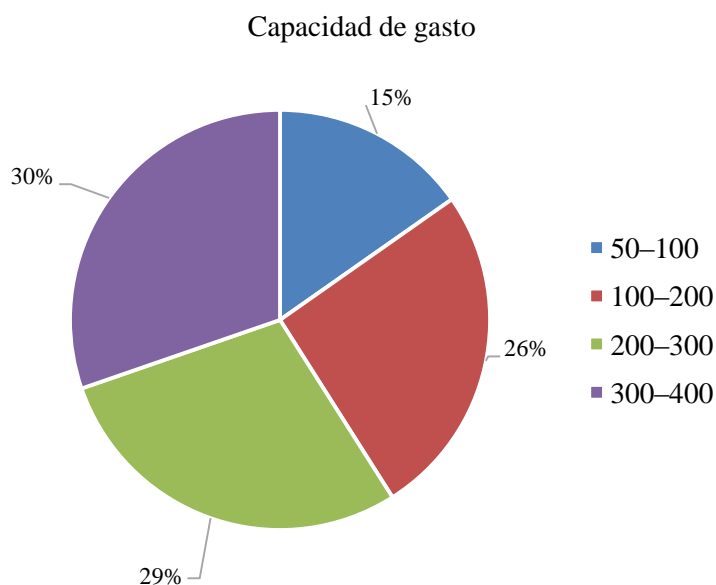


Ilustración 40 Capacidad de Gasto

Fuente: Investigación Primaria.

q) Le gustaría visitar Bucay y disfrutar de las actividades y servicios que eligió

Tabla 89 Aceptación del Destino

Aceptación del Destino	n° Encuestas	Porcentajes
Si	209	81%
No	47	19%
Total	246	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La aceptación del destino es de 81%; el mismo que está dentro del área de influencia del proyecto.

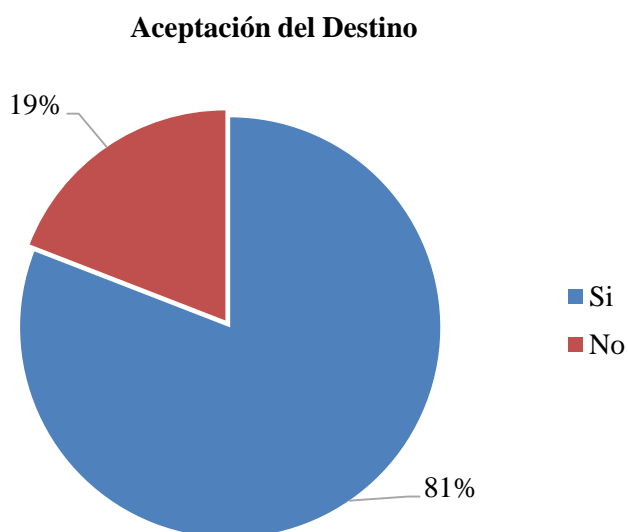


Ilustración 41 Aceptación del Destino

Fuente: Investigación Primaria.

r) **Que medios de comunicación usa para informarse de sus viajes**

Tabla 90 Medios de Información

Medios que se informan	n° Encuestas	Porcentaje
Internet	94	30%
Periódico	39	16%
Radio	44	18%
Televisión	53	22%
Revistas	31	13%
Otros	5	2%
Total	246	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los encuestados nos dicen que se informan el 31% por internet, el 22% por TV, el 18% por radio, y el 16% por periódico.

Medios por los que se informa

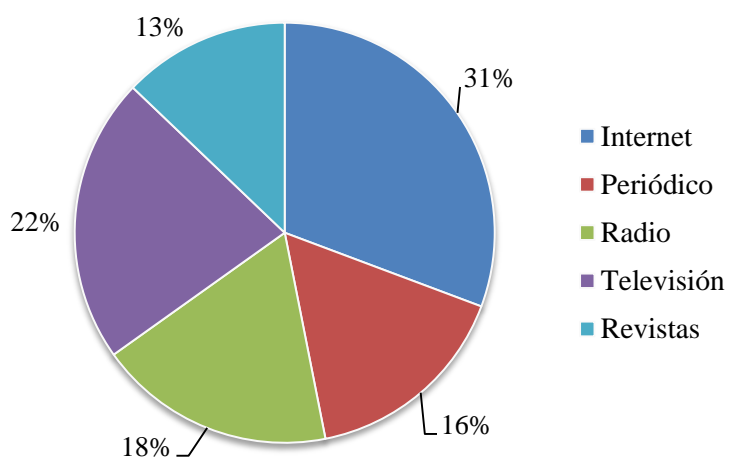


Ilustración 42 Medios de Información

Fuente: Investigación Primaria.

s) **Le gustaría que existiera una empresa en el cantón Bucay que le brinde información y todos los servicios que Ud. eligió anteriormente**

Tabla 91 Aceptación de la Empresa

Aceptación de la Empresa	n° Encuestas	Porcentajes
Si	181	70%
No	85	30%
Total	266	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de la aceptación de la empresa el 70% nos dice que está de acuerdo en que se implemente el proyecto.

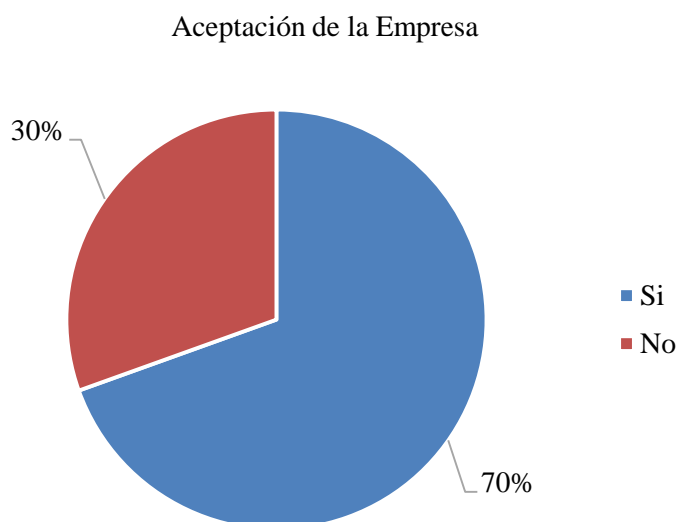


Ilustración 43 Aceptación de la Empresa

Fuente: Investigación Primaria.

5) Perfil del turista Universo 1

Son en la mayoría hombres, con una edad promedio de 30 años, solteros, con un nivel de educación de secundaria y superior, la mayoría son estudiantes, empleados públicos y privados, viajan por vacaciones, recreo u ocio y por visitas a familiares, la mayoría viajan por su cuenta propia y en menor porcentaje viaja mediante una tour operadora, viajan una vez al año y máximo dos, viajan en pareja y entre amigos de 4 a 6 personas, les gustaría practicar deportes de aventura y ecoturismo, viajan en un promedio de 2 días, les gustaría visitar cascadas, hacer canyoning y rafting, les gustaría hospedarse en hoteles de primera clase, desean comer comida local, usarían todos los servicios, su capacidad de gasto media es de 132,52 dólares, les interesa conocer Bucay, Cumandá y sus alrededores, se informan principalmente por internet y les parece conveniente contar con una empresa que les brinde los servicios de manera profesional.

6) Sistematización de la Información Universo 2

a) Género

Tabla 92 Género

Género	n° Encuestas	Porcentaje
Masculino	112	42%
Femenino	153	58%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Según las encuestas realizadas en 58% de la población son del género femenino y el 42% son de género.

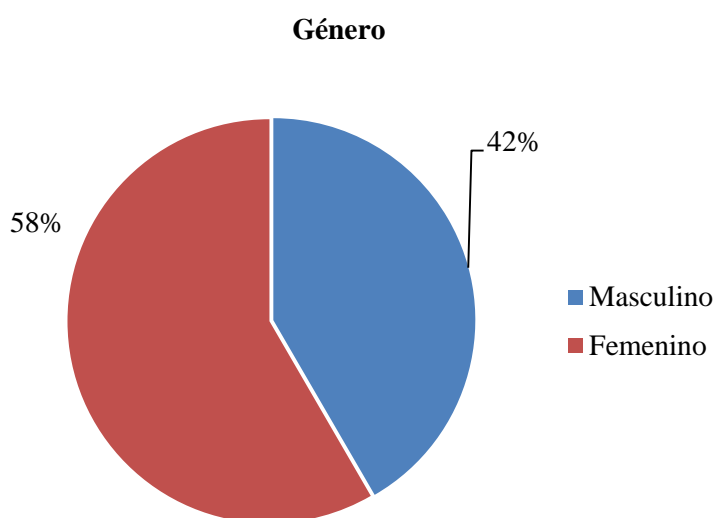


Ilustración 44 Género

Fuente: Investigación Primaria.

b) Edad

Tabla 93 Edad

Edad	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia acumulada relativa	Promedio	Media
14-25 años	101	111	0,38	19,50	7,43207547
25-36 años	91	202	0,34	30,50	10,4735849
36-47 años	51	253	0,19	41,50	7,98679245
47-58 años	22	275	0,08	52,50	4,35849057
Total	265	841	1		30

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

De acuerdo a la información obtenida, observamos que los turistas potenciales son jóvenes y adultos de entre las edades de 14 a 46 años.

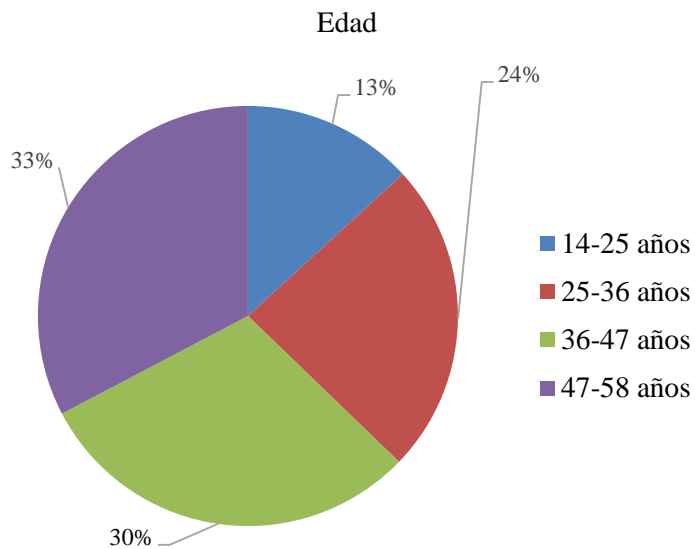


Ilustración 45 Edad

Fuente: Investigación Primaria.

c) Estado civil

Tabla 94 Estado civil

Estado civil	n° Encuestas	Porcentaje
Soltero	111	42%
Casado	55	21%
Unión libre	45	17%
Divorciado	49	18%
Viudo	5	2%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El mayor porcentaje de los potenciales turistas que visitarían al cantón son solteros con el 42% y casados con el 21%.

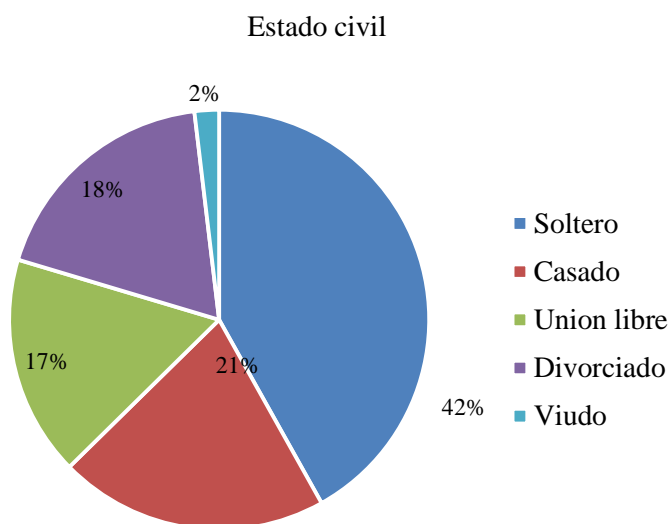


Ilustración 46 Estado civil

Fuente: Investigación Primaria.

d) Nivel de educación

Tabla 95 Nivel de educación

Nivel de Educación	n° Encuestas	Porcentaje
Primaria	32	9%
Secundaria	87	36%
Superior	79	32%
Postgrado	67	23%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Según las encuestas realizadas el 36% poseen formación secundaria, el 32% tienen formación superior, el 23% de los encuestados tienen formación de postgrado y el 9% tienen formación primaria.

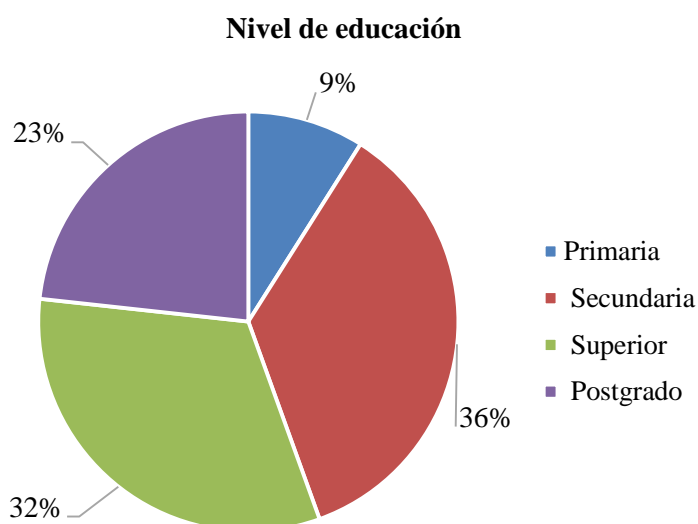


Ilustración 47 Nivel de educación

Fuente: Investigación Primaria.

e) Ocupación

Tabla 96 Ocupación

Ocupación	n° Encuestas	Porcentaje
Empleado(a) público	79	32%
Empleado(a) privado	81	33%
Estudiante	49	20%
Jubilado	19	4%
Trabajadores manuales	24	6%
Otros	13	5%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El mayor porcentaje de los encuestados son empleados privados con el 32%, empleado públicos con el 32% y estudiantes con el 20%.

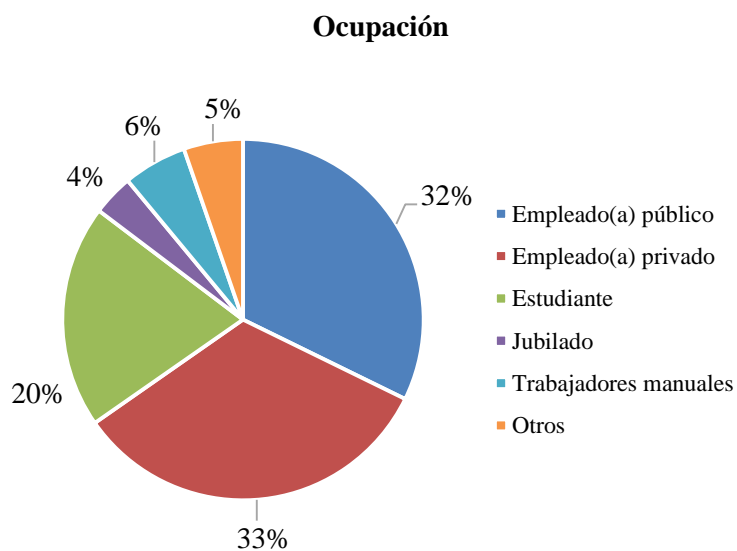


Ilustración 48 Ocupación

Fuente: Investigación Primaria.

f) Motivación de viaje

Tabla 97 Motivación de viaje

Motivación del Viaje	n° Encuestas	Porcentaje
Vacaciones, recreo u ocio	94	34%
Compras	40	14%
Estudios/educación	17	5%
Visita a familiares	59	24%
Trabajo/Negocios	32	13%
Religión/Peregrinación	13	5%
Otras	10	4%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El mayor porcentaje de los encuestados viajan por vacaciones, recreo u ocio con un 34%, visitas a familiares con el 24%, compras con un 14% y trabajo u negocios con un 13%.

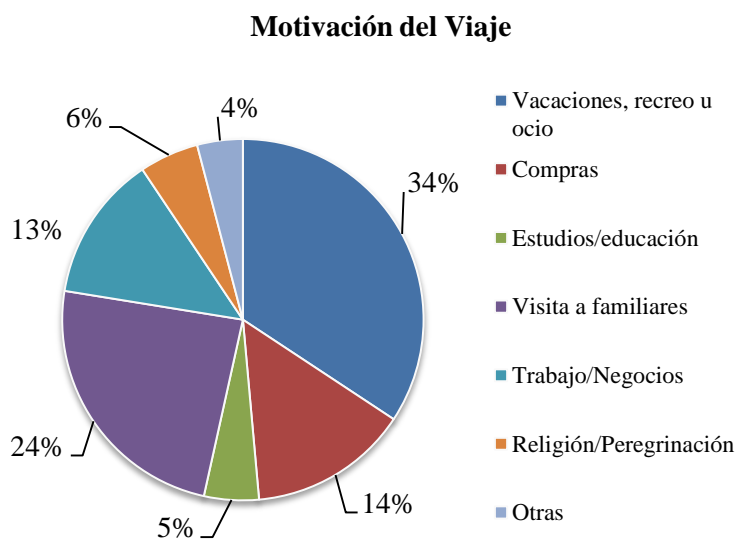


Ilustración 49 Motivación del viaje

Fuente: Investigación Primaria.

g) Como prefiere viajar

Tabla 98 Como prefiere viajar

Como prefiere Viajar	n° Encuestas	Porcentajes
Por cuenta propia	109	40%
Mediante una Tour Operadora	75	27%
De las dos formas	81	33%
Total	265	100%

Realizado por: José G Oñate B

Fuente: Investigacion de campo.

El mayor porcentaje de viajeros lo hacen por cuenta propia con un 40%, y mediante una tour operadora con el 27%.

Como prefiere Viajar

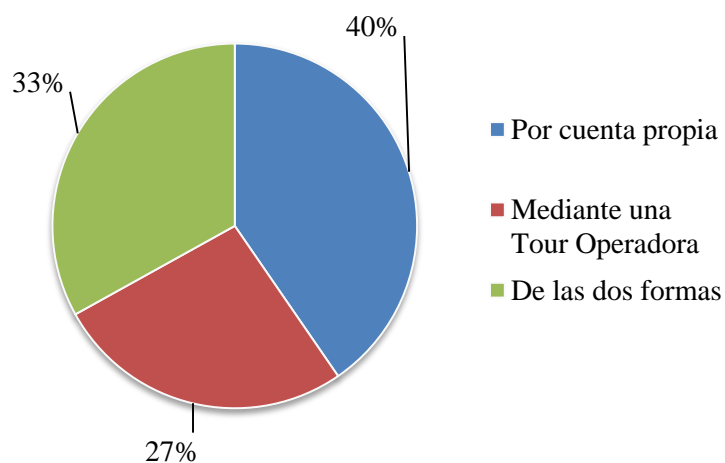


Ilustración 50 Como prefiere viajar

Fuente: Investigación Primaria.

h) Frecuencia de viaje

Tabla 99 Frecuencia de viaje

Frecuencia del viaje	n° Encuestas	Porcentajes
1 vez al mes	28	7%
1 vez a los 2 meses	26	11%
1 vez cada 3 meses	24	10%
1 vez cada 6 meses	57	23%
1 vez al año	99	40%
Otro	31	9%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La población que fue muestreada muestran que un 40% viaja una vez al año y con un 23% cada seis meses.

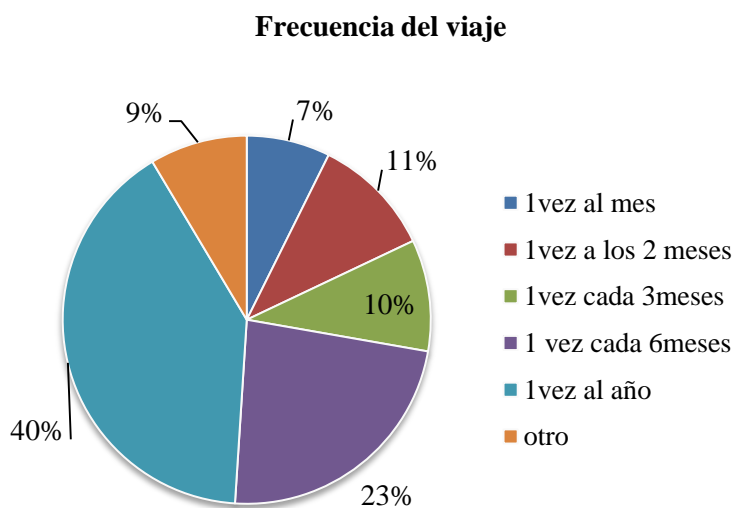


Ilustración 51 Frecuencia del viaje

Fuente: Investigación Primaria.

i) Con quien viaja

Tabla 100 Con quien viaja

Con quien viaja	n° Encuestados	Porcentaje
Pareja	88	36%
Amigos 4 a 6 personas	73	26%
Familia 7 a 9 personas	52	21%
Solo	52	17%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

De acuerdo a la investigación el mayor porcentaje de la población viaja en pareja con el 36%, con amigos de 4 a 6 personas con un 26%, y en familia de 7 a 9 personas con el 21%.

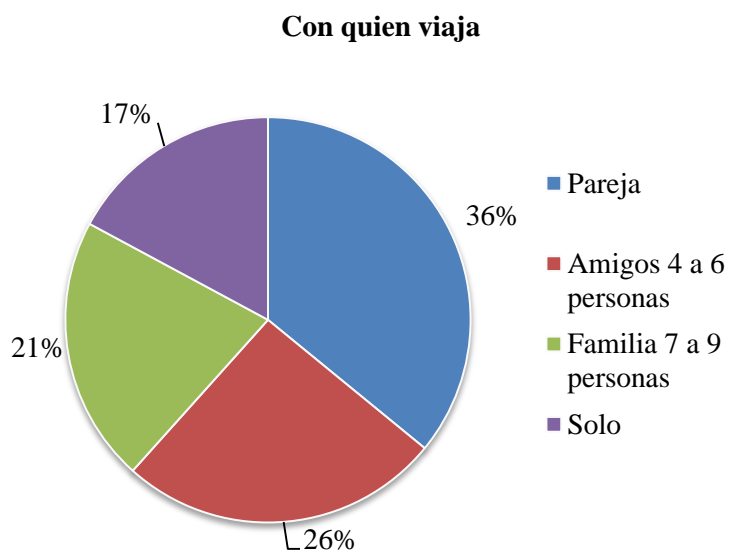


Ilustración 52 Con quien viaja

Fuente: Investigación Primaria.

j) Qué tipo de turismo le gustaría realizar

Tabla 101 Tipo de Turismo

Tipo de Turismo	n° Encuestas	Porcentajes
Ecoturismo	111	41%
Deportes de Aventura	109	40%
Turismo Cultural	45	18%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El 41% de la población buscan actividades ligadas al Ecoturismo, y 40% actividades de turismo de aventura y turismo de naturaleza.

Tipo de Turismo

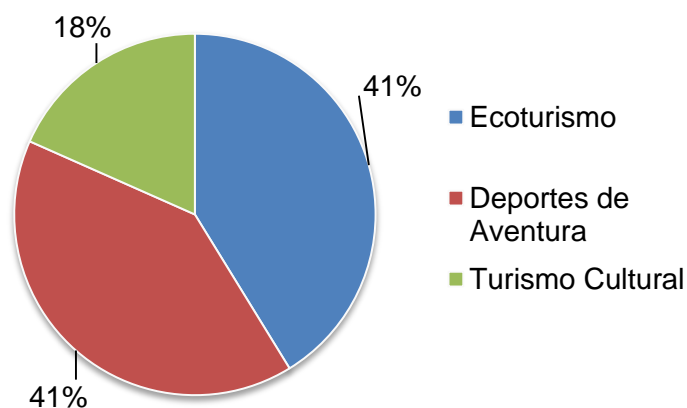


Ilustración 53 Tipo de turismo

Fuente: Investigación Primaria.

k) Cuantos días normalmente viaja

Tabla 102 Cuantos días viaja

Cuantos días viaja	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia acumulada relativa	Promedio	Media
1 a 2 días	135	135	0,51	1,5	0,76415094
3 a 4 días	78	213	0,29	2,5	0,73584906
5 a 6 días	43	256	0,16	3,5	0,56792453
Más	9	265	0,03	4,5	0,15283019
Total	265		1,00		2,22075472

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El 40% de la población viaja de 1 a 2 días, el 36% viaja de 3 a 4 días.

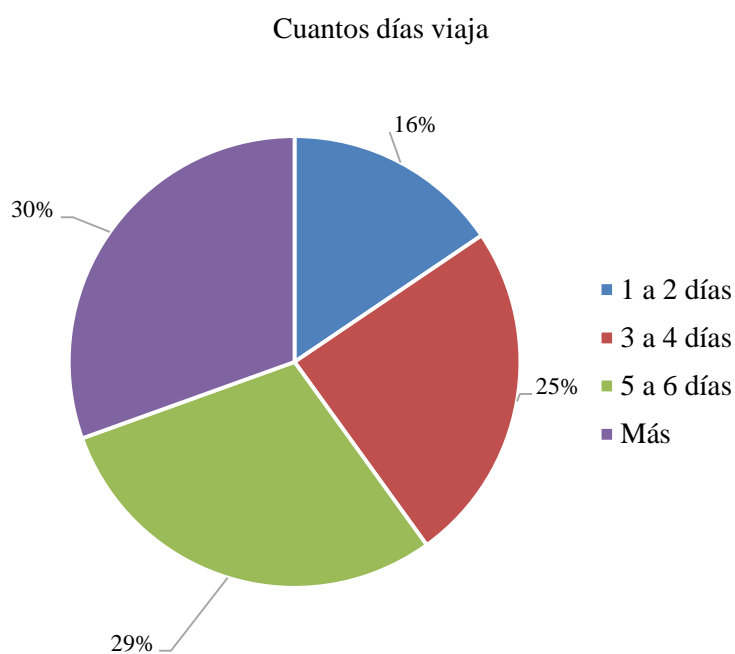


Ilustración 54 Días de viaje

Fuente: Investigación Primaria.

I) Qué actividad le gustaría realizar

Tabla 103 Actividades preferenciales

Actividades preferenciales	n° Encuestas	Porcentajes
Observación de Aves	6	2%
Biking/Ciclismo	23	7%
Visita Comunidades	25	7%
Degustación/comida típica	31	9%
Visita a cascadas	41	12%
Camping	24	7%
City tour	22	6%
Parapente	15	4%
Senderismo en bosque protegido	35	10%
Descenso de cascadas/Canyonig	44	13%
Rafting	33	10%
Cabalgatas	25	7%
Tubing/Regatas río	21	6%
Total	345	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Las actividades preferenciales de nuestro universo de estudio son: con el 13% canyoning, visita a cascadas 12%, con el 10% rafting, senderismo.

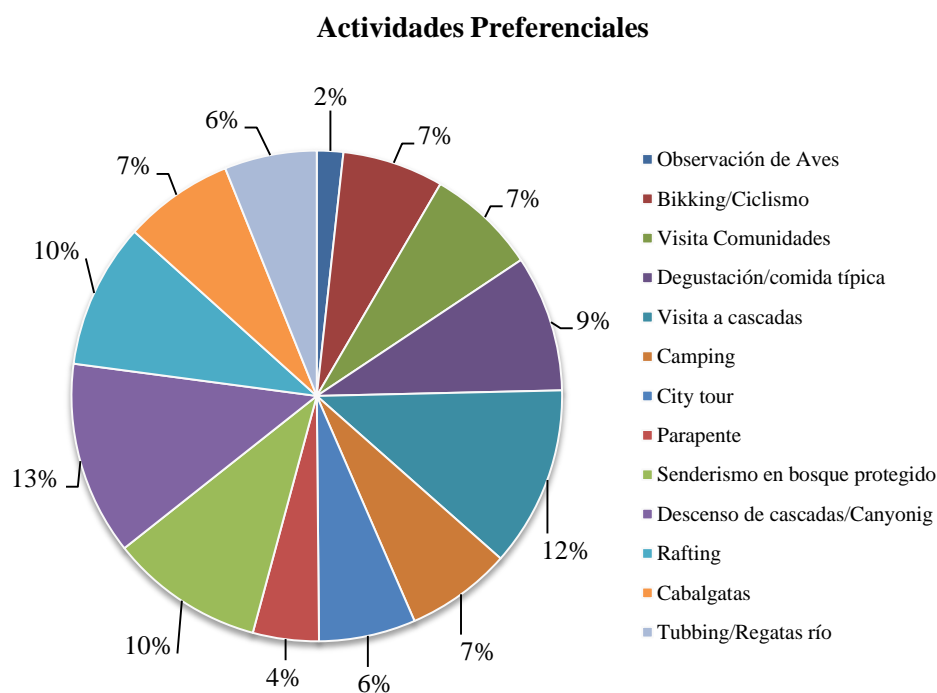


Ilustración 55 Actividades preferenciales

Fuente: Investigación Primaria.

m) Qué tipo de hospedaje le gustaría

Tabla 104 Tipo de hospedaje

Tipo de hospedaje	n° Encuestas	Porcentajes
Hotel	75	27%
Hostería	73	26%
Campamento	89	36%
Cabañas	28	11%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro del tipo de hospedaje que desearían los turistas esta con 36% de primera categoría, con 27% de clase económica y con 26% hospedaje clase turista.

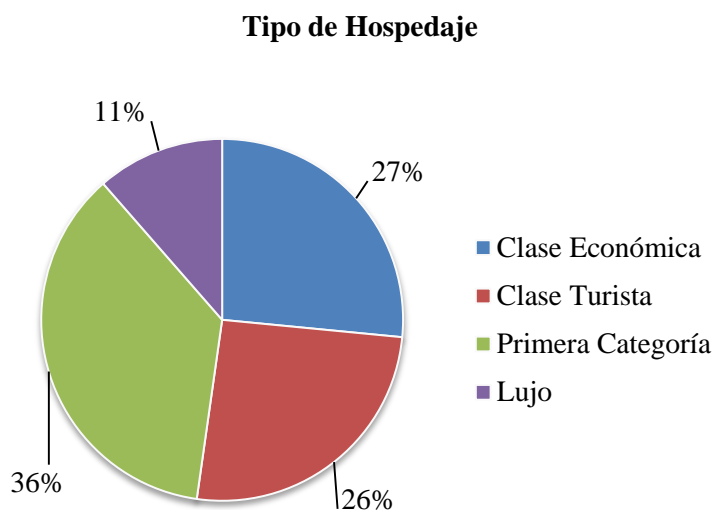


Ilustración 56 Tipo de hospedaje

Fuente: Investigación Primaria.

n) Qué tipo de comida prefiere

Tabla 105 Tipo de comida

Tipo de comida	n° Encuestas	Porcentajes
Comida Local	121	45%
Comida Nacional	97	36%
Internacional	47	19%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La comida que les gustaría degustar es: 45% prefiere la comida local y 36% la comida nacional.

Tipo de Comida

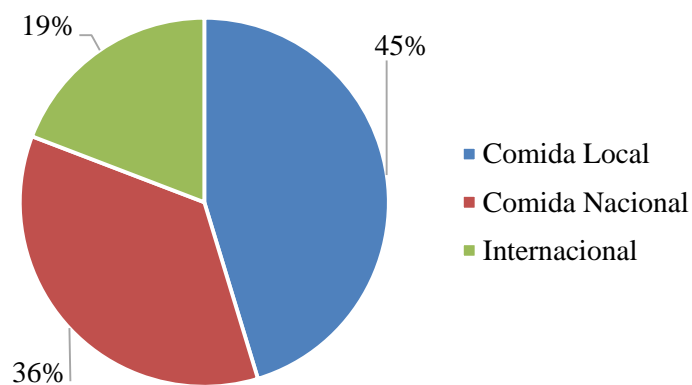


Ilustración 57 Tipo de comida

Fuente: Investigación Primaria.

o) Que servicios usaría

Tabla 106 Servicios

Servicios	n° Encuestas	Porcentajes
Alimentación	65	22%
Hospedaje	51	21%
Guianza	38	16%
Transporte	35	10%
Todos	76	31%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los servicios que requieren los turistas son: todos con un 31%, 22% requieren alimentación, 21% hospedaje, 16% guía y 10% transporte.

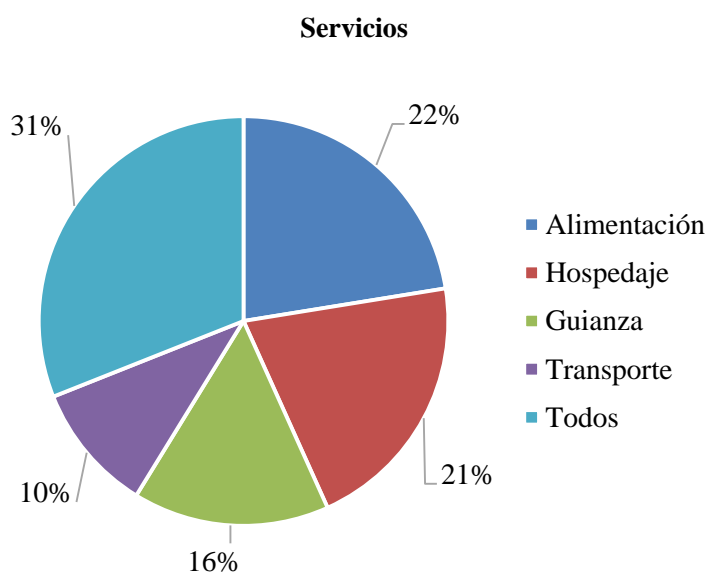


Ilustración 58 Servicios

Fuente: Investigación Primaria.

p) Lugares de visitación

Tabla 107 Lugares de visitación

Lugares de visitación	n° Encuestas	Porcentajes
Costa	72	27%
Sierra	53	20%
Oriente	91	34%
Galápagos	49	18%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El 34% de la población desea visitar el oriente, el 27% les gustaría visitar la costa y el 20% la sierra Ecuatoriana.

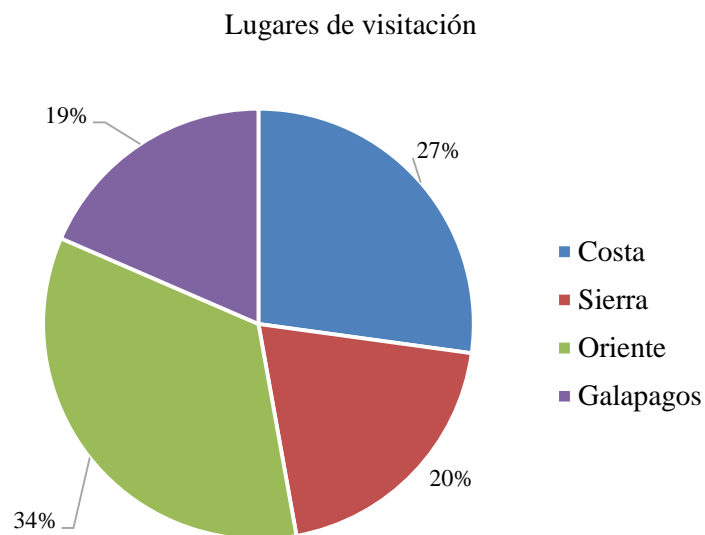


Ilustración 59 Lugares de visitación

Fuente: Investigación Primaria.

q) Cuanto estaría dispuesto a gastar en su viaje

Tabla 108 Capacidad de gasto

Capacidad de gasto	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia acumulada relativa	Promedio	Media
50–100	134	134	0.51	75	\$ 37.92
100–200	85	219	0.32	150	\$ 48.11
200–300	45	264	0.17	250	\$ 42.45
300–400	1	265	0.00	350	\$ 1.32
Total	265		1.00		\$ 129.81

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La capacidad de gasto promedio de la población es de \$ 129.81.

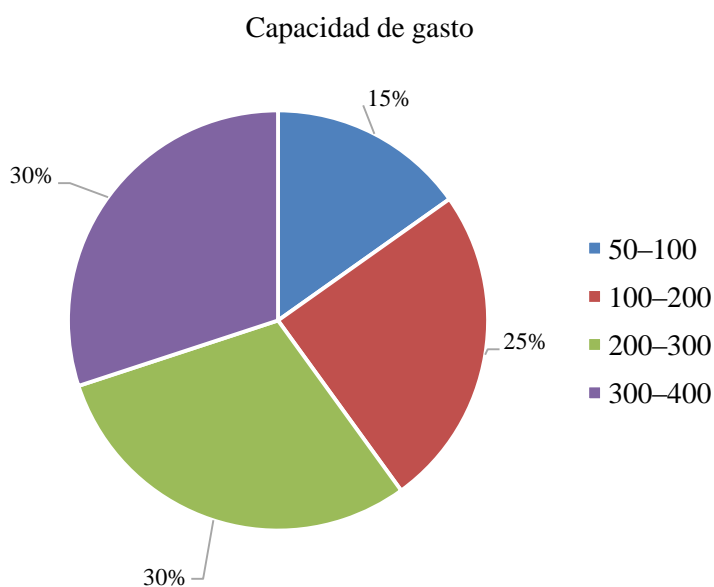


Ilustración 60 Capacidad de gasto

Fuente: Investigación Primaria.

r) Que medios usa para informarse de sus viajes

Tabla 109 Medios que se informan

Medios que se informan	n° Encuestas	Porcentaje
Internet	122	28%
Periódico	37	15%
Radio	11	18%
Televisión	55	22%
Revistas	35	14%
Otros	5	2%
Total	245	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los encuestados nos dicen que se informan el 28% por internet, el 22% por TV, el 18% por radio, y el 15% por periódico.

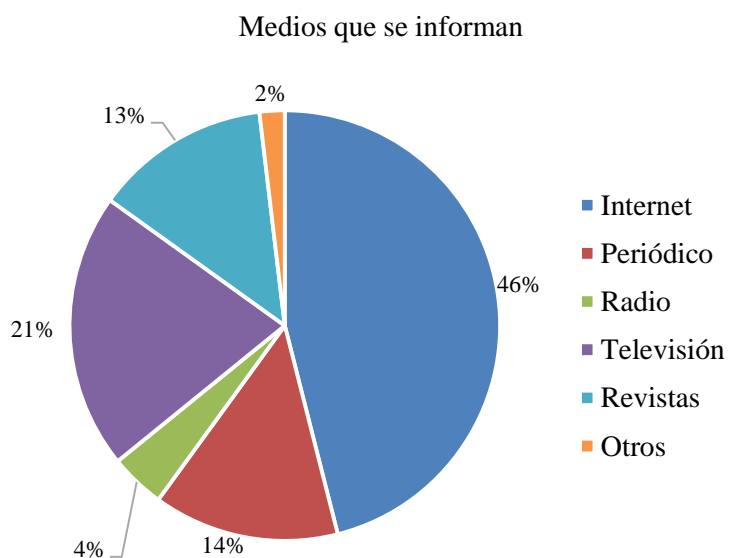


Ilustración 61 Medios de información

Fuente: Investigación Primaria.

s) **Le gustaría que existiera una empresa en el cantón Bucay que le brinde todos los servicios que Ud. eligió anteriormente**

Tabla 110 Aceptación de la empresa

Aceptación de la Empresa	n° Encuestas	Porcentajes
Si	165	63%
No	100	37%
Total	265	100%

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Dentro de la aceptación de la empresa el 63% nos dice que está de acuerdo en que se implemente el proyecto.

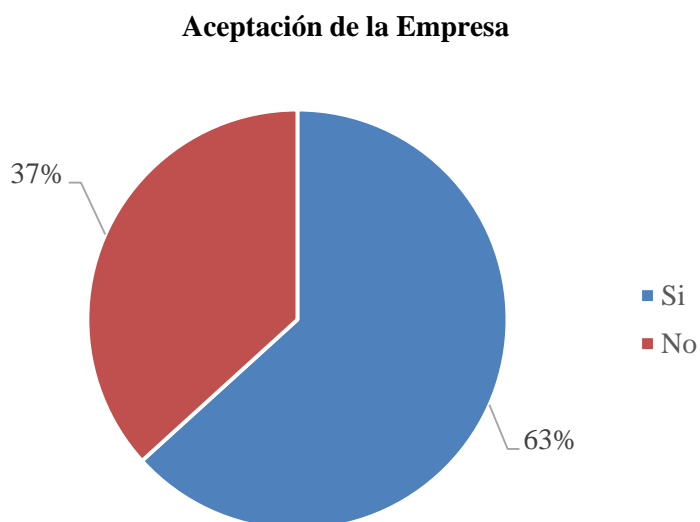


Ilustración 62 Aceptación del proyecto

Fuente: Investigación Primaria.

7) Perfil del turista Universo 1

Son en la mayoría mujeres, con una edad promedio de 30 años, solteros, con un nivel de educación de secundaria y superior, son empleados públicos y privados, viajan por vacaciones, recreo u ocio y por visitas a familiares, la mayoría viajan por su cuenta propia y en menor porcentaje viaja mediante una tour operadora, viajan una vez al año y máximo dos, viajan en pareja y entre amigos de 4 a 6 personas, les gustaría practicar deportes de aventura y ecoturismo, viajan en un promedio de 2 días, les gustaría visitar cascadas, hacer canyoning, les gustaría realizar campamentos, desean comer comida local, usarían todos los servicios, su capacidad de gasto media es de 129,81 dólares, se informan principalmente por internet y les parece conveniente contar con una empresa que les brinde los servicios de manera profesional.

d. Demanda actual

Según la Jefatura de Turismo del GAD General Antonio Elizalde el cantón recibió en el 2014: 26669 turistas que llegan a través del Tren y sus recorridos (de la Dulzura, Tren de la Excelencia, Tren Crucero).

Tabla 111 Demanda Actual

Año	2014
Demanda	26669

Fuente: Jefatura de Turismo GAD Antonio Elizalde Bucay.

Realizado por: José G Oñate B.

e. Demanda futura

La demanda futura se calculó en base a la fórmula de incremento simple es:

$$C_n = C_o (1+i)$$

El índice de crecimiento de la demanda se calculó con el promedio de tasa de crecimiento de turismo de los últimos 5 años, representado por un 2% de crecimiento anual.

Tabla 112 Demanda Futura

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Demanda	27202	27746	28301	28867	29445	30034	30634

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

2. Competencia

Para el análisis y sistematización de la competencia se realizó una entrevista a los administradores de las Operadoras u Hosterías y se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 113 Competencia directa

Nombre Operadora/Hosterías	Clientes/Año
Jacana Tours	1500
Bucay Tours	600
Bucay Adventures	600
Hostería Ecoaventura Suncamal	1800
Casa de Piedra	1800
Competencia Actual:	6300

Fuente: Investigación Secundaria.

Realizado por: José G Oñate B.

3. Demanda objetiva

Para el cálculo de la demanda objetiva se realizó la proyección de la demanda actual y se obtuvo una demanda futura, la misma fue calculada con una tasa de crecimiento del 2%, después realizamos un cálculo de nuestra demanda objetiva la misma que será del 8% de la demanda futura.

Tabla 114 Demanda Objetiva

Año	Demanda futura	Demanda objetivo 8%
2015	27202	2176
2016	27746	2220
2017	28301	2264
2018	28867	2309
2019	29445	2356
2020	30034	2403

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

D. ESTUDIO TÉCNICO (ÁREA PRODUCTIVA)

1. Planificación estratégica de la empresa turística

a. Formulación filosófica empresarial de la Operada Turística

1) Historia

ExtremOZ nace con la idea de un emprendedor Bucayense, enamorado de su tierra, con ideales de aprovechar los recursos de una manera sostenible y sustentable, apasionado de los deportes de aventura y de alma libre; junto a esto la visión de una emprendedora profesional de administración de empresas que le da el enfoque de Empresa turística a la idea de Vivir-Soñar y Viajar.

Con un objetivo claro de desarrollo sostenible basado en el uso de los recursos, propendiendo a un desarrollo humano

2) Visión

“Ser una Operadora reconocida a nivel nacional e internacional, que brinde servicios de desarrollo, asesoría, operación, comercialización y venta de paquetes y/o productos turísticos, sostenibles; promoviendo el desarrollo de nuestro equipo de trabajando, utilizando los recursos tecnológicos, humano y equipos adecuados para que nuestros clientes disfruten de una experiencia de vacaciones inolvidable”.

3) Misión

“Para el año 2020, ser líderes en brindar servicios integrales de viajes, conservando una imagen profesional fuerte, con un trato personalizado a todos y cada uno de nuestros clientes; siendo una compañía responsable, ética, profesional, segura y económica; convirtiéndonos en una empresa integral en el mercado Nacional e Internacional”.

4) Objetivos

- a) Rentabilidad económica
- b) Desarrollo Sostenible
- c) Fortalecimiento del equipo de trabajo
- d) Desarrollo del Destino

5) Políticas

a) Empresa

- i. La atención será siempre de calidad y por orden de llegada.
- ii. No existirá exclusión por ninguna clase.
- iii. La empresa proveerá a los turistas de información turística.
- iv. Venta de excursiones y de viajes combinados; y/o deportes de aventura por productos.
- v. Las quejas o sugerencias de los turistas serán tomadas y usadas para mejorar el servicio hacia los mismos.

b) Personal

- i. La atención al cliente será de martes a domingo en horarios de 8:30 hasta las 19:30 ininterrumpidamente.
- ii. Los empleados vestirán un uniforme que caracterice a la empresa, el mismo que será de una camiseta para cada actividad que se desarrollara y/o chaleco en el caso de necesitarlo.
- iii. Todo el personal debe mantener su imagen impecable, deben estar con la barba cortada si la poseen, con el pelo recogido si lo tienen largo y siempre perfumados.
- iv. No se despedirá al personal de existir cierto inconveniente o problema por lo contrario se buscará una solución y no un culpable.
- v. Toda actividad se realizará con responsabilidad, profesionalismo y entereza.
- vi. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- vii. Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- viii. Mantener una sesión trimensual documentando el trabajo de cada unidad, a fin de coordinar y evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones.
- ix. Preservar el entorno ambiental, cultural y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.
- x. Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- xi. Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas y/o estupefacientes dentro del establecimiento y el horario de trabajo.
- xii. El equipo - material averiado o extraviado será responsabilidad del personal encargado.

6) Valores y principios

a) Trabajo

- i. Amabilidad
- ii. Puntualidad
- iii. Respeto al cliente y la empresa
- iv. Compromiso con la empresa
- v. Innovación

b) De Persona

- i. Profesionalismo
- ii. Honradez
- iii. Honestidad
- iv. Actitud Proactiva
- v. Lealtad
- vi. Responsabilidad

b. Reglamento de le empresa

Son requisitos básicos:

- 1) Un local donde se contraten los servicios y se mantenga un mínimo de facilidades que permitan la realización y tratamiento de las reservas y contratación de servicios mediante comunicaciones telefónicas, correo postal y/o electrónico.
- 2) Un organigrama básico de funcionamiento y división de responsabilidades cuando el personal sea mayor o igual a tres personas.
- 3) Una póliza de responsabilidad civil cuando se ofrezcan modalidades turísticas de aventura, la que deberá incluir a clientes, guía(s) y terceras personas e informar explícitamente las restricciones que imponen la póliza sobre la cobertura, tales como límites de edad, enfermedades pre existentes, equipos u otros.
- 4) Plan de operaciones de cada modalidad turística de aventura que oferte.
- 5) Manual de operaciones de cada modalidad turística de aventura que oferte.

c. Reglamento interno y externo de la empresa “ExtremOZ”**1) Para personal de la empresa**

- a) Es obligatorio el uso del uniforme para todo el personal de la empresa durante todos los días laborables.
- b) La atención al cliente será de miércoles a domingo en horarios ininterrumpidos desde las 8 am hasta las 8pm.
- c) Cada integrante de la empresa tendrá un turno asignado de trabajo para los días laborales por lo que es necesario que revisen la cartelera de distribución y turnos. Los cambios de turno serán admitidos siempre y cuando sean justificados.
- d) Es responsabilidad del personal que ocupe un equipo el mantenimiento y estado del mismo.
- e) El personal de la empresa deberá asistir a los programas de capacitación planificados por la empresa y proponer estrategias de cambio y mejora para la empresa
- f) El trato tanto entre compañeros de trabajo como hacia los clientes debe ser de manera respetuosa, amable y cordial.
- g) Se realizará una evaluación interna cada 6 meses, con el fin de proponer medidas de mitigación ante problemas surgidos durante la evaluación, una vez identificada la problemática interna se procederá a aplicar medidas de mitigación.
- h) Todo permiso que se solicite, deberá ser previamente justificado y se le cargará a las vacaciones que el personal tiene por ley.
- i) Los empleados vestirán un uniforme que caracterice a la empresa, el mismo que les será entregado al ingresar al puesto de trabajo.
- j) No se despedirá al personal de existir cierto inconveniente o problema por lo contrario se buscará una solución y no un culpable.
- k) Toda actividad se realizará con excelencia.
- l) Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- m) Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter polifuncional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- n) Mantener una sesión mensual documentando el trabajo de cada unidad, a fin de coordinar y evaluar planes y programas, definir prioridades y plantear soluciones.
- o) Preservar el entorno ambiental, cultural y la seguridad de la comunidad en todo trabajo.
- p) Mantener en la empresa un sistema de información sobre los trabajos realizados en cumplimiento de sus funciones, proyectos y planes operativos.
- q) Todo el personal al momento de ingresar tendrá su instrucción de ingreso y adaptación al puesto de trabajo, donde se le indicara sus deberes y responsabilidades ante la empresa y los clientes.

2) Para clientes

- a) Se deberá pagar el 40% mínimo para reservar su paquete.
- b) No hay devoluciones, en el caso de que es turista y/o grupo no se presente; si es por casos de fuerza mayor se reprogramara, caso contrario se devolverá el abono menos el 10% de gastos administrativos.
- c) Los clientes deberán mantener un comportamiento amable, respetuoso y cordial.
- d) Los clientes deben cuidar las instalaciones y bienes de la empresa.
- e) En caso de hurto de algún bien se procederá a llamar a la policía.
- f) En caso de que cierto cliente pague con un billete falso el mismo será perforado.

d. Análisis de Productos turísticos

Tabla 115 Productos turísticos

Líneas de producto	Variedad de producto	Nombre	Actividades
Comunitario	Turismo Comunitario	Comunidad Shuar	Convivencia comunitaria, cultura local (tradiciones, costumbres, música)
Deportes de Aventura	Agua Tierra Aire	Río Chimbo Cañón Piedra Blanca La Esperanza	Canyoning Rafting Tubing
Ecoturismo	Deportes terrestres	La Esperanza	Senderismo

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

1) Rafting

Modalidad turística de aventura que consiste en navegar ríos de aguas blancas en una balsa inflable tipo "raft", sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos.

Número máximo de turistas por balsa.- El número máximo de turistas o excursionistas por balsa o raft, depende de la dificultad técnica, el compromiso de la modalidad, las especificaciones del fabricante del bote y no debe ser mayor a lo establecido a continuación:

Tabla 116 Número de personas máximo por balsa raft

Número de personas máximo por balsa	
Dimensión	Número de personas
12.5 pies	5 más el Guía
13 pies	6 más el Guía
14 pies	7 más el Guía
16 pies	9 más el Guía

Fuente: (Ministerio de Turismo, El Reglamento de Operación Turística de Aventura, 2014)

Realizado por: José G Oñate B

Para cada descenso debe haber dos embarcaciones:

- Dos rafts o
- Un raft y un kayak de seguridad

A partir de un río grado de dificultad III, para cada descenso se debe contar con una embarcación de seguridad complementaria para cada tres balsas.

Edad mínima.- No debe ser menor a ocho años indiferentemente del grado de dificultad del río.

Equipamiento y accesorios.- Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad de rafting son los siguientes:

a) Equipo para el turista

- i. chaleco salvavidas adecuado para la modalidad
- ii. Casco para rafting
- iii. Remos cortos
- iv. Ropa térmica (chaquetas, pantalones o trajes de neopreno) en caso de que la temperatura del agua o ambiente lo justifiquen.
- v. Calzado adecuado

b) Equipo del guía

- i. chaleco de rescate para rafting con sujeción para cuchillo y silbato
- ii. Casco para rafting
- iii. Remo
- iv. Un flipline con mosquetón de seguridad
- v. Navaja de río o cuchillo
- vi. Pito o silbato
- vii. Dos mosquetones
- viii. Bolsa seca
- ix. Equipo de comunicación

c) Equipo colectivo

- i. Un remo de reserva

- ii. Bolsa de rescate con quince metros de cuerda y flotador (mínimo): una por cada bote (hasta grado III) y dos por cada bote (grado IV – V)
- iii. Botiquín de primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas e hipotermia.
- iv. Inflador o bomba (uno por grupo de rafts)
- v. Remos largos (solo si se utiliza la modalidad oars regularmente): dos por cada raft mas uno de repuesto.

d) Equipo complementario

Por cada viaje, en una de las embarcaciones debe constar:

- i. Dos mosquetones con seguro
- ii. Dos mosquetones sin seguro
- iii. Dos poleas de por lo menos 1000 kg de resistencia
- iv. Cuerda
- v. Dos cordinos (7mm)
- vi. Cintas tubulares de dos a cinco metros cada una
- vii. Equipo de comunicación
- viii. Un vehículo de apoyo cuando las condiciones geográficas lo permitan

Grados de dificultad de la modalidad turística de rafting.- Para la modalidad de Rafting, ésta sólo se realizará en los ríos de Clase I a Clase VI de la escala internacional de los ríos de acuerdo a la organización American White Water. (Ministerio de Turismo, 2014)

2) Tubing

Definición.- Modalidad turística de aventura que consiste en navegar en la corriente de un río en una embarcación compuesta de piezas de toroidal de caucho. Las piezas en sí se las conoce como “tubos” y pueden estar equipadas con cubiertas para tubos, que pueden ser de tela y cubrir la parte inferior del tubo y los lados. También tienen una falda que cubre el diámetro interior del tubo dejando un espacio para que el turista pueda sentarse. La navegación puede hacerse de forma individual (cada persona con su tubo) o grupal (varias personas sobre tubos unidos unos a otros con algún mecanismo garantizado de sujeción), dirigida por guías en embarcaciones paralelas o sobre la misma embarcación grupal.

Número de turistas.- El número máximo de turistas en tubing no debe ser mayor al número de boyas utilizadas.

Edad mínima.- La edad mínima para la modalidad de tubing será de seis años.

Nivel máximo aceptado para el desarrollo de la modalidad.- El tubing se deberá realizar hasta ríos clase III siendo los otros demasiado peligrosos para esta modalidad.

Número de boyas.- El tubing en su versión optima debe realizarse con 7 boyas unidas, sin embargo se puede agrupar menos boyas dependiendo del nivel del río donde se realice y al menos debe haber un guía por cada grupo de boyas.

En ríos de clase I, el número de boyas puede disminuir hasta llegar a una boya por persona, los turistas en sus propias boyas (que no estén unidas) deberán seguir al guía.

Para ríos de clase II y III, no se permiten boyas individuales.

Equipamiento y accesorios.- Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad de tubing son los siguientes:

a) Equipo para el turista

- i. chaleco salvavidas acorde a la modalidad
- ii. Casco de kayak o rafting

b) 2. Equipo del guía

- i. chaleco salvavidas acorde a la modalidad
- ii. Casco de kayak o rafting
- iii. Cuchillo o navaja
- iv. 1 silbato
- v. h. Botiquín de primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas e hipotermia.
- vi. Sistema de comunicación.

c) Equipo colectivo

a. Tubos en buen estado de conservación que posean las siguientes características:

- ✓ Inflables
- ✓ Hechos de un material impermeable suave como un caucho elástico sintético para prevenir las fugas de aire.
- ✓ Forma de rosquilla

- ✓ No tener válvulas de inflado de metal que puedan lastimar a los turistas o excursionistas, en el caso de tener estas válvulas deberán estar cubiertas por un material que evite lastimaduras a los turistas.
- ✓ Manijas para que los turistas o excursionistas puedan tomarse de los tubos.
- ✓ Cuerdas para atar los tubos, se utilizarán cuerdas que se utilizan para rafting o kayak (delgadas, largas y flexibles) que brinden seguridad a los aventureros turistas.

Las embarcaciones serán armadas por la agencia de viajes operadora o dual una vez que se han cumplido con las especificaciones antes citadas, y el guía procederá a una verificación visual del equipamiento previo a cada descenso por parte del guía.

Grados de dificultad de la modalidad turística de tubing.- Para la modalidad de Tubing, ésta sólo se realizará en los ríos de Clase I a Clase III de la escala internacional de los ríos de acuerdo a la organización American White Water. (Ministerio de Turismo, 2014)

3) Senderismo

Definición.- Modalidad turística de aventura cuyo fin es recorrer o visitar un terreno de condiciones geográficas y meteorológicas diversas que puede requerir el uso de equipo especializado de montaña, con o sin pernoctación.

Número de turistas por guía.- De 1 a 10 turistas, se requieren como mínimo 1 guía.

Edad mínima.- No existe edad mínima para realizar la modalidad de senderismo.

Equipamiento y accesorios.- Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad senderismo son los siguientes:

- a) Equipo para el turista
 - i. Calzado y vestimenta adecuados según la zona (por ej.: botas de caucho para la selva y páramo).
 - ii. Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.
 - iii. Bastón (opcional).
- b) Equipo del guía

- i. Calzado y vestimenta adecuados según la zona (por ej.: botas de caucho para la selva y páramo).
- ii. Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.
- iii. Botiquín de primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas e hipotermia.
- iv. Sistema de comunicación.
- v. Equipo de orientación en aéreas remotas.
- vi. Navaja multiuso o cuchillo.
- vii. Bolsas secas para guardar el equipo y ropa, que proporcione protección contra las inclemencias del clima y que esté fabricado con materiales resistentes reforzados anti desgarró y abrasión.
- viii. 2 Bastones.

c) Equipo complementario

- i. Hidratación y alimentación de acuerdo a las características del programa.
- ii. 2 bastones extras.

Nota: Cuando el programa de senderismo así lo requiera se debe llevar material de cocina, linternas, bolsas de dormir y carpas, suficiente hidratación y comida, equipamiento básico necesario. (Ministerio de Turismo, 2014)

4) Canyoning

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.

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.

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.

Sin embargo dependiendo del grado de dificultad vertical, acuático y de compromiso, las agencias de viajes operadoras o duales podrán aumentar la edad mínima de sus programas de canyoning más no disminuirla, lo que debe estar claramente especificado para cada programa que ofrezcan hasta que el Ministerio de Turismo realice la mencionada categorización.

Equipamiento y accesorios.- Los requisitos mínimos de equipamiento a cumplir para la modalidad de canyoning son los siguientes:

a) Equipo para el turista

- i. 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.
- ii. Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías.
- iii. Casco
- iv. Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña.
- v. Calzado, con base antideslizante.
- vi. Descendedor de seguridad con su respectivo mosquetón de seguro.
- vii. Línea de vida con su respectivo mosquetón de seguro.
- viii. 2 Mosquetones HMS de seguro.
- ix. Linterna frontal resistente al agua, con baterías de repuesto para los turistas o excursionistas, según se requiera.
- x. Silbato.
- xi. Gafas de piscina o buceo en caso que exista la necesidad de sumergirse
- xii. Punto de encorde adicional entre el arnés y el mosquetón, útil para rescates en caso de emergencia.

b) Equipo del guía

- i. 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.

- ii. Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías.
- iii. Casco
- iv. Calzado con base antideslizante.
- v. Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña,
- vi. 2 mosquetones con seguro.
- vii. 2 cordinos de 6 o 7 mm y 2 m de longitud.
- viii. 6 mosquetones sin seguro.
- ix. 3 Auto Bloqueantes
- x. Navaja o cuchillo sin punta.
- xi. Descendedor.
- xii. Línea de seguridad personal tipo tubular o cinta Daisy-Chain con su respectivo mosquetón.
- xiii. Linterna frontal resistente al agua, con baterías de repuesto, según se requiera.
- xiv. Silbato.
- xv. Sistema de comunicación.
- xvi. Botiquín de primeros auxilios equipado de acuerdo a la zona en la que se realiza la operación enfocado en traumas.
- xvii. Poleas para cuerdas.
- xviii. Mochila especial con desagüe
- xix. Clavijas
- xx. Burilador para brocas SDS de taladradoras
- xxi. Maillones
- xxii. Protección artificial para rutas tradicionales: Friends.
- xxiii. Punto de encorde adicional entre el arnés y el mosquetón, útil para rescates en caso de emergencia. y. Aprobación de un examen de natación, nadar mínimo 50mts, recuperar un objeto a 3mts de profundidad y nadar con una persona rescatada 20mts

c) Equipo colectivo

- i. Elementos de fijación pre instalados o anclajes predeterminados en los cañones de la ruta.
- ii. 2 cuerdas estáticas o semiestáticas, especial para canyoning, entre 9.5 a 10,2 mm con longitud acorde con la altura del cañón.
- iii. Cuerda de 40 m, de 10.5 mm.
- iv. Ascendedor.
- v. 2 mochilas especiales con desagüe (opcional).
- vi. Bolsa seca resistente al agua y a choques, usado en especial para cámaras (opcional).

Nota: si un turista no sabe nadar, no podrá ir a un cañón que necesite que el cliente sepa nadar, es el guía quien debe escoger el cañón adecuado al perfil de los turistas y quien debe ser un experto en natación en caso de una emergencia.

Grados de dificultad de la modalidad turística de canyoning.- Los grados de dificultad se basan en la clasificación de la Federación Francesa de Escalada.

E. PLAN MERCADOTÉCNICO (ÁREA COMERCIAL)

1. Localización del proyecto

a. Macrolocalización

ExtremOZ se localizará en el continente de América del Sur, país Ecuador, provincia del Guayas, cantón General Antonio Elizalde Bucay.

b. Microlocalización

La microlocalización será en la Av. Paquisha a 20 metros de los arcos de ingreso al cantón en el barrio la Puntilla.

2. Tamaño del proyecto

a. Tamaño del proyecto para clientes

Tabla 117 Tamaño del proyecto para clientes

Año	Demanda futura	Demanda objetivo 8%
2015	27202	2176
2016	27746	2220
2017	28301	2264
2018	28867	2309
2019	29445	2356
2020	30034	2403

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Para la proyección de la demanda futura se usó los datos de la Jefatura de Turismo del GAD General Antonio Elizalde mismos datos que se detallan en la Tabla 93 Demanda Futura.

La demanda objetiva de mercado para el presente proyecto es del 8%.

3. Diseño Técnico Arquitectónico

La fase del diseño arquitectónico indica la distribución de la oficina con todos sus componentes; elaborado con ayuda del programa AutoCAD 2015 y con previo asesoramientos profesional.

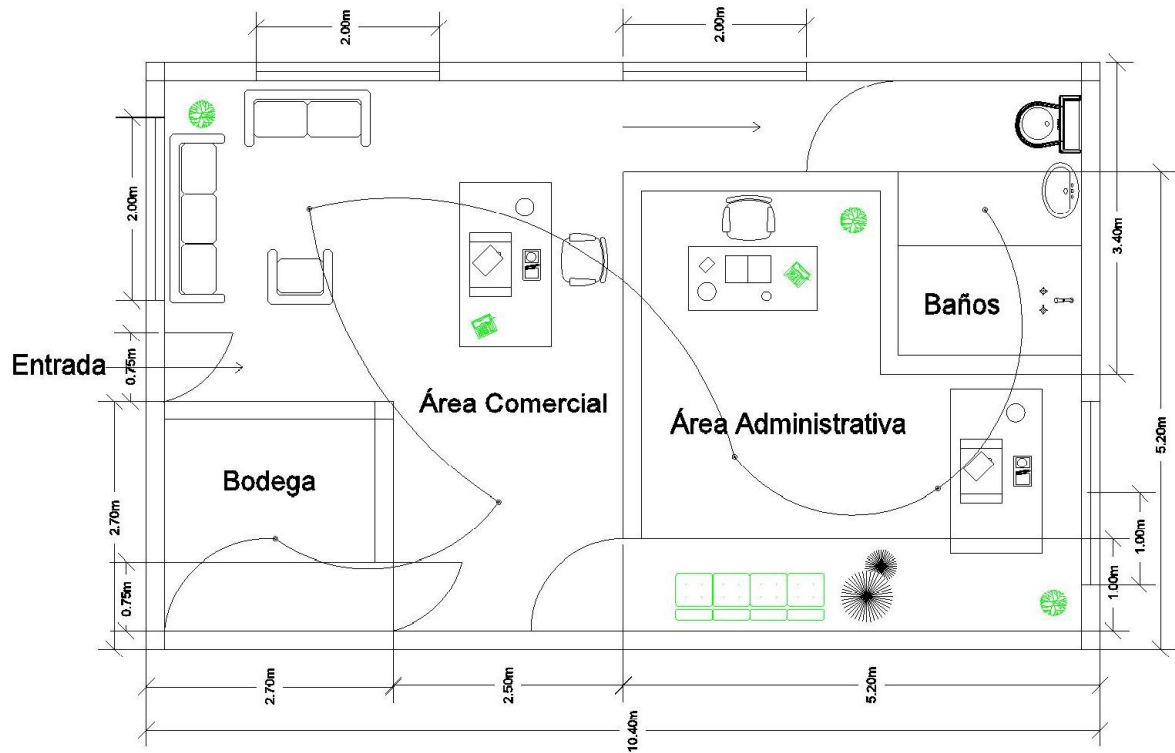


Ilustración 63 Diseño Técnico Arquitectónico

Fuente: Investigación Primaria.

4. Definición del Proceso productivo

a. Flujograma del proceso productivo

1) Flujograma del proceso de compra de los paquetes

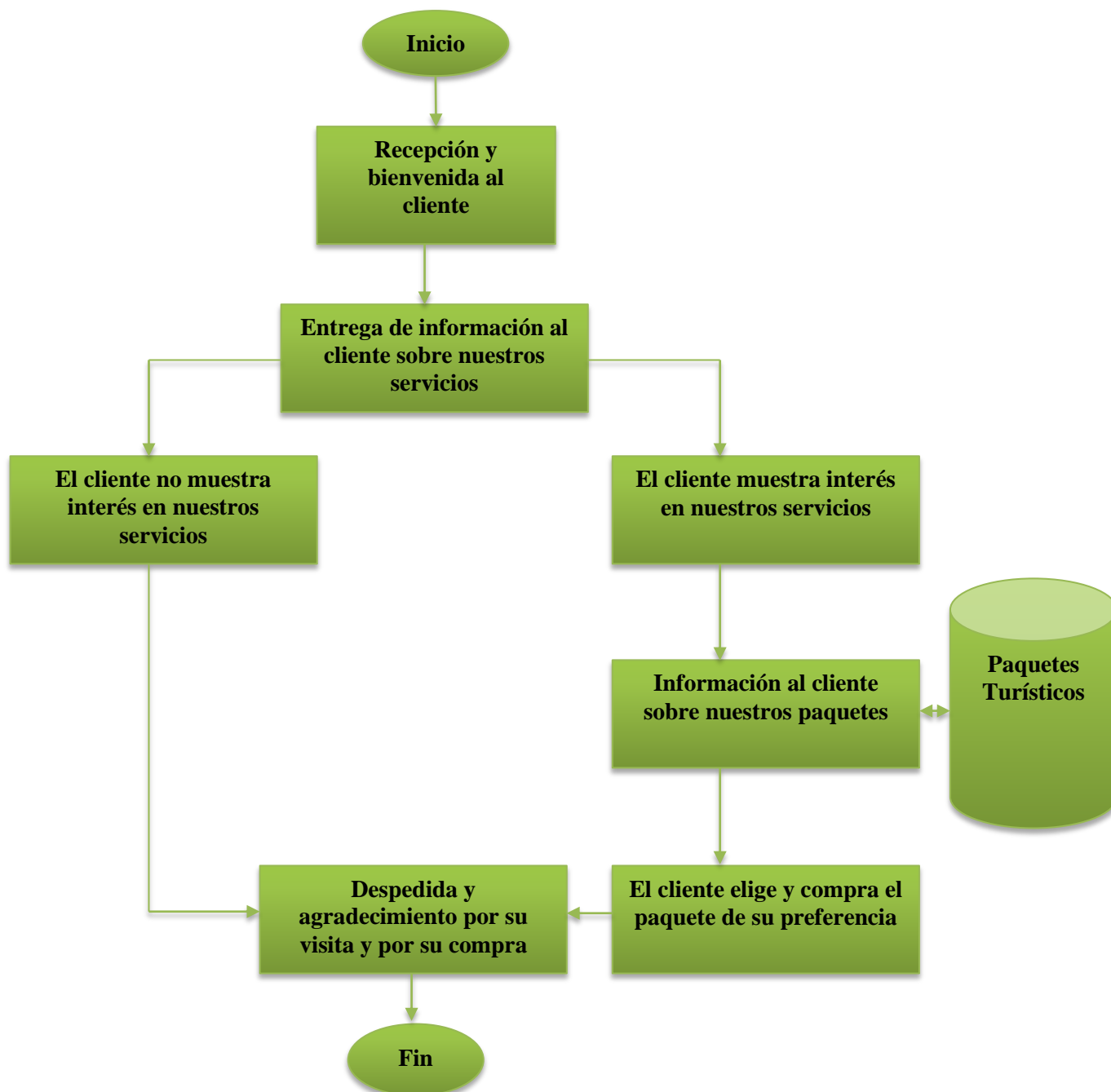


Ilustración 64 Flujograma de procesos

Fuente: Investigación Primaria.
Realizado por: José G Oñate B.

2) Flujograma del proceso prestación del servicio

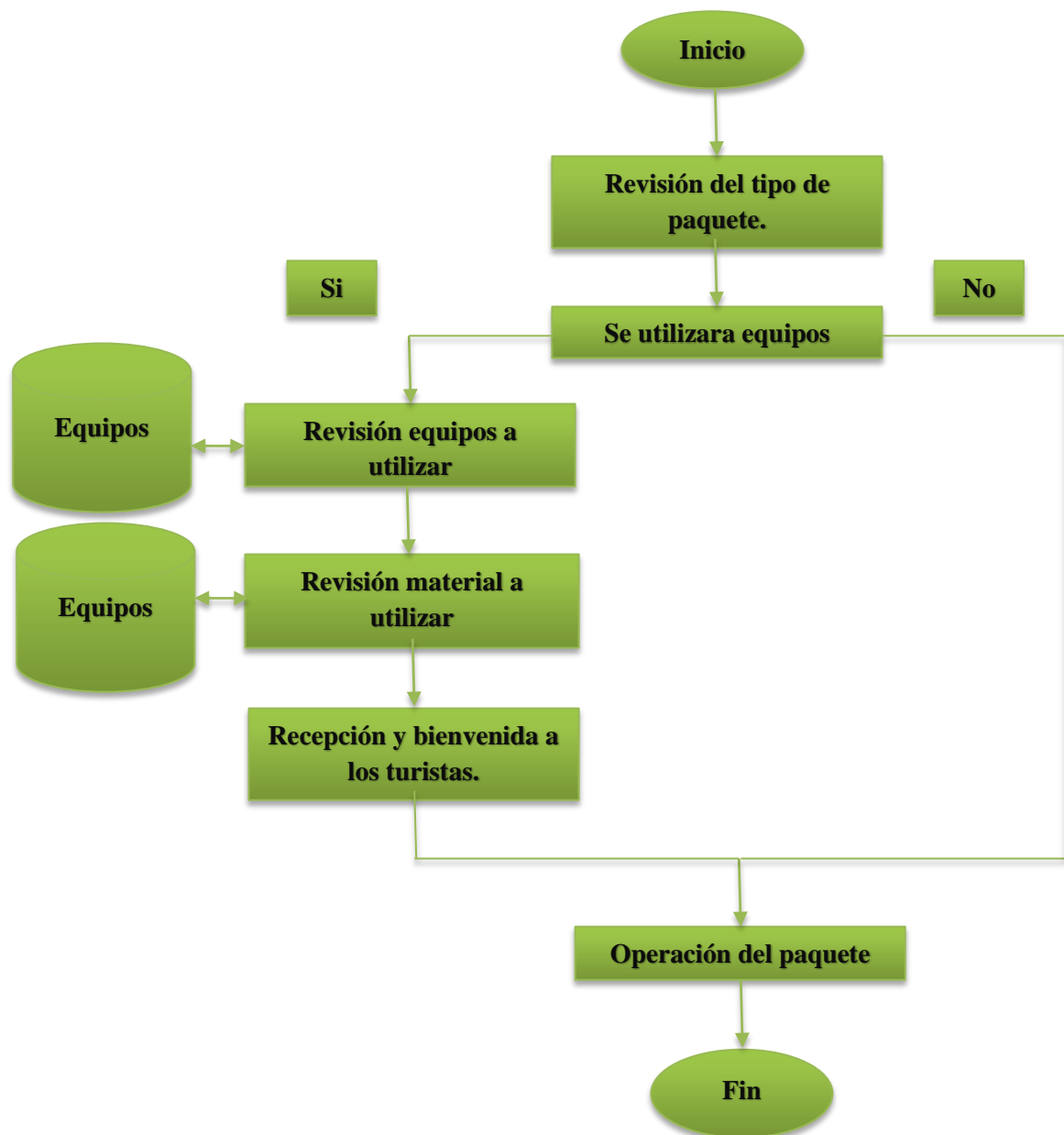


Ilustración 65 Flujograma de procesos prestación de servicios

Fuente: Investigación Primaria.
Realizado por: José G Oñate B.

5. Plan de Mercadeo

a. Estrategia de posicionamiento

1) Identificación del Nicho de Mercado

Fundamentados en la investigación de mercado, se identificó que a los clientes potenciales les gustaría practicar: Canyoning, Rafting y visitas a cascadas, es decir, paquetes turísticos enfocados en deportes de aventura y ecoturismo, complementando a según el estudio de mercado nos dice que el 32% les gustaría un viaje con todo incluido como paquete, mientras que el 45% desearía contratar por actividades.

a) Target Nacional

Según la segmentación del estudio de mercado nuestros turistas potenciales son de las ciudades de Guayaquil (81%), Cuenca (12%) y de Riobamba (7%); de entre 25-35 años (50%) y de 14-24 años (26%).

b) Target Local

Según el estudio de mercado se identificó que los turistas de El Triunfo (43%), Naranjito (34%), Cumandá (13%) y Bucay (10); de entre 14-24 años (50%), 25-35 años (20%) y de 36-46 años (20%), que les gustaría visitar la Amazonia (34%), la costa (27%) y la sierra (20%).

b. Marketing Mix

1) Producto

a) Valor diferencial

El presente proyecto cuenta con características esenciales que marcan la diferencia como:

- i. Interrelación armónica entre la naturaleza y ser humano.
- ii. Responsabilidad social: generación de empleo en los cantones Cumandá, Bucay y las zonas de influencia de los mismos.
- iii. Responsabilidad ambiental: un adecuado plan de manejo de cada una de las actividades y/o deportes de aventura que se realizaran en la zona.
- iv. Convivencia con la gente de los recintos y comunidades.

- v. Profesionalismo, ética, trabajo personalizado en cada uno de los viajes

c. Medios a emplearse

Se lo realizará en base a lo siguiente:

1) Nombre

El nombre que se eligió para la agencia de viajes es “ExtremOZ” Operadora de Turismo, el mismo que tiene el siguiente significado: deportes de aventura/Extremos y la iniciales OZ juego con el mundo mágico de OZ pero realmente representa las iniciales de los fundadores de la Empresa.

2) Imagen Marca

Se realiza el siguiente slogan: “Vive, sueña, Aventúrate.”; el mismo trata de transmitir que hay que aventurarte para vivir y siempre soñar llegar más lejos.

3) Logo de la empresa

El logotipo de la empresa está representado por los colores azul y verde, azul porque la mayoría de las actividades que se desarrollaran son en agua (Canyoning, Tubing, Rafting) y el verde represente a la diversidad de la naturaleza.

La e es la inicial del país Ecuador, xtrem por los deportes extremos en inglés y OZ representa los apellidos de los fundadores de la empresa Oñate Zabala.

Las montañas representa la diversidad paisajística y las elevaciones de la zona, el cañonero, el ciclista y el bote de rafting representa a los deportes de aventura que ofrecerá la empresa.

4) Logo tipo de la Empresa



Ilustración 66 Logotipo

Fuente: Investigación Primaria.

a) Componentes

Los componentes utilizados en el logotipo están constituidos por imágenes gráficas y textuales, la misma que representes lo siguiente:

- i. Los deportistas que se encuentran en el logo representan a cada uno de los deportes que se pretende ofrecer en la Operadora de Turismo.
- ii. ExtremOZ representa a la palabra Xtrme que significa extremo en relación a los deportes de aventura u deportes extremos y las iniciales OZ hace referencia a primeramente aprovechando la películas de OZ dar el significado de mágico lugar, y también representa a los principales socios de la Empresa la Srta. Nathaly Zabala y el Sr. José Oñate.

b) Gama cromática de la empresa

Se utiliza colores ligados a la matizada natural, como son el agua y la tierra, elementos que trabaja la empresa puesto que es una interacción con la naturaleza A continuación se detalla la gama cromática a utilizarse en la empresa, teniendo como base el color turquesa y café.

- i. Azul: seleccionado por representar el agua en donde se desarrollan las modalidades de turismo: rafting, tubing y canyoning.
- ii. Verde, la diversidad ambiental y de recursos naturales de la zona donde desarrollara los productos la empresa.

c) Identidad Corporativa

Se diseñó y definió elementos gráficos de papelería como: tarjetas de presentación, rótulo de la empresa. Su elaboración tuvo un costo de \$ 120,00 por 1000 tarjetas full color. El rótulo para la empresa tuvo un costo de \$ 128,00 USD fabricados con material de la zona.



Ilustración 67 Tarjeta de presentación

Fuente: Investigación Primaria

d. Definir medios de comunicación

1) Página Web



Para una mayor difusión tanto nacional como internacional de la Operadora de Turismo se crea la página web, en la misma contendrá información de los paquetes y los productos turísticos, precios e itinerarios. Su diseño tuvo un costo de \$ 1080,00, incluye diseño, activación y manejo por un año.

2) Precios

Se elaboró dos líneas de producción: uno que es basado en paquetes y otro basado en productos, puesto que según nuestro estudio de mercado el 32% de la población encuestada les gustaría un viaje con todo incluido como paquete, mientras que el 45% desearía contratar por actividades.

a) Paquetes

Tabla 118 Paquetes turísticos

Código	Nombre	Duración	Disponibilidad	Pax's	Precio
EOZ 001-2015	Mágica aventura en Bucay	1 Día	Todo el año	Desde 6 hasta 24	\$ 65,00
EOZ 002-2015	Aventura extrema OZ	2 Días	Todo el año	Desde 6 hasta 25	\$ 125,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Se elaboró dos paquetes turísticos en base a los requerimientos de nuestros turistas potenciales, incluyendo uno u varios deportes de aventura y actividades al aire libre; el promedio de gasto por paquetes es de \$ 95,00.

b) Productos

Tabla 119 Productos turísticos

Código	Nombre	Duración	Disponibilidad	Pax's	Precio
EOZ DDA 1	Canyoning	3 horas	Todo el año	Desde 6 hasta 12	\$ 25,00
EOZ DDA 2	Rafting	3 horas	Todo el año	Desde 7 hasta 14	\$ 20,00
EOZ DDA 3	Tubing	3 horas	Todo el año	Desde 6 hasta 12	\$ 20,00
EOZ ECO 1	Senderismo	4 horas	Todo el año	Desde 6 hasta 24	\$ 25,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los análisis de los productos se realizó tomando en cuenta el estudio de mercado en donde nuestros potenciales turistas desean realizar: visita a cascadas (13%), rafting y canyoning (11%). El promedio de gasto por productos es de \$ 22.50.

3) Plaza

Se determinaron dos canales de distribución y comercialización para la prestación de los servicios turísticos en el mercado:

a) Canal directo-forma directa

Será de productor a consumidor final, puesto que los subproductos del paquete se venderán directamente al cliente. El precio del producto será directo al consumidor final incluido el IVA.

b) Distribución a Mayoristas y Minoristas

Canal detallista, forma indirecta: A través de intermediarios con quienes se establecerán alianzas estratégicas orientadas a maximizar las ventas entre dos o más agencias y operadoras de turismo, con las cuales también se establecerá un convenio para definir las políticas de venta, comisiones, entre otros aspectos del negocio.

Se realizará la comercialización en las mayoristas y minoristas de las ciudades de Guayaquil, Cuenca y Riobamba

6. Plan de comercialización

Con la finalidad de captar una cuota de mercado representativa para lograr un equilibrio financiero con la empresa

Tabla 120 Plan de comercialización

Posicionamiento e Imagen	Medios Publicitarios	Objetivo Operativo	Política de Funcionamiento	Target
Presentaciones Públicas.	Participación en Ferias y eventos de turismo a nivel local y nacional (FITE, BITE, entre otros).	Lograr posicionamiento y fortalecimiento de la imagen de la empresa y maximizar la visitación al destino.	Integrar y facilitar los intercambios comerciales por su capacidad de concentrar grandes masas de personas en un momento y lugar dado. Alquilar de Stands para la información de los servicios y beneficios que oferta la empresa	Ciudades anfitrionas de las ferias de turismo, población de la ciudad de Guayaquil, Cuenca, Loja, Riobamba, Ambato, Machala.
Publicidad.	Presencia permanente en medios y papelería.	Promover e incentivar la compra u adquisición de paquetes y/o productos que ofrece la empresa.	Diseño a medida, páginas informativas, contacto de la empresa. Monitoreo de visitas a través de Google Analytics, Link: www.bucayextremoz.com.ec ; e-mail: bucayextremoz2015@hotmail.com bucayextremoz2015@gmail.com . Volantes, Trípticos, postales y demás medios de promoción impresos.	Turistas que ingresan al cantón por medio del tren. Exhibición permanente en sitios estratégicos y en empresas que tenemos alianzas.
Reuniones Estratégicas.	Con personajes activos e involucrados en el turismo (ministerio de Turismo, Municipio, Cámara de Turismo)	Crear relaciones públicas que contribuyan al desarrollo turístico del destino y de la empresa.	Establecer y participar en reuniones estratégicas las cuales pueden ser de dos tipos informales (establecer el nexo) y formales (pedir ayuda concreta).	Personas, organizaciones, instituciones, fundaciones de influencia en el ámbito turístico y ambiental.
Visita a Minorista y Mayoristas de turismo de las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Riobamba.	Material impreso de los productos y/o paquetes turísticos.	Ofrecer servicios, productos y/o paquetes a las grandes distribuidoras.	Establecer alianzas estratégicas con las operadoras de turismo de las ciudades.	Población de las ciudades de Cuenca, Guayaquil y Riobamba; y turistas internacionales que visitan las mismas.

a. Promoción

1) Publicidad

Los medios de información utilizados para la publicidad del producto son aquellos seleccionados y preferidos por los turistas nacionales y extranjeros de acuerdo a las encuestas y estos son: Internet (página web Google), Agencias y operadoras de turismo mayoritarias y revistas.

a) Página Web

Para una mayor difusión tanto nacional como internacional de la Operadora de Turismo se crea la página web, en la misma contendrá información de los paquetes y los productos turísticos, precios e itinerarios. Su diseño tuvo un costo de \$ 1080,00, incluye diseño, activación y manejo por un año.

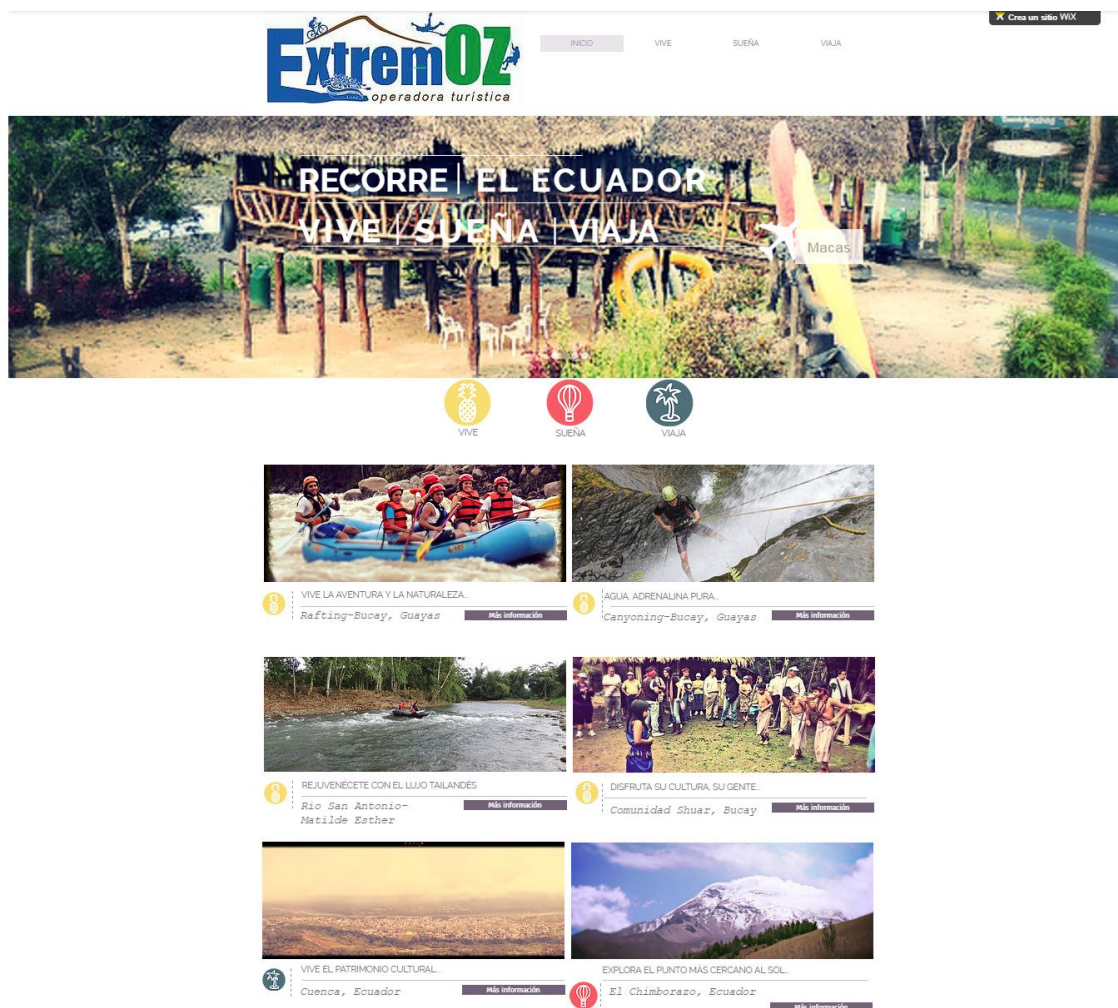


Ilustración 68 Pagina Web

Fuente: Investigación Primaria.
Realizado por: José G Oñate B.

b. Políticas de viaje

1) Cambios y cancelaciones

a) Cancelaciones

Todas las actividades o transportación pueden ser canceladas con 24 horas de anticipación. Todos los servicios de transportación o tours cancelados por los clientes generan un 10% de cargo administrativo.

La “No Asistencia” o falta de cancelación de un servicio resultara el 100% de cargo por el servicio, lo que significa que no habrá reembolso. Todas las cancelaciones deben ser hechas por la persona que hizo la reservación. No aceptamos llamadas de otro proveedor de servicios o alguna otra persona. Esto es para protección de que alguna persona falsa desee cancelar sus excursiones o actividades. En el caso de que la excursión sea cancelado por el tour operador, por alguna razón ajena a nosotros y el cliente no esté disponible para re programarlo, procederemos a hacer un reembolso inmediato (esto puede tardar hasta 7 días por cuestiones financieras ajenas a nosotros) del 100% a su tarjeta de crédito, si usted pago en efectivo y vive en otro lado procederemos a hacerle un deposito inmediato.

b) Cambios

Se puede cambiar cualquier excursión o actividad 24 horas antes del inicio de la actividad, todos los cambios pueden ser hechos sin ninguna penalización

Las Notificaciones de cancelaciones y cambios deben ser hechos a través de nuestras oficinas, 24 horas antes del inicio de la actividad.

2) Responsabilidades

La empresa declaran que todos los boletos, y cupones expedidos y todos los arreglos hechos para servicios de transportación, excursiones, hospedaje y/o actividades, han sido hechos sobre la expresa condición de que no será responsable de alguna lesión, accidente, daño, pérdida, retraso o irregularidad que pueda ocurrir ya sea por alguna razón o deficiencia de algún los medios de transporte o por un acto de incumplimiento de alguna compañía o persona comprometida en transportar pasajeros o cumplir los arreglos de los servicios acordados. O de lo contrario en conexión con algún propietario de hotel o empleado de la empresa y sus agentes no aceptará alguna responsabilidad por pérdida o gastos accidentales debido a retrasos o cambio de horarios, incumplimientos o sobreventas de los

hoteles, enfermedades, huelgas, guerras, cuarentenas, condiciones del clima u otras causas. Todas las maletas y pequeños artículos son responsabilidad de los dueños durante toda su estancia en el hotel o durante los tours.

c. Políticas de promoción

- 1) Para grupos de más de 15 personas obtienen una gratuidad.
- 2) Para personas que viajan con niños menores a 5 años de edad obtienen el 50% de descuento.
- 3) Se debe considerar promociones por fechas especiales como feriados, fines de semana, entre otros.

7. Requerimientos del área productiva

a. Requerimientos de activos fijos

Tabla 121 Activos fijos para el área productiva

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Vehículo	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Cargador bicicletas	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Uniformes	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Total			\$ 6.250,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en activos fijos para el área productiva es de \$ 6.250,00 dólares, los mismos que serán invertidos en un vehículo 4x4 con capacidad para 5 personas, en un remolque para cargar 5 bicicletas y en 10 uniformes para el personal de la empresa.

1) **Canyoning**

Tabla 122 Activos Fijos área productiva (Equipos Canyoning)

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Seguridad			
Cuerda semi-estática (70m)	1	\$ 267,00	\$ 267,00
Cuerda semi-estática (60m)	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Shunt	1	\$ 72,32	\$ 72,32
Mochila especial con desagüe	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Dry bag	1	\$ 36,00	\$ 36,00
Guía			
Traje de neopreno	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Chaleco salvavidas	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Casco	2	\$ 56,00	\$ 112,00
Calzado de base antideslizante	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Arnés (Canyoning)	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Cintas express	6	\$ 14,00	\$ 84,00
Mosquetones HMS	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Cordinos 2m (6-7mm)	4	\$ 1,57	\$ 6,28

Mosquetones simples	6	\$ 8,00	\$ 48,00
T-block	2	\$ 31,00	\$ 62,00
Navaja	2	\$ 27,68	\$ 55,36
Ocho (descendedor)	4	\$ 19,00	\$ 76,00
Línea de seguridad	2	\$ 9,82	\$ 19,64
Linterna Frontal	2	\$ 53,57	\$ 107,14
Silbato	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Botiquín Primeros Auxilios	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Sistema de Comunicación	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Poleas	4	\$ 44,02	\$ 176,08
Mailon	6	\$ 7,14	\$ 42,84
Turista			
Chompa térmica	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Trajes de Neopreno	12	\$ 95,00	\$ 1.140,00
Guantes de goma o PVC	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Casco	12	\$ 56,00	\$ 672,00
Calzado de base antideslizante	12	\$ 6,00	\$ 72,00
Arnés	12	\$ 75,00	\$ 900,00
Mosquetones HMS	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Ocho (descendedor)	12	\$ 19,00	\$ 228,00
Mosquetón simple	12	\$ 8,00	\$ 96,00
Línea de vida	12	\$ 9,82	\$ 117,84
Total			\$ 6.153,50

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en equipos de deportes de aventura para la modalidad Canyoning es de \$ 6.153,50 dólares, tomando en cuenta el reglamento de operación turística de aventura que rige la actividad de deportes de aventura en el Ecuador (Ministerio de Turismo, 2014)

b. Tubing

Tabla 123 Activos Fijos área productiva (Equipos Tubing)

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipo			
Tubos	18	\$ 8,00	\$ 144,00
Guía			
Casco	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Chaleco salvavidas	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Traje licra	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Silbato	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Cuerda 10 m	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Equipo de primeros auxilios	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Turista			
Casco	12	\$ 18,00	\$ 216,00
Chaleco salvavidas	12	\$ 20,00	\$ 240,00
Traje licra	12	\$ 50,00	\$ 600,00
Total			\$ 1.371,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en equipos de deportes de aventura para la modalidad Tubing es de 1.371,00 dólares, tomando en cuenta el reglamento de operación turística de aventura que rige la actividad de deportes de aventura en el Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2014)

c. Rafting

Tabla 124 Activos fijos área productiva (Equipos Rafting)

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipo Colectivo			
Bote	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Kayak	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Remo kayak	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Botiquín de primeros auxilios	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Bomba	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Guía			
Chaleco	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Casco	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Remo	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Zapatillas	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Flip line	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Navaja de río	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Mosquetón	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Bolsa seca	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Cuerda de Rescate	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Turistas			
Casco	6	\$ 18,00	\$ 108,00
Chaleco	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Zapatillas	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Remo	6	\$ 50,00	\$ 300,00
Total			\$ 6.905,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en equipos de deportes de aventura para la modalidad rafting es de \$ 6.905,00 dólares, tomando en cuenta el reglamento de operación turística de aventura. (Ministerio de Turismo, 2014)

d. Requerimientos de activos diferidos (pre operativo)

Tabla 125 Requerimientos de activos diferidos (pre operativo).

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Inversión en activos diferidos
Adecuaciones del Área Productiva.	División del área productiva por ambientes.	\$ 100,00	\$ 100,00
	Acondicionamiento de cada ambiente de trabajo.	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 200,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los requerimientos para las adecuaciones del área productiva, incluyendo adecuaciones para cada ambiente son \$ 200,00 dólares.

e. Requerimientos de mano de obra directa

Tabla 126 Mano de Obra Directa.

Rubro	Cantidad	Costo mensual	Aporte IESS	Vacaciones	Fondos de reserva	Mensual	Total
Guía	1	\$ 400,00	\$ 50,00	\$ 200,00	\$ 33,32	\$ 483,32	\$ 6.753,84
Asistente	1	\$ 354,00	\$ 44,25	\$ 177,00	\$ 29,49	\$ 427,74	\$ 6.017,86
Total	2	\$ 754,00	\$ 94,25	\$ 377,00	\$ 62,81	\$ 1.064,31	\$ 12.771,70

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La mano de obra directa con 2 empleados en la misma, guía y asistente asciende a \$ 12.771,70 dólares la misma que se toma en cuenta con todos los beneficios de ley.

f. Requerimiento de mano de obra indirecta

Tabla 127 Mano de obra indirecta

Rubro	Cantidad	Costo mensual	Aporte IESS	Vacaciones	Fondos de reserva	Mensual	Total
Guía	1	\$ 354,00	\$ 44,25	\$ 177,00	\$ 29,49	\$ 427,74	\$ 6.017,86
Total	1	\$ 354,00	\$ 44,25	\$ 177,00	\$ 29,49	\$ 427,74	\$ 6.017,86

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La mano de obra indirecta con un empleado en la misma, guía de apoyo asciende a \$ 6.017,86 la misma que se toma en cuenta con todos los beneficios de ley.

8. Requerimientos para el área comercial

a. Requerimientos de activos fijos del área comercial

Tabla 128 Equipo de Computo Área comercial

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Inversión
Equipo de Computo			
Computadora de escritorio	1	\$ 772,80	\$ 772,80
Impresora	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Total Equipo de Computo			\$ 1.122,80
Rubro	Cantidad	Costo unitario	Inversión
Muebles y Enseres			
Tv	1	\$ 700,00	\$ 700,00
DVD	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Teléfono	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Escritorio	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Silla	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Sofá	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Total Muebles y Enseres			\$ 1.330,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en activos fijos para el área comercial será de \$ 2.452,80 dólares, en el mismo incluye equipos de computación así como también muebles y enseres.

b. Gastos

1) Por publicidad y promoción durante el funcionamiento

Tabla 129 Publicidad y promoción durante el funcionamiento

Rubro	Cantidad	Gasto mensual	Inversión Anual
Publicidad y Promoción antes del funcionamiento	Página Web (Manejo, análisis, mantenimiento y marketing web)	\$ 90,00	\$ 1.080,00
	Redes sociales (Manejo, análisis y promoción on-line)	\$ 50,00	\$ 360,00
	Volantes (5000 volantes cada cuatrimestre)	\$ 400,00	\$ 1.600,00
	2 Rótulos de Identificación de le Empresa		\$ 256,00
	2000 Tarjetas de Presentación		\$ 150,00
Total			\$ 3.686,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los gastos por publicidad y promoción ascienden a \$ 3.446,00 dólares, los mismos que se reparten para radio, televisión, periódico, medios impresos y volantes con promoción de paquetes y/o servicios turísticos de la empresa.

2) Talento humano

Tabla 130 Gastos por talento humano

Rubro	Cantidad	Sueldo	Aporte IEES	Vacaciones	Fondos de reserva	Sueldo mensual	Costo anual
Gerente	1	\$ 600,00	\$ 75,00	\$ 300,00	\$ 49,98	\$ 724,98	\$ 9.953,76
Secretaria	1	\$ 380,00	\$ 47,50	\$ 190,00	\$ 31,65	\$ 459,15	\$ 6.679,85
Total	2	\$ 980,00	\$ 122,50	\$ 490,00	\$ 81,63	\$ 1.184,13	\$ 16.633,61

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los gastos en el área administrativa para el talento humano de todo el año son de \$ 16.663,61 dólares incluyendo todos los beneficios de ley.

c. Requerimiento de activos diferidos del área comercial.

Tabla 131 Activos diferidos del área comercial

Rubro	Cantidad	Gasto mensual	Inversión Anual
Publicidad y Promoción antes del funcionamiento	Página Web (Manejo, análisis, mantenimiento y marketing web)	\$ 90,00	\$ 1.080,00
	Redes sociales (Manejo, análisis y promoción on-line)	\$ 50,00	\$ 360,00
	Volantes (5000 volantes cada cuatrimestre)	\$ 400,00	\$ 1.600,00
	2 Rótulos de Identificación de le Empresa		\$ 256,00
	2000 Tarjetas de Presentación		\$ 150,00
Total			\$ 3.446,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Los activos diferidos del área comercial ascienden a \$ 3.446,00 dólares los mismos que son por gastos de publicidad y promoción antes del funcionamiento de la empresa, los que incluyen gastos de la creación, diseño, mantenimiento y manejo de la página web por un año, manejo de las redes sociales y promoción on-line por un año, y 20.000 volantes que serán implementadas 5000 cada cuatrimestre para publicidad y promoción de la empresa, sus productos y servicios.

F. ANÁLISIS FINANCIERO

1. Activo fijo, diferido y capital de trabajo de la empresa

Tabla 132 Activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Rubros	Inversión realizada	Inversión por realizar	Total de Inversión
Inversiones Fijas			
Equipos y maquinarias	\$ 0,00	\$ 14.679,50	\$ 14.679,50
Muebles y enseres	\$ 0,00	\$ 1.840,00	\$ 1.840,00
Equipo de Computación	\$ 0,00	\$ 1.895,60	\$ 1.895,60
Vehículo	\$ 0,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Activos Diferidos			
Pre-operativos	\$ 0,00	\$ 400,00	\$ 400,00
Capacitaciones	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Estudios de Investigación	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Constitución	\$ 0,00	\$ 2.703,00	\$ 2.703,00
Capital de Trabajo			
Materiales e insumos	\$ 0,00	\$ 282,00	\$ 282,00
Sueldos y salarios	\$ 0,00	\$ 23.387,45	\$ 23.387,45
Mano de obra directa	\$ 0,00	\$ 12.771,70	\$ 12.771,70
Mano de obra indirecta	\$ 0,00	\$ 6.017,86	\$ 6.017,86
Imprevistos	\$ 0,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Servicios Básicos	\$ 0,00	\$ 408,00	\$ 408,00
Alquiler del local (anual)	\$ 0,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Publicidad			
Promoción y Publicidad	\$ 0,00	\$ 3.446,00	\$ 3.446,00
Total	\$ 0,00	\$ 76.331,10	\$ 76.331,10

Realizado por: José G Oñate B.

Fuente: Investigación Secundaria.

El total de la inversión para el proyecto es de \$ 76.515,10; la inversión realizada es \$ 0,00 y la inversión por realizar es de \$ 76.571,10; las mismas que fueron divididas en inversiones fijas, activos diferidos, capital de trabajo y publicidad.

2. Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Tabla 133 Fuentes de Financiamiento.

Rubros	Uso de fondos	Fuentes de financiamiento	
		Socio A	Socio B
Inversiones Fijas			
Equipos y maquinarias	\$ 14.679,50		\$ 14.679,50
Muebles y enseres	\$ 1.840,00	\$ 1.840,00	
Equipo de Computación	\$ 1.895,60	\$ 1.895,60	
vehículo	\$ 6.000,00		\$ 6.000,00
Activos Diferidos			
Pre-operativos	\$ 400,00	\$ 400,00	
Capacitaciones	\$ 500,00	\$ 500,00	
Estudios de Investigación	\$ 500,00	\$ 500,00	
Gastos de constitución	\$ 2.703,00		\$ 2.703,00
Capital de Trabajo			
Materiales e insumos	\$ 282,00		\$ 282,00
Sueldos y salarios	\$ 23.387,45	\$ 23.387,45	
Mano de obra directa	\$ 12.771,70	\$ 12.771,70	
Mano de obra indirecta	\$ 6.017,86	\$ 6.017,86	
Imprevistos	\$ 500,00	\$ 500,00	
Servicios Básicos	\$ 408,00	\$ 408,00	
Alquiler del local (anual)	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Publicidad			
Publicidad y Promoción	\$ 3.446,00		\$ 3.446,00
Total	\$ 76.331,10	\$ 49.220,60	\$ 27.110,50

Fuente: Investigación Primaria.
Realizado por: José G Oñate B.

Las fuentes de financiamiento del proyecto se dividieron para los dos socios de la empresa los aportes serán: socio A \$ 49.220,60 y socio B \$ 27.110,50.

3. Clasificación de las inversiones

a. Inversión de activos fijos

Tabla 134 Activos Fijos.

Detalle	Rubro
Vehículo	\$ 6.000,00
Equipos y maquinarias	\$ 14.679,50
Muebles y enseres	\$ 1.840,00
Equipo de Computación	\$ 1.895,60
Total	\$ 24.415,10

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en activos fijos de la empresa está conformada por: Vehículo, equipos y maquinaria (este rubro cubre los equipos para los deportes de aventura), muebles-enseres y equipos de computación, el total de este rubro es de \$ 24.415,10.

b. Inversión de activos diferidos

Tabla 135 Activos Diferidos.

Detalle	Rubro
Pre-operativos	\$ 400,00
Capacitaciones	\$ 500,00
Estudios de Investigación	\$ 500,00
Constitución	\$ 2.703,00
Total	\$ 4.103,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en activos diferidos de la empresa está conformada por: Gastos pro operativos, capacitaciones, Estudio de Investigación y constitución, el total de este rubro es de \$ 4.103,00.

c. Inversión de capital de trabajo

Tabla 136 Capital de Trabajo.

Detalle	Rubro
Materiales e insumos	\$ 282,00
Sueldos y salarios	\$ 23.387,45
Mano de obra directa	\$ 12.771,70
Mano de obra indirecta	\$ 6.017,86
Imprevistos	\$ 500,00
Servicios Básicos	\$ 408,00
Alquiler del local (anual)	\$ 1.000,00
Total	\$ 44.367,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en activos diferidos de la empresa está conformada por: Materiales e insumos, sueldos y salarios, mano de obra directa, mano de obra indirecta, imprevistos, servicios básicos, alquiler del local (anual), el total de este rubro es de \$ 4.103,00.

d. Inversión en Publicidad

Tabla 137 Publicidad y promoción.

Detalle	Rubro
Promoción y Publicidad	\$ 3.446,00
Total	\$ 3.446,00

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

La inversión en publicidad y promoción de la empresa está conformada por: diseño, implementación, manejo, análisis, mantenimiento y marketing web de la Página Web, redes sociales (Manejo, análisis y promoción on-line), diseño, impresión de 5000 volantes cada cuatrimestre, el total de este rubro es de \$ 3.280,00.

e. Total de la inversión

Tabla 138 Total de la Inversión.

Detalle	Rubro
Activos fijos	\$ 24.415,10
Activos diferidos	\$ 4.103,00
Capital de trabajo	\$ 44.367,00
Publicidad	\$ 3.446,00
Total	\$ 76.331,10

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

El total de la inversión es: Activos fijos \$ 24.415,10, activos diferidos \$ 4.103,00, capital de trabajo \$ 44.367,00, publicidad \$ 3. 446,00; que son \$ 76.331,10.

4. Depreciación de activos fijos

Tabla 139 Depreciación activos fijos.

Activo	Valor de compra	Vida contable	Deprec. Anual	Año deprec.	Deprec. Acumul.	Valor en libro
Vehículo	\$ 6.000,00	5	\$ 1.200,00	5	\$ 6.000,00	\$ 0,00
Equipos y maquinarias	\$ 14.679,50	10	\$ 1.467,95	5	\$ 7.339,75	\$ 7.339,75
Muebles y enseres	\$ 1.840,00	10	\$ 184,00	5	\$ 920,00	\$ 920,00
Equipo de Computación	\$ 1.895,60	3	\$ 631,87	5	\$ 3.159,33	\$ -1.263,73
Depreciación acumulada		\$ 3.483,82	Valor de Salvamento			\$ 6.996,02

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Para la depreciación de activos fijos tomamos en consideración todos los rubros que son susceptibles al mismo: vehículo, equipos y maquinarias (todos los equipos de deportes de aventura), mueble-enceres y equipos de computación; donde tenemos que la depreciación acumulada es de \$ 3.483,82 y el valor de salvamento es de \$ 6.996,02.

5. Amortización de diferidos

Tabla 140 Amortización de Diferidos.

Descripción	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pre-operativos	\$ 400,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Capacitaciones	\$ 500,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Estudios de Investigación	\$ 500,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Constitución	\$ 2.703,00	\$ 540,60	\$ 540,60	\$ 540,60	\$ 540,60	\$ 540,60
Total	\$ 4.103,00	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Para la amortización de activos diferidos tomamos en consideración todos los rubros que son susceptibles al mismo: Pre-operativos, capacitaciones, estudios de investigación, constitución.

6. Estructura de costos para la vida útil del proyecto

Tabla 141 Egresos.

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos administrativos					
Materiales e insumos	\$ 282,00	\$ 292,86	\$ 304,13	\$ 315,84	\$ 328,00
Sueldos y salarios	\$ 23.387,45	\$ 24.287,86	\$ 25.222,95	\$ 26.194,03	\$ 27.202,50
Mano de obra directa	\$ 12.771,70	\$ 13.263,41	\$ 13.774,05	\$ 14.304,35	\$ 14.855,07
Mano de obra indirecta	\$ 6.017,86	\$ 6.249,55	\$ 6.490,15	\$ 6.740,02	\$ 6.999,52
Imprevistos	\$ 500,00	\$ 519,25	\$ 539,24	\$ 560,00	\$ 581,56
Servicios básicos	\$ 408,00	\$ 423,71	\$ 440,02	\$ 456,96	\$ 474,55
Alquiler del local (anual)	\$ 1.000,00	\$ 1.038,50	\$ 1.078,48	\$ 1.120,00	\$ 1.163,12
Depreciaciones	\$ 3.483,82	\$ 3.483,82	\$ 3.483,82	\$ 3.483,82	\$ 3.483,82
Amortizaciones	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60
Total Costo Administrativo	\$ 48.671,42	\$ 50.379,55	\$ 52.153,44	\$ 53.995,63	\$ 55.908,74
Costo de ventas					
Publicidad y promoción	\$ 3.446,00	\$ 3.578,67	\$ 3.716,45	\$ 3.859,53	\$ 4.008,13
Total costo de ventas	\$ 3.446,00	\$ 3.578,67	\$ 3.716,45	\$ 3.859,53	\$ 4.008,13
Costos de producción					
Equipos de aventura	\$ 14.679,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total costos de producción	\$ 14.679,50		\$ 14.679,50		
Total costos	\$ 66.796,92	\$ 53.958,22	\$ 55.869,89	\$ 57.855,16	\$ 59.916,87

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Para el análisis de los egresos tomamos en consideración los costos administrativos, los costos de ventas y los costos de producción con sus respectivos rubros, en los costos de producción tenemos que considerar que se realizará la renovación de equipos de aventura cada tres años debido al uso y al desgaste del mismo, para lo cual se llevara un registro, control y mantenimiento de los equipos ver Anexo 003.

7. Estructura de ingresos

a. Paquetes Turísticos

1) Mágica aventura en Bucay (full day)

a) Nombre

“Mágica Aventura en Bucay”

c) Duración

1 día.

b) Código

EOZ 001-2015

d) Nivel de dificultad

Medio-Moderado

e) Itinerario

Tabla 142 Itinerario paquete 1

Día 1	
Hora	Actividad
8:30	Desayuno Típico Costeño
9:15	Salida hacia el cañón Piedra Blanca
10:00	Llegada al Sendero Piedra Blanca
10:15	Caminata hacia las Cascadas “Isabela” y “Del Amor”
10:45	Canyoning/Descenso de cañón en la cascada del amor de 50m
12:30	Salida del Cañón Piedra Blanca
13:00	Almuerzo
14:00	Biking hacia Bucay
15:30	Llegada a Bucay
15:45	Tubing en el río Chimbo
17:00	Despedida

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

f) Servicios que incluyen

Guianza, Transporte, Almuerzo, Equipos especializados para cada deporte.

h) Requerimientos de la visita

Ropa y zapatos cómodos, Repelente, Protector solar.

g) Servicios que no incluyen

Bebidas y/o comidas extras

i) Prohibiciones de la visita

Bebidas alcohólicas, Sustancias estupefacientes, Armas blancas y/o de fuego

j) Políticas de funcionamiento (se incluirán formas de pago)

Para reservar el programa de viaje se requiere pagar el 40% del total del costo. El pago se lo realizará en efectivo y/o por transferencia bancaria. Si se cancela el viaje de forma intempestiva tiene la opción de reprogramar el viaje caso contrario el cliente perderá el 15% del dinero abonado por concepto de gastos administrativos del programa.

k) Análisis de costos y cálculo del precio

Tabla 143 Costos paquete 1

Costos Generales	Rango de Pax		
	6-8 pax	10-16 pax	16-24 pax
Transporte	\$ 40,00	\$ 70,00	\$ 100,00
Guianza	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 50,00
Total Costos Generales	\$ 65,00	\$ 95,00	\$ 150,00
Costos Generales	\$ 10,83	\$ 9,50	\$ 9,38
Costos Individuales			
Alimentación	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Alquiler Bicicletas	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 7,00
Canyoning	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Tubing	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Total Costos Individuales	\$ 27,00	\$ 29,00	\$ 29,00
Total Costos	\$ 37,83	\$ 38,50	\$ 38,38
Gastos Administrativos	\$ 3,78	\$ 3,85	\$ 3,84
Gastos Depreciación	\$ 1,89	\$ 1,93	\$ 1,92
Precio al Costo	\$ 43,51	\$ 44,28	\$ 44,13
UTILIDAD (25%)	\$ 58,01	\$ 59,03	\$ 58,84
IVA	\$ 6,96	\$ 7,08	\$ 7,06
Precio de venta al público	\$ 64,97	\$ 66,12	\$ 65,90

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

2) Aventura extrema OZ

a) **Nombre**

“Aventura extrema OZ”

c) **Duración**

2 días

b) **Código**

EOZ 002-2015

d) **Nivel de dificultad**

Medio-Moderado

e) **Itinerario**

Tabla 144 Itinerario paquete 2

DÍA 1		DIA 2	
Hora	Actividad	Hora	Actividad
8:30	Desayuno Típico Costeño	8:30	Desayuno
9:15	Salida hacia las cascadas Piedra Blanca	9:15	Caminata Bosque primario (avistamiento de aves)
10:00	Llegada al Sendero Piedra Blanca	11:00	Visita al mirador de la Virgen del Carmen
10:45	Canyoning/Descenso de cañón en la cascada del amor de 50m	12:00	Visita al complejo Agua Clara
13:00	Almuerzo en la Comunidad (comida y bebida típica)	13:00	Almuerzo
14:00	Biking hacia Bucay	14:00	Rafting río Chimbo
15:00	Bike city tour	16:00	Despedida...
16:30	Instalación en el hotel		
Tiempo libre			
18:00	Merienda		
19:00	Noche Cultural		

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

f) Servicios que incluyen

Guianza
 Transporte
 Box lunch
 Equipos para cada deporte

h) Requerimientos de la visita

Ropa y zapatos cómodos
 Repelente
 Protector solar

g) Servicios que no incluyen

Bebidas y/o comidas extras

i) Prohibiciones de la visita

Bebidas alcohólicas
 Sustancias estupefacientes
 Arnas blancas y/o de fuego

j) Políticas de funcionamiento (se incluirán formas de pago)

Para reservar el programa de viaje se requiere pagar el 40% del total del costo. El pago se lo realizará en efectivo y/o por transferencia bancaria. Si se cancela el viaje de forma intempestiva tiene la opción de reprogramar el viaje caso contrario el cliente perderá el 15% del dinero abonado por concepto de gastos administrativos del programa.

k) Análisis de costos y cálculo del precio

Tabla 145 Costos paquete 2

EOZ 002-2015 Costos Generales	Rango de Pax		
	6-8 pax	10-16 pax	16-24 pax
Transporte	\$ 40,00	\$ 70,00	\$ 100,00
Guianza	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Total Costos Generales	\$ 90,00	\$ 120,00	\$ 150,00
Costos Generales	\$ 15,00	\$ 12,00	\$ 9,38
Costos Individuales			
2 Desayuno	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
2 Almuerzos	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
1 Cenas	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Alquiler Bicicletas	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Canyoning	\$ 17,00	\$ 15,00	\$ 14,00
Rafting	\$ 17,00	\$ 17,00	\$ 17,00
Total Costos Individuales	\$ 54,50	\$ 52,50	\$ 51,50
Total Costos	\$ 69,50	\$ 64,50	\$ 60,88
Gastos Administrativos	\$ 6,95	\$ 6,45	\$ 6,09
Gastos Depreciación	\$ 3,48	\$ 3,23	\$ 3,04
Precio al Costo	\$ 79,93	\$ 74,18	\$ 70,01
UTILIDAD	\$ 114,18	\$ 105,96	\$ 100,01
IVA	\$ 13,70	\$ 12,72	\$ 12,00
Precios de venta al Publico	\$ 127,88	\$ 118,68	\$ 112,01

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

b. Productos turísticos

Los productos se realizaron tomando en cuenta el estudio de mercado en donde nuestros potenciales turistas desean realizar: visita a cascadas (13%), rafting y canyoning (11%). Los costos se detallan a continuación.

1) Senderismo

Tabla 146 Costos Senderismo

NACIONALES	Rango de Pax		
	6-8 pax	10-16 pax	16-24 pax
Costos generales			
Transporte	\$ 35,00	\$ 70,00	\$ 100,00
Guianza	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 75,00
Total Costos Generales	\$ 60,00	\$ 120,00	\$ 175,00
Costos Generales	\$ 10,00	\$ 12,00	\$ 10,94
Costos individuales			
Box lunch	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Total Costos Individuales	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00
Total costos	\$ 14,00	\$ 16,00	\$ 14,94
Gastos Administrativos	\$ 1,40	\$ 1,60	\$ 1,49
Gastos Depreciación	\$ 0,70	\$ 0,80	\$ 0,75
Precio al Costo	\$ 16,10	\$ 18,40	\$ 17,18
Utilidad 20%	\$ 20,13	\$ 23,00	\$ 21,47
IVA	\$ 2,42	\$ 2,76	\$ 2,58
PVP	\$ 22,54	\$ 25,76	\$ 24,05

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Se detallan costos generales (Trasporte y guianza), costos individuales (box lunch), gastos administrativos y de deprecación, con una utilidad para este producto del 20%.

2) Canyoning

Tabla 147 Costos Canyoning

	Rango de Pax		
	6-8 pax	10-16 pax	16-24 pax
Costos generales			
Transporte	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 80,00
Guianza	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 75,00
Total Costos Generales	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 155,00
Costos Generales	\$ 8,33	\$ 10,00	\$ 9,69
Costos individuales			
Box lunch	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Equipos	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Total Costos Individuales	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Total costos	\$ 17,33	\$ 19,00	\$ 18,69
Gastos Administrativos	\$ 1,73	\$ 1,90	\$ 1,87
Gastos Depreciación	\$ 0,87	\$ 0,95	\$ 0,93
Precio al Costo	\$ 19,93	\$ 21,85	\$ 21,49
Utilidad 10%	\$ 22,15	\$ 24,28	\$ 23,88
IVA	\$ 2,66	\$ 2,91	\$ 2,87
PVP	\$ 24,81	\$ 27,19	\$ 26,74

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Se detallan costos generales (Trasporte y guianza), costos individuales (box lunch y alquiler de equipos), gastos administrativos y de deprecación, con una utilidad para este producto del 10%.

3) Rafting

Tabla 148 Costos Rafting

Costos generales	Rango de Pax		
	4	7	14
Transporte	\$ 15,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Guianza	\$ 25,00	\$ 30,00	\$ 60,00
Equipos	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Total Costos Generales	\$ 90,00	\$ 110,00	\$ 140,00
Costos Generales	\$ 22,50	\$ 15,71	\$ 10,00
Costos individuales			
Box lunch	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Total Costos Individuales	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Total costos	\$ 25,50	\$ 18,71	\$ 13,00
Gastos Administrativos	\$ 2,55	\$ 1,87	\$ 1,30
Gastos Depreciación	\$ 1,28	\$ 0,94	\$ 0,65
Precio al Costo	\$ 29,33	\$ 21,52	\$ 14,95
Utilidad 10%	\$ 32,58	\$ 23,91	\$ 18,69
IVA	\$ 4,56	\$ 3,35	\$ 2,62
PVP	\$ 37,15	\$ 27,26	\$ 21,30

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Se detallan costos generales (Transporte, guianza y equipos), costos individuales (box lunch), gastos administrativos y de deprecación, con una utilidad para este producto del 10%.

4) Tubing

Tabla 149 Costos tubing

Costos generales	Rango de Pax		
	5-7 pax	8-14 pax	14-21 pax
Transporte	\$ 15,00	\$ 20,00	\$ 30,00
Guianza	\$ 20,00	\$ 40,00	\$ 60,00
Total Costos Generales	\$ 35,00	\$ 60,00	\$ 90,00
Costos Generales	\$ 7,00	\$ 7,50	\$ 6,43
Costos individuales			
Box lunch	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Equipos	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Total Costos Individuales	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00
Total costos	\$ 13,00	\$ 13,50	\$ 12,43
Gastos Administrativos	\$ 1,30	\$ 1,35	\$ 1,24
Gastos Depreciación	\$ 0,65	\$ 0,68	\$ 0,62
Precio al Costo	\$ 14,95	\$ 15,53	\$ 14,29
Utilidad 20%	\$ 18,69	\$ 19,41	\$ 17,87
IVA	\$ 2,24	\$ 2,33	\$ 2,14
PVP	\$ 20,93	\$ 21,74	\$ 20,01

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Se detallan costos generales (Transporte y guianza), costos individuales (box lunch y alquiler de equipos), se cargan gastos administrativos y de deprecación, con una utilidad para este producto del 20%.

c. Ingresos

Tabla 150 Paquetes-Productos-Precios

Código	Nombre	Duración	Pax's	Precio	Promedio
EOZ 001-2015	Mágica aventura en Bucay	1 Día	Desde 6 hasta 24	\$ 65,00	\$ 46,67
EOZ 002-2015	Aventura extrema OZ	2 Días	Desde 6 hasta 25	\$ 125,00	
EOZ DDA 1	Canyoning	3 horas	Desde 6 hasta 12	\$ 25,00	
EOZ DDA 2	Rafting	3 horas	Desde 7 hasta 14	\$ 20,00	
EOZ DDA 3	Tubing	3 horas	Desde 6 hasta 12	\$ 20,00	
EOZ ECO 1	Senderismo	4 horas	Desde 6 hasta 24	\$ 25,00	
Total				\$ 280,00	

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Para el cálculo del promedio de gasto se tomó en consideración la media de precio de cada uno de los productos y los paquetes como podemos observar en el Tabla N 112, también se tomaron en consideración la capacidad de gasto de los potenciales turistas mismo que es de 50 \$ por día.

Tabla 151 Ingresos.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Turistas	2176	2220	2264	2309	2355
Gasto promedio Turistas	\$ 46,67	\$ 47,71	\$ 48,75	\$ 49,79	\$ 50,82
Total	\$ 101.553,92	\$ 105.889,97	\$ 110.358,84	\$ 114.964,11	\$ 119.709,45

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Para el cálculo de los posibles ingresos se tomó en cuenta la capacidad de gasto promedio de los turistas (\$ 0,00-\$ 50,00 dólares) información que se levantó en las encuestas, también se consideró el promedio del costo de los paquetes y los productos (\$ 46,67), los mismos que se multiplicaron por la demanda objetiva del proyecto (2176 turistas).

8. Flujo de caja

Tabla 152 Flujo de Caja.

Rubros	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 101.553,92	\$ 105.889,97	\$ 110.358,84	\$ 114.964,11	\$ 119.709,45
+Ventas		\$ 101.553,92	\$ 105.889,97	\$ 110.358,84	\$ 114.964,11	\$ 119.709,45
Egresos		\$ 62.492,50	\$ 49.653,81	\$ 66.244,98	\$ 53.550,75	\$ 55.612,45
-Costos. administrativos		\$ 44.367,00	\$ 46.075,13	\$ 47.849,03	\$ 49.691,21	\$ 51.604,33
-Costos ventas		\$ 3.446,00	\$ 3.578,67	\$ 3.716,45	\$ 3.859,53	\$ 4.008,13
-Costos de producción		\$ 14.679,50	\$ 0,00	\$ 14.679,50	\$ 0,00	\$ 0,00
Flujo operacional		\$ 39.061,42	\$ 56.236,16	\$ 44.113,86	\$ 61.413,36	\$ 64.096,99
-Amortización Activos Diferidos (5 años)		\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60	\$ 820,60
-Depreciaciones		\$ 3.483,82	\$ 3.483,82	\$ 3.483,82	\$ 3.483,82	\$ 3.483,82
Flujo no operacional		\$ 34.757,00	\$ 51.931,75	\$ 39.809,45	\$ 57.108,94	\$ 59.792,58
-Intereses sobre prestamos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad antes de part. Trab. E impuestos		\$ 34.757,00	\$ 51.931,75	\$ 39.809,45	\$ 57.108,94	\$ 59.792,58
-15% participación de trabajadores		\$ 5.213,55	\$ 7.789,76	\$ 5.971,42	\$ 8.566,34	\$ 8.968,89
Utilidad antes de impuesto		\$ 29.543,45	\$ 44.141,99	\$ 33.838,03	\$ 48.542,60	\$ 50.823,69
-25% impuesto a la renta		\$ 7.385,86	\$ 11.035,50	\$ 8.459,51	\$ 12.135,65	\$ 12.705,92
Utilidad neta		\$ 22.157,59	\$ 33.106,49	\$ 25.378,52	\$ 36.406,95	\$ 38.117,77
+Depreciación y amortización intangible		\$ 4.304,42				
-Préstamo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
-Inversión en activos fijo	-\$ 24.415,10					
-Inversión Activos diferidos	-\$ 4.103,00					
-Inversión capital de trabajo	-\$ 44.367,00					
-Inversión en publicidad	-\$ 3.446,00					
Flujo de caja	-\$ 76.331,10	\$ 26.462,00	\$ 33.106,49	\$ 25.378,52	\$ 36.406,95	\$ 38.117,77

Fuente: Investigación Primaria.
Realizado por: José G Oñate B.

9. Cálculo de la evaluación financiera

a. Valor actual neto

Tabla 153 VAN

Tasa de descuento	VAN
0,0%	\$ 83.140,63
10,0%	\$ 38.807,12
15,0%	\$ 24.492,56
20,0%	\$ 13.561,56
25,0%	\$ 5.138,54
30,0%	(\$ 1.401,02)
35,0%	(\$ 6.509,29)
40,0%	(\$ 10.518,17)
45,0%	(\$ 13.674,37)

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B

El valor actual neto es de \$ 38.807,12; esto nos dice que el proyecto es factible de implementarse.

10. Relación beneficio costo

Tabla 154 Relación Beneficio/Costo

Ingreso	Egresos	Relación B/C
\$ 101.553,92	\$ 62.492,50	\$ 1,63

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B

La relación beneficio costo se calcula dividiendo los ingresos de los egresos, para nuestro proyecto la relación beneficio costo es de \$ 1,63, este indicador nos dice que el proyecto es viable, puesto que por cada dólar invertido se recuperara \$ 0,63 dolares.

a. Tasa interna de Retorno

TIR: 28,506%

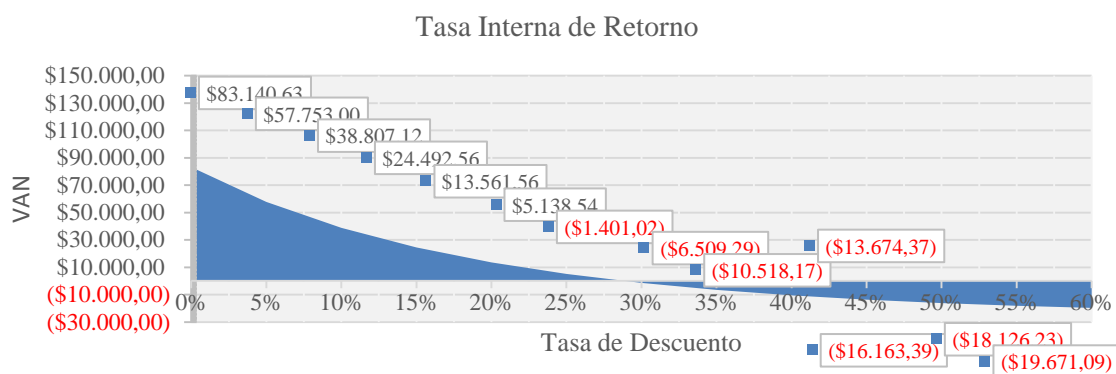


Ilustración 69 Tasa interna de retorno

Realizado por: José G Oñate B.

b. Cálculo del punto de equilibrio

Tabla 155 Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio		Valores	
Costos fijos		\$ 42.153,56	
Precio de Venta		\$ 46,67	
Costos Variables		\$ 9.963,86	
Costo variable unitario		\$ 3,91	

Punto de equilibrio			
Dinero	Personas anual	Personas mensual	Personas semanal
\$ 47.453,32	1017	85	21

Fuente: Investigación Primaria.

Realizado por: José G Oñate B.

Punto de equilibrio

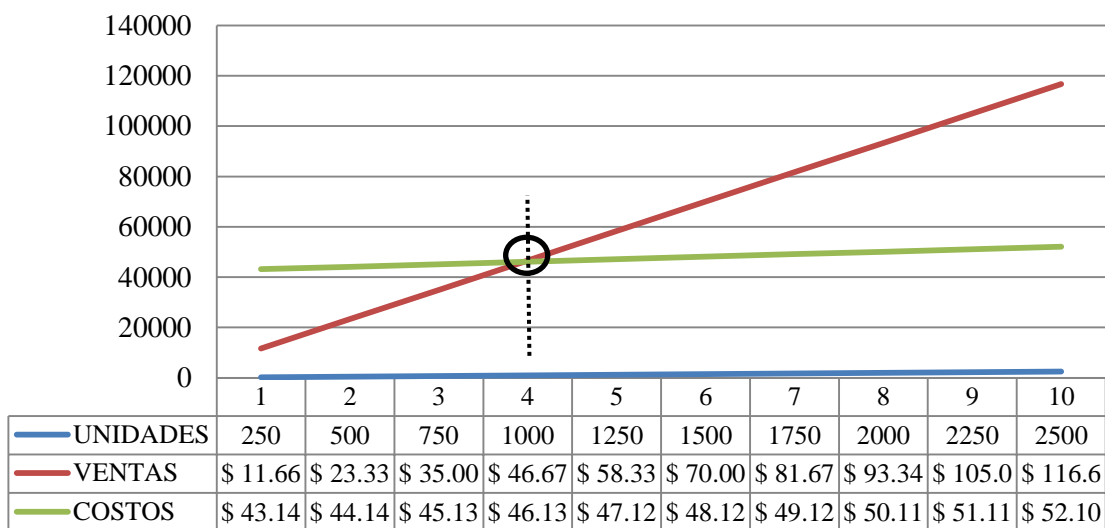


Ilustración 70 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Primaria.

VIII. CONCLUSIONES

- a. El análisis de la oferta de los cantones General Antonio Elizalde Bucay y Cumandá nos da como resultados que los dos cantones poseen una gran cantidad de recursos naturales aptos para el desarrollo de actividades de ecoturismo y deportes de aventura.
- b. Según el estudio de mercado la aceptación del proyecto en el universo A esta en un 70%, mientras que en el universo B tenemos un 63%, lo que nos da un promedio de 66.50%, un margen alto de aceptación para la implementación de la Empresa.
- c. Administrativamente el proyecto es viable al establecerse como Operadora de Turismo está alineado en las leyes y lineamientos basados en la constitución del Ecuador, específicamente para la formación de la empresa como tal; y posteriormente para el desarrollo de la actividad turística en sí, se tomará en cuentas los reglamentos establecidos principalmente en la Ley de Turismo, con la finalidad de que el proyecto quede amparado de manera legal y no exista ningún tipo de complicación al momento de ejecutar la actividad.
- d. La evaluación financiera del proyecto nos indica que el proyecto es factible, puesto que el VAN, el TIR son positivos y la evaluación beneficio costo nos dice que por cada dólar invertido se recuperara 0,62 dólares.

IX. RECOMENDACIONES

- a. El área de influencia del proyecto presenta todos los recursos necesarios para el buen desarrollo del mismo, gracias a los recursos naturales y culturales que posee, el proyecto beneficiara al desarrollo local y empresarial.
- b. El proyecto se debe ejecutar puesto que cuenta con un alto índice de aceptación de la empresa tanto de turistas nacionales como de la población local, mismos que demanda viajes de ocio y diversión a nivel nacional.
- c. Realizar todos los trámites de ley para obtener el permiso de funcionamiento de la empresa, de esta manera cumplir con la base legal del Ecuador.
- d. Se recomienda la implementación de la Tour Operadora puesto que la evaluación financiera del proyecto muestra que es factible, ya que la misma generara ingresos monetarios.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: Determinar la **factibilidad para la implementación de una tour operadora en el cantón General Antonio Elizalde (Bucay), provincia del Guayas**. Estadio de factibilidad-Operadora de Turismo-Deportes de Aventura-Ecoturismo; utilizando técnicas de investigación primarias y secundarias. En base a la viabilidad del proyecto, se determinó que el mismo está dirigido los habitantes de las ciudades de Riobamba, Guayaquil y Cuenca, cuyas edades están comprendidas entre los 15-48 años que se encuentran dentro de la población económicamente activa (PEA); y a los habitantes de los cantones Bucay, Cumandá, El Triunfo y Naranjito que pertenecen al mismo segmento. En cuanto a la demanda futura se estableció que crecerá el 1,5% cada año. La viabilidad comercial definió: la demanda objetiva calculada con el 8% de la demanda insatisfecha, se estableció los procesos productivos de la empresa, 2 paquetes y 4 productos turísticos. La viabilidad legal administrativa consideró la figura de Compañía limitada por brindar ventajas comparativas con las demás formas legales, se diseñó su respectivo manual de funciones, reglamento y se sustentó el proyecto en las leyes ecuatorianas relacionadas al sector turístico. Finalmente en la viabilidad financiera se determinó que se necesita \$ 76.515,10 de inversión, para el financiamiento del proyecto se realizará por medio de aportes del socio A \$ 49.220,60 y socio B \$ 27.110,50. La evaluación financiera muestra un VAN positivo, un TIR rentable, y una relación Costo/Beneficio alta. Se concluye que el proyecto es económica y financieramente rentable. Debiendo captar la afluencia de turistas, la empresa efectuará un monitoreo constante del servicio para garantizar calidad del servicio y del producto.

Palabras claves: estudio de factibilidad, servicio de calidad, producto turístico.

Por: José Gabriel Oñate.



XI. SUMARY

This research proposes: determining the feasibility of implementing a tour operator in the General Antonio Elizalde canton (Bucay). Guayas Province. Study feasibility; Tour Operator; Adventure Sports; Ecotourism used primary and secondary research techniques. Based on the feasibility of the project was determined that it is aimed at the inhabitants of Riobamba, Guayaquil and Cuenca cities, whose ages are between the 15-48 years that are within the Economically Active Population (EAP) ; and the inhabitants of Bucay, Cumandá, El Triunfo and Naranjito cantons that belong to the same segment. As for the future demand established that will grow at 1.5% every year. The commercial viability defined: the objective demand calculated with at 8% of unsatisfied demand, production processes of the company established 2 and 4 tourism products. The administrative legal feasibility considered the figure of limited company to provide comparative advantages with other forms, the function manual and its regulations was designed respectively and the project was supported by the Ecuadorian laws related to the tourism sector.

Finally the financial viability determined an investment of \$ 76,515.10 that is needed. The project financing will be realized through contributions from partner A \$ 49.220,60 and partner B \$ \$ 27.110,50. The financial evaluation shows a positive Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) profitable, and Cost/High Benefit.

The research paper concluded that the project is economic and financially profitable. It must capture the influx of tourists; the company will carry out a constant monitoring service to ensure quality service and product.

Keywords: feasibility study, quality service, ecotourism product.



XII. BIBLIOGRAFÍA

1. Prefectura Guayas. (2014). Turismo Guayas. Recuperado el 28 de Julio de 2014, de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/guayas>
2. Baez & Acuña, A. (2003). *Ecoturismo, Operación Turística y Desarrollo de las Comunidades locales*. Mexico.
3. Carrasco & Asociados. (2015). *Actualización del PDyOT Cumandá*. Guayaquil.
4. Carrillo Veintimilla, O. M. (2010). *Plan Participativo de Desarrollo turístico del cantón Cumandá, provincia de Chimborazo*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
5. Centro de Sistemas de Información Geográfica. (2014). Información Geográfica del cantón General Elizalde (Bucay) Riobamba.
6. Colin, B. (1982). En B. Colin, *Estudio de factibilidad* (pág. 46). Oxford. Editorial: Science.
7. Enciclopedia de Economía. (2009). Diccionario de economía. Recuperado el 17 de julio de 2014, de <http://www.economia48.com/spa/d/producto/producto.htm>
8. Tourism&Leisure. (2007). *Diseño del Plan Estratégico de desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador "PLANDETUR 2020"*. Quito.
9. Fontane, C. (2003). *Evaluación económica de proyectos*. México: Editorial Alfa-Omega.
8. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Ficha de cifras generales cantón Cumandá*. Riobamba. INEC.
9. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Fichas de cifras generales cantón General Antonio Elizalde*. Riobamba. INEC.
10. Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2008). *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 464 2008* (Primera ed.). Quito.
11. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (31 de Diciembre de 2011). *Provincias por cantones*. Obtenido de http://inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=301. INEC
12. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2011). *Provincias por Cantones Ecuador*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2015, de http://inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=301. INEC
13. Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología. (2014). *Archivos de información Geográfica*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2015, de <http://sni.gob.ec/coberturas>
14. Instituto Nacional Estadística y Censos. (2010). *Censo Nacional Económico*. Quito. INEC
15. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. (2003). *Geoportal del Agro Ecuatoriano*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2015, de <http://geoportal.magap.gob.ec/inventario.html>. MAGAP

16. Ministerio de Turismo. (2002). *Reglamento de Actividades Turísticas*. Quito: Publicado en el Registro Oficial No. 726.MINTUR
17. Ministerio de Turismo. (2013). *Catastro turístico*. Quito.MINTUR
18. Ministerio de Turismo. (2013). *Cifras Esenciales de Turismo Interno y Receptor*. Quito.MINTUR
19. Ministerio de Turismo. (2014). *El Reglamento de Operación Turística de Aventura*. Quito.MINTUR
20. Ministerio de Turismo. (2014). *Perspectivas del Turismo Ecuatoriano-Tendencias Mundiales y en el Ecuador*. Quito.MINTUR
21. Ministerio del Ambiente. (2012). En *Sistema de clasificación de los Ecosistemas del Ecuador Continental* (pág. 143). Quito.MINTUR
22. Ministerio del Ambiente. (2013). *Monitoreo del Patrimonio Natural*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2015, de <http://patrimonio.ambiente.gob.ec/descargas.php>.MAE.
23. Muñoz, Eduardo. (s.f.). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de inversión*.
24. Muñoz, Eduardo. (s.f.). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Riobamba.
25. Organización Mundial de Turismo. (1999). *Guía para administradores locales: Desarrollo turístico Sostenible*.Madrid:OMT
26. Oñate Bastidas, J. (2014). *Planificación y Diseño de un sendero de aviturismo en el recinto Naranjapata, cantón Cumandá, provincia de Chimborazo*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
27. Orozco, D. (2011). En *Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de interpretación cultural y natural* (págs. 20-35). Riobamba.
28. Planificación, J. d. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón General Antonio Elizalde Bucay*. General Antonio Elizalde.
29. Ricaurte, C. (2007). *Texto Basico de Marketing Turístico*. Riobamba.ESPOCH
30. Secretaria de Turismo. (2015). *DATATUR Análisis integral del Turismo*. (S. D. TURISMO, Productor) Recuperado el 17 de Enero de 2016, de http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_T.SECTUR.
31. Sierra, R. (1999). *Clasificación Ecológica del Ecuador*. Quito.
32. Triviño Burbano, G., Piña Perez, H., & Encalada Loja, D. (2015). *Plan De Desarrollo Y Ordenamiento Territorial Del Cantón General Antonio Elizalde (Bucay)*. Bucay.
33. Universidad de Especialidades Turísticas. (2011). *Estudio de factibilidad* .Quito.UCT
34. Urbina, B. (1999). *Punto de equilibrio*.Mexico. Editorial: Roig.

XIII. ANEXOS

A. ANEXO N 001-ENCUESTAS UNIVERSO 1

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

Estimado amigo/a la presente encuesta nos servirá para recopilar información y realiza el estudio para conocer sus necesidades y/o preferencias al momento de viajar. La información recolectada es para uso privado con motivos estudiantiles.

Cuestionario

Género: Masculino___ Femenino___ **Edad:** _____

Estado Civil: Soltero___ Casado___ Unión Libre___ Divorciado___ Viudo___

Nivel de Educación: Primaria___ Secundaria___ Universitaria___

Ocupación: Estudiante___ Empleado público___ Empleado privado___
Jubilado___ Trabajadores manuales___ Otro__ cuál?_____

1. Motivación de Viaje: Vacaciones, recreo u ocio___ Compras___ Estudios ___
Visita a familiares___ Trabajo/Negocios___ Religión/Peregrinación___
Otros___
Cuáles?_____

2. Como prefiere viajar: Por cuenta propia___ Mediante un tour operador___
De las 2 formas (tour y cuenta propia) ___

3. Frecuencia de viaje: 1 vez al mes___ 1 vez a los 2 meses___ 1 vez cada 3 meses___
1 vez cada 6 meses___ 1 vez al año___ otro_____

4. Con quien normalmente viaja: Familia___ cuantos?___ Amigos___ cuantos?___
Pareja___ Solo___

5. Qué tipo de turismo le gustaría realizar: Ecoturismo___ Deportes y Aventura___
Turismo Cultural___

6. Cuantos días normalmente viaja: 1 – 2___ 3 – 4___
5 – 6___ más___ cuantos?___

7. Qué actividad le gustaría realizar (Máximo 4 actividades):

Ecoturismo	Deportes y Aventura	Turismo Cultural
Observación de aves <input type="checkbox"/>	Rafting <input type="checkbox"/>	Visita Comunidades <input type="checkbox"/>
Visita a cascadas <input type="checkbox"/>	Descenso de cascadas/Canyoning <input type="checkbox"/>	City tour <input type="checkbox"/>
Senderismo/bosque <input type="checkbox"/>	Biking/Ciclismo <input type="checkbox"/>	Degustación de comida típica <input type="checkbox"/>
Camping/Campamento <input type="checkbox"/>	Cabalgatas <input type="checkbox"/>	

8. Qué tipo de hospedaje le gustaría (elija una opción): Hotel___ Hostería___
Campamento___ Cabañas___

9. Qué tipo de comida prefiere (elija una opción): Comida Local___
Comida Nacional___ Internacional___

10. Que servicios usaría: Alimentación___ Hospedaje___
Guianza___ Transporte___ Todos___

11. Cuanto normalmente gasta por día en su viaje (elija una opción): 50–100___
100–200___ 200 – 300___ 300 – 400___ más___ cuánto?___

12. Le gustaría visitar Bucay y disfrutar de las actividades y servicios que eligió:
Sí___ No___

13. Que medios de comunicación usa para informarse de sus viajes (Máximo 3 medios):

TV___ Radio___ Periódico___ Internet___
Redes Sociales___ Revistas___ Otros___ cuáles?_____

14. Le gustaría que existiera una empresa en el cantón Bucay que le brinde información y todos los servicios que ud eligió anteriormente:

Sí___ No___

Gracias por su colaboración

B. ANEXO N 002-ENCUESTAS UNIVERSO 2

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Estimado amigo/a la presente encuesta nos servirá para recopilar información y realiza el estudio para conocer sus necesidades y/o preferencias al momento de viajar. La información recolectada es para uso privado con motivos estudiantiles.

Cuestionario

Género: Masculino___ Femenino___ **Edad:**

Nivel de Educación: Primaria___ Secundaria___
Universitaria ___

Ocupación: Estudiante___ Empleado público___ Empleado privado___ Jubilado___
Trabajadores manuales___ Otro__ cuál?_____

1. Motivación de Viaje: Vacaciones, recreo u ocio___ Compras___ Estudios___
Visita a familiares___ Trabajo/Negocios___ Religión/Peregrinación___
Otros___ Cuáles?_____

2. Como prefiere viajar: Por cuenta propia___ Mediante un tour operador___
De las 2 formas (tour y cuenta propia)___

3. Frecuencia de viaje: 1 vez al mes___ 1 vez a los 2 meses___ 1 vez cada 3 meses___
1 vez cada 6 meses___ 1 vez al año___ otro_____

4. Con quien normalmente viaja: Familia___ cuantos?___ Amigos___ cuantos?___
Pareja___ Solo___

5. Qué tipo de turismo le gustaría realizar: Ecoturismo___ Deportes y Aventura___
Turismo Cultural___

6. Qué actividad le gustaría realizar (Máximo 4 actividades):

Ecoturismo	Deportes y Aventura	Turismo Cultural
Observación de Aves <input type="checkbox"/>	Rafting <input type="checkbox"/>	Visita Comunidades <input type="checkbox"/>
Visita a cascadas <input type="checkbox"/>	Tubing/Regatas rio <input type="checkbox"/>	City tour <input type="checkbox"/>
Senderismo/bosque <input type="checkbox"/>	Descenso de cascadas <input type="checkbox"/>	Degustación de comida típica <input type="checkbox"/>
Cabalgatas <input type="checkbox"/>	Biking/Ciclismo <input type="checkbox"/>	
Camping/Campamento <input type="checkbox"/>	Parapente <input type="checkbox"/>	

7. Cuantos días normalmente viaja: 1 – 2___ 3 – 4___
5 – 6___ más___ cuantos?___

8. Qué tipo de hospedaje le gustaría (elija una opción): Hotel___ Hostería___
Campamento___ Cabañas___

9. Qué tipo de comida prefiere (elija una opción): Comida Local___ Comida Nacional___
Internacional___

10. Que servicios usaría: Alimentación___ Hospedaje___
Guianza___ Transporte___ Todos___

11. Que lugares preferencialmente le gustaría visitar:

Costa	<input type="checkbox"/>	Sierra	<input type="checkbox"/>
Oriente	<input type="checkbox"/>	Galápagos	<input type="checkbox"/>

12. Cuanto estaría dispuesto a gastar en su viaje: 50 – 100___ 100 – 200___
200 – 300___ 300 – 400___ más___ cuánto?_____

13. Que medios de comunicación usa para informarse de sus viajes (Máximo 3 medios):

TV___ Radio___ Periódico___ Internet___
Redes Sociales___ Revistas___ Otros___ cuáles?_____

14. Le gustaría que existiera una empresa en el cantón Bucay/Cumandá que le brinde todos los servicios que Ud. eligió anteriormente:

Sí_____ No_____

Gracias por su colaboración.

C. ANEXO N 003-MATRIZ DE CONTROL Y MANTENIMIENTO DE EQUIPO

Tabla 156 Matriz de control y mantenimiento de equipos

NOMBRE DE LA AGENCIA U OPERADORA DE TURISMO:
NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL:
NUMERO DE REGISTRO DE TURISMO:

MATRIZ DE CONTROL Y MANTENIMIENTO DE EQUIPO

Equipo	Modelo	Marca	Material	Manual de especificaciones		Fecha de Compra		Fecha de Fabricación		Fecha de primer uso		Observaciones	Fecha fin vida útil	
				Físico	Digital	Mes	Año	Mes	Año	Mes	Año		Mes	Año

Responsable de la Agencia u Operadora

Nombre: _____

Cédula de ciudadanía: _____

Firma: _____

Responsable de la Inspección

Institución: _____

Nombre: _____

Cédula de ciudadanía: _____

Firma del Responsable: _____

D. ANEXO N004-PROFORMA GIGANTOGRAFÍA



PROFORMA

Cliente: Gabriel Oñate Bastidas

Lugar y Fecha: Riobamba, 03 de Diciembre de 2015

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	TOTAL
Gigantografia de 8*4m	1	228.00	228.00
Tarjetas de presentación un lado con uv	1000	40.00	40.00
Hojas Volantes	5000	0.08	400.00
Diseño de una pagina web informativa + hostin web	1	600.00	600.00
Subtotal S			1268.00
IVA Tarifa 0% S			
IVA Tarifa 12% S			1268.00
IMPORTE DEL IVA S			152.16
TOTAL S			1420.16




Firma Autorizada

E. ANEXO N005-ENCUESTAS POR REDES SOCIALES

