

# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas



## **“PLAN DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA PROMOCIÓN DE LA RUTA DE DOWNHILL MAMA RUMI EN EL CANTÓN CHIMBO”**

### **PROYECTO DE TITULACIÓN**

**Previa a la obtención del Título de:**

### **MAGÍSTER EN MARKETING DE DESTINOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS**

**Presentada por:**

LCDA. JACQUELINE ROSARIO AGUIRRE SANABRIA

LCDA. SABRINA ALEJANDRA NÚÑEZ SERVONES

**Guayaquil - Ecuador**

2018

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a Dios en primera instancia por permitirme avanzar en una etapa nueva de mi vida, por alcanzar otra meta y lograr nuevos objetivos, gracias a mi familia que estuvo en todo momento brindándome su apoyo incondicional en momentos duros, gracias a mi esposo e hijos que son cada día una fuente más de inspiración y por supuesto a los docentes que supieron llegar a nosotros con sus enseñanzas.

Jacqueline Aguirre Sanabria

Mi agradecimiento a Dios, a mis padres, ñaña y hermana ya que sin su ayuda no hubiera sido posible culminar una etapa más en mi vida, ha sido un camino muy duro por recorrer pero logre un sueño muy anhelado el cual dedico con mucho cariño al amor de mi vida, mi hijo Rafita que es mi inspiración y por el que lucho día a día.

Sabrina Núñez Servones

**TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

*Olguita Martín U.*

---

**M. Sc. Olga Martín**

Presidente

*Julio Gavilanes*

---

**M. Sc. Julio Gavilanes**

Tutor

*María Fernanda Larrea*

---

**M Sc. María Fernanda Larrea**

Evaluadora

## DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral".

  
Jacqueline Rosario Aguirre Sanabria

**AUTORA**

  
Sabrina Alexandra Núñez Servones

**AUTORA**

## RESUMEN

Mama rumi es una ruta antiguamente conocida como un camino de los incas por medio del cual transportaban alimentos de un cantón a otro, se encuentra ubicada en la provincia de Bolívar cantón Chimbo, antiguamente una de las principales fuentes de ingresos económicos del cantón era la armería y la creación de fuegos artificiales, sin embargo hace unos 5 años atrás el Gobierno eliminó todas las maquinarias que tenían que ver con la elaboración de estos artículos, la mayoría de la gente de esta población emigró y otros trataron de buscar otro tipo de ingresos económicos, de allí la necesidad de aprovechar esta ruta que está ahí que se la ha ido desarrollando pero que aún tiene más potencial que no se ha destacado.

Cada año se realiza en este lugar una competencia de ciclismo extremo, deporte conocido con el nombre de DownHill; donde reúne ciclistas profesionales, semi profesionales y uno que otro novato de diferentes partes del Ecuador y del mundo ya que, esta ruta fue declarada por la National Geographic como una de las mejores rutas para este deporte en Sudamérica, con 15 km. de recorrido en descenso atravesando ríos curvas cerradas, rampas empinadas entre otros, la prueba desciende 2200 metros, es decir arranca a 3000 metros de altura y termina entre los 800 y 500 metros sobre el nivel del mar, cerca de Telimbela.

Por ende con este Plan de Marketing vemos una importante forma de incrementar ingresos económicos para la población a través del turismo, tratando de generar un mayor conocimiento y difusión del atractivo a nivel nacional e internacional presentando una promoción más acertada y directa hacia un mercado específico que genere ingresos importantes para la población sin que esto pueda incidir en un turismo masivo que en vez de añadirle valor vaya a perjudicar al destino.

**Palabras claves:** Ruta Turística, Plan de Marketing, Posicionamiento, Promoción.

## ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO .....	ii
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	iii
DECLARACIÓN EXPRESA.....	iv
RESÚMEN .....	v
INDICE GENERAL .....	vi
INDICE DE TABLAS .....	viii
INDICE DE FIGURAS .....	ix
INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Tema.....	2
1.2. Justificación.....	2
1.3. Alcance.....	3
1.4. Objetivo general .....	3
1.5. Objetivos específicos.....	4
1.6. Antecedentes .....	4
1.7. Diagnóstico del destino .....	5
1.7.1. Consideraciones generales .....	5
1.7.2. Análisis interno .....	7
1.7.3. Análisis externo.....	17
CAPÍTULO II .....	20
ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	20
2.1. Diagnóstico del estado actual de la problemática que se investiga.....	20
2.2. Explicación de los resultados obtenidos mediante los métodos aplicados.....	21
2.3. Diseño metodológico.....	23
2.3.1. Método Histórico.....	23
2.3.2. Método Inductivo .....	24
2.3.3. Método Sintético .....	24
2.4. Métodos cualitativos .....	24
2.5. Tipos de investigación.....	25
2.5.1. Investigación Exploratoria .....	25
2.5.2. Investigación Descriptiva .....	26
2.5.3. Investigación Correlacional.....	26
2.5.4. Investigación Explicativa .....	26
2.6. Alcance de la investigación.....	26

2.7.	Relación y codificación de entrevistados .....	27
2.8.	Sistematización y codificación de las entrevistas.....	27
2.9.	Análisis general de los resultados .....	33
CAPÍTULO III .....		34
LA PROPUESTA.....		34
3.1.	Tema.....	34
3.2.	Justificación.....	34
3.3.	Objetivos .....	35
3.3.1.	Objetivo general .....	35
3.3.2.	Objetivos específicos.....	35
3.4.	Desarrollo de la propuesta.....	35
3.4.1.	Identificación de cada uno de los atractivos de la Ruta Mama Rumi. ....	35
3.4.2.	Características .....	36
3.4.3.	Actividades y servicios turísticos que se puedan ofrecer en la Ruta Mama Rumi .....	37
3.4.4.	Alternativas para el recorrido de la Ruta de Aventura DownHill Mama Rumi .....	39
3.4.5.	Estrategias de Marketing Mix .....	41
CAPÍTULO IV .....		56
PLAN FINANCIERO .....		56
4.1.	Inversión fija .....	56
4.2.	Inversión diferida .....	57
4.3.	Inversión en capital de trabajo .....	58
4.4.	Inversión total.....	61
4.5.	Costos.....	61
4.6.	Punto de equilibrio .....	62
4.7.	Flujo de Caja .....	64
4.8.	Plan de financiamiento.....	67
4.9.	Indicadores financieros .....	67
CONCLUSIONES .....		69
RECOMENDACIONES .....		71
REFERENCIAS .....		72

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I. División política del cantón Chimbo .....	7
Tabla II. Recursos .....	9
Tabla III. Codificación de entrevistados .....	27
Tabla IV. Categoría 1 El ciclismo Downhill en Ecuador.....	28
Tabla V. Categoría 2 Descripción de la Ruta Downhill.....	29
Tabla VI Categoría 3 Reconocimiento nacional e internacional de la ruta Mama Rumi .....	30
Tabla VII. Categoría 4 Recomendaciones y observaciones de la ruta Mama Rumi .....	31
Tabla VIII. Categoría 5 Marketing y mejoras de la ruta Mama Rumi .....	31
Tabla IX. Actividades y servicios turísticos.....	39
Tabla X. Paquete turístico #1 .....	42
Tabla XI. Paquete turístico #2.....	43
Tabla XII. Precios de paquetes turísticos .....	52
Tabla XIII. Inversión fija .....	56
Tabla XIV. Depreciación de activos fijos .....	57
Tabla XV. Depreciación anual de activos fijos.....	57
Tabla XVI. Inversiones diferidas .....	58
Tabla XVII. Amortización de la Inversión Intangibles .....	58
Tabla XVIII. Sueldos y salarios .....	59
Tabla XIX. Publicidad y marketing .....	60
Tabla XX. Servicios de transporte .....	60
Tabla XXI. Servicios básicos .....	60
Tabla XXII. Resumen de inversión.....	61
Tabla XXIII. Clasificación de costos año 2018 .....	62
Tabla XXIV. Cálculo de punto de equilibrio – Año 2018 .....	63
Tabla XXV. Flujo de caja .....	65
Tabla XXVI. Indicadores económicos .....	68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cerro Mama Rumi .....	9
Figura 2. Río Telimbela .....	9
Figura 3. Cascada de Ashcoaca.....	10
Figura 4. Cascada Telimbela.....	10
Figura 5. Fiestas de la Virgen de Mercedes de Agua Santa del Valle.....	11
Figura 6. Trapiches tradicionales .....	12
Figura 7. Gobernanza/Superestructura.....	15
Figura 8. Pirotécnica .....	17
Figura 9. Ebanistería .....	18
Figura 10. Artesanías en hierro forjado.....	18
Figura 11. Artesanías en barro .....	18
Figura 12. Caramelos artesanales.....	19
Figura 13. Ruta Mama Rumi.....	36
Figura 14. Recorrido de la ruta DownHill Mama Rumi.....	37
Figura 15. Cascada Chonta Pucará.....	40
Figura 16. Petroglifos de Telimbela.....	40
Figura 17. Ruta de DownHill Mama Rumi .....	42
Figura 18. Ruta de Aventura Extrema Mama Rumi.....	44
Figura 19. Matriz Ansoff.....	45
Figura 20. Ventaja Competitiva .....	50
Figura 21. Logotipo de la ruta de aventura DownHill Mama Rumi .....	55
Figura 22. Punto de equilibrio.....	64

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación pretende elaborar un plan de marketing para fortalecer la economía del cantón Chimbo por medio de la promoción de la ruta de DownHill mama rumi, para lo cual se ha estructurado cuatro capítulos, con el fin de obtener resultados positivos para esta investigación.

De inicio se aborda el marco teórico donde se determina los principales conceptos y definiciones de los temas que se abordaran, además de las generalidades y diagnóstico situacional del cantón Chimbo y de la ruta. Posteriormente, en el capítulo dos se realizará el estudio de mercado, se definirá el mercado objetivo, la selección de la muestra y sus técnicas de recolección de datos sobre el tema abordado, para luego tabular y finalmente interpretar y analizar los datos obtenidos en este estudio.

En cuanto al tercer capítulo es necesario plantear nuestro diseño de propuesta, realizando el plan de marketing, para ir definiendo nuestro producto, su precio, plaza y definición de las estrategias de comercialización y promoción. De este modo en el cuarto capítulo se realizará un análisis financiero para analizar cuál será la inversión en este proyecto. Y finalmente tenemos las conclusiones y recomendaciones que nos ayudaran a definir si esta investigación pudo cumplir con el objetivo general

# **CAPITULO I**

## **GENERALIDADES**

### **1.1.Tema**

Plan de marketing turístico para la promoción de la ruta DownHill “Mama Rumi” en el cantón Chimbo.

### **1.2.Justificación**

La presente investigación se enfoca en el desarrollo de un plan de marketing que promueva la utilización de la ruta “Mama Rumi” ubicada en el cantón Chimbo, la misma que ha sido utilizada para competencias en bicicleta en deportes extremos como el DownHill, alrededor de 8 años.

La ruta se encuentra en un lugar muy privilegiado ya que cuenta con un gran potencial natural y cultural. Antiguamente se utilizaba para el intercambio de productos de la costa y de la sierra y fue conocida como el camino del inca.

Actualmente este lugar se ha desarrollado solo con la función básica de promover el deporte extremo. Sin embargo, es muy importante destacar esta ruta

como generadora de ingresos económicos a una población que se ve completamente olvidada por las autoridades. Esta investigación es de total utilidad para todo el cantón Chimbo, ya que hasta el momento no ha alcanzado un reconocimiento como destino a nivel nacional. Esto se debe a la falta de promoción y difusión de los sitios y la diversidad de cultura que este cantón posee.

La propuesta de este plan de marketing es desarrollar una nueva fuente de ingresos a través del turismo, la misma que se llevará a cabo durante todo el año a través de actividades que generen un flujo de turistas que permitan un impulso en la economía del cantón, beneficiando de esta manera a la población de Chimbo y Telimbela que es donde se realiza esta actividad.

### **1.3.Alcance**

La elaboración del plan de marketing abarca el cantón Chimbo, desde las antenas de Pucará de la parroquia la Magdalena hasta la parroquia de Telimbela del mismo cantón, donde se encuentra situada toda la ruta “Mama Rumi”. El recorrido de 15 km en descenso arranca a 3000 metros de altura y termina entre los 800 y 500 metros sobre el nivel del mar.

El presente proyecto contempla algunas estrategias necesarias para la ejecución de las distintas fases previas a la promoción y a la vez del proceso en si para publicitar la ruta y las diversas actividades turísticas y culturales que brinden la mejor solución para el desarrollo económico y turístico del cantón.

### **1.4.Objetivo general**

Elaborar un plan de marketing para que la ruta de DownHill “Mama Rumi” contribuya al fortalecimiento de la economía local de la población de Chimbo.

### **1.5.Objetivos específicos**

- Realizar la evaluación financiera del plan de marketing para conocer la viabilidad del mismo.
- Elaborar un diagnóstico situacional del cantón Chimbo y la ruta “Mama Rumi”.
- Conocer la percepción que los ciclistas de DownHill nacionales e internacionales tienen sobre la imagen de la ruta “Mama Rumi”, con la finalidad de conocer el posicionamiento que la ruta tiene en el mercado.
- Elaborar el plan de marketing y estrategias de promoción que logren posicionar a Mama Rumi como una de las Rutas de DownHill más importantes del Ecuador

### **1.6.Antecedentes**

De acuerdo a la investigación bibliográfica realizada, existen algunos proyectos enfocados en los deportes de aventura específicamente del DownHill que es nuestro caso de estudio, tales como:

“Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al ensamblaje y comercialización de un scooter para DownHill en la ciudad de Quito”. Canelos (2016) en este plan propone la creación de un nuevo modelo, un scooter con una tecnología avanzada y un diseño innovador que permitiría al deportista una nueva y mejorada forma de realizar el deporte DownHill. Se realizaron varias entrevistas donde se priorizaba el uso de tecnología de punta, diseños, equipo seguro y otros a la hora de seleccionar o comprar este equipo para el desarrollo del deporte antes mencionado. Sin lugar a dudas es importante que existan nuevos y variados implementos que sirvan para la realización de este deporte extremo, además de poder tener en cuenta que el mercado actual es cada vez más exigente en cuanto al uso de tecnologías que le faciliten y a la vez le brinden una mayor seguridad a la hora de realizar su deporte favorito.

En otro estudio “Revista digital de deportes extremos como apoyo al incremento del sector turístico en el Ecuador”. Armas (2015) plantea el diseño y desarrollo de una revista digital, la cual está enfocada en los deportes extremos, las características geográficas con las que cuenta nuestro país para la realización de este tipo de turismo y a la vez aborda temas sobre el cambio de la matriz productiva en el Ecuador.

Es importante recalcar que se denotan el uso de nuevas tecnologías de información y comunicación, aportando una nueva revista virtual especializada en los deportes extremos en el Ecuador, dentro de otro estudio “Plan de marketing para la comercialización de bicicletas de montaña” realizado por Veliz (2015).

Existen algunas investigaciones con respecto al DownHill en la provincia Bolívar, debido a que hay una gran variedad de rutas en diferentes lugares de esta provincia. Sin embargo, no existen investigaciones con respecto al cantón Chimbo referente a “Mama Rumi”. Los estudios hacen referencia a los deportes extremos en general y específicamente en ciudades tales como Quito y otros en Azuay.

Por esta razón, la importancia de este plan de marketing para promocionar la ruta “Mama Rumi”, será de gran utilidad, ya que a pesar de realizarse eventos cada año en el sitio con varios ciclistas nacionales y extranjeros, es importante darle el realce y difusión que se merece tanto por la actividad deportiva que se realiza en el lugar como por su gran variedad de atractivos naturales.

## **1.7.Diagnóstico del destino**

### **1.7.1. Consideraciones generales**

En este plan de marketing está considerada la ruta “Mama Rumi”, localizada en el cantón Chimbo, provincia de Bolívar, a 24 km de la ciudad de Guaranda la capital de la provincia.

Chimbo corresponde a la zona de planificación 5. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), cuenta con una población de 15.779 habitantes, de los cuales 4.402 están en el área urbana y 11.377 en el área rural, representando el 8.9% de la población total de la provincia Bolívar

Chimbo fue la tercera ciudad que se fundó en los territorios de lo que hoy es el Ecuador, acto que llevó a cabo Sebastián de Benalcázar en el año 1534. En pocos años alcanzó un importante desarrollo. Por desgracia, debido al terremoto del 29 de agosto de 1674, fueron destruidos los pueblos del Corregimiento de Chimbo, lo cual dio como resultado la decadencia económica del cantón, ya que gran parte de sus habitantes prefirieron trasladarse a vivir en otros lugares (Avilés, 2017). Con el paso de los años muchos volvieron para reconstruirla, pero un nuevo terremoto sucedido en 1775 la aniquiló una vez más y sus pueblos quedaron sepultados bajo las inmensas masas de tierra y lodo (Avilés, 2017).

Esta región cuenta con un relieve predominante y montañoso y una variedad de pisos climáticos, desde el páramo hasta el subtrópico, donde se encuentra una rica biodiversidad y es hasta donde llega la Ruta MAMA RUMI. Sus principales actividades económicas son las: agropecuarias y la pequeña industria.

El clima del cantón es uno de los principales atractivos de esta zona ya que cuenta con variedad de climas, en las zonas bajas del subtrópico su temperatura oscila entre los 16 y 20° centígrados, mientras que en las zonas altas su temperatura está entre los 12 y 14 grados.

El cantón cuenta con una parroquia urbana y cuatro rurales las cuales están distribuidas de la siguiente manera.

**Tabla I. División política del cantón Chimbo**

<b>División política:</b>	
Parroquia Urbana:	San José de Chimbo
Parroquias rurales:	La Asunción. La Magdalena. San Sebastián. Telimbela.

**Elaborado por:** Autoras

## **1.7.2. Análisis interno**

### **1.7.2.1. Análisis de la Oferta**

“Mama Rumi” es considerada como una de las rutas más largas en descenso en el Ecuador con terrenos rústicos, curvas cerradas, caudalosos ríos, rampas empinadas, atractivos que se hacen más satisfactorios para el deportista que asiste al evento (Ministerio de Turismo, 2017).

El evento “DownHill Mama Rumi” se realiza una vez al año en el mes de septiembre, organizado por el señor Mauricio Gaibor quién es el encargado de la logística y el respectivo mantenimiento de la ruta, que inicia en las antenas de pucara de la parroquia La Magdalena y termina en la parroquia de Telimbela del cantón Chimbo.

El evento se realiza en dos días, en 11 categorías con 200 corredores nacionales y extranjeros y en una pista de 27 km de recorrido. En su primera competencia participaron 23 pilotos, sin embargo, la mayor cantidad de participantes ha sido de 283 pilotos, lo que resultó un poco difícil para que la competencia se desarrolle de una manera más rápida. Es por eso que en la actualidad solo hay un cupo de 200 pilotos

En octubre del 2016 se dio la séptima competencia, donde se cambió de formato a la carrera, a dos días de competencia por dos diferentes pistas que salen desde un mismo punto y llegan a Telimbela donde se premia por tiempos, ya que se les entrega chips a los pilotos.

La parroquia cuenta con una variedad de atractivos culturales y naturales como se observa en la Tabla 2, en los que se puede implementar una variedad de actividades como: caminatas, cabalgatas, camping, fotografía y observación de flora y fauna.

A lo largo del país existe una gran variedad de rutas en diferentes ciudades, las más reconocidas son: “Run Tun” en Baños, “La Paz” en Cuenca y “La clásica de Cantuña” en Quito. Estas rutas a diferencia de “Mama Rumi”, durante el recorrido no presentan una variedad de flora, fauna, climas y su descenso no es muy extenso. Esto es lo que hace la diferenciación de esta ruta ya que su duración en descenso es de media hora.

En la misma provincia Bolívar el DownHill se ha adherido a los ciclistas como uno de sus deportes favoritos debido a la gran variedad de rutas que existe, pero ninguna se iguala a la extensión de “Mama Rumi”, lo que hace que sea la preferida por los pilotos de este deporte extremo.

En la provincia de Bolívar existen diferentes rutas como: Lourdes, Tagma, Shunguna y Susanga.

**Tabla II. Recursos**

DESCRIPCIÓN	
<b>Cerro Mama Rumi</b>	Al interior de este cerro se encuentra un camino tradicional que es utilizado para el descenso en bicicletas montaÑeras desde el sector de Pucará (3.000 msnm, camino antiguo recorrido por los Quitus, Shyris, incas, espaÑoles) hasta Telimbela, cuya distancia es de 14.17 km.



**Figura 1. Cerro Mama Rumi**

Elaborado por: Autoras

---

**Rio Telimbela**

Es el más importante y caudaloso del sector, acrecienta con su murmullo la belleza de las inmediaciones de la parroquia. sus aguas puras y cristalinas hacen de este paraje un ambiente seductor para admirarlo y un buen lugar para relajarse y descansar en sus orillas y riveras.



**Figura 2. Río Telimbela**

Elaborado por: Autoras

---

---

**DESCRIPCIÓN**

---

**Cascada de Ashcoaca** Se encuentra en la comunidad de Ashcoaca en los terrenos de la Sra. Magdalena Veloz. Esta zona pertenece al bosque húmedo montano bajo, tiene una altura de 20 m. y un ancho de 15 m forma parte del trayecto del río Telimbela.



**Figura 3. Cascada de Ashcoaca**  
Elaborado por: Autoras

---

**Cascada Telimbela** Se encuentra ubicada en la parroquia Telimbela, entre los terrenos del Sr. Rodolfo Silva al lado izquierdo y del Sr. Cicerón Moya por el lado derecho. Esta cascada posee una altura máxima de 25 m. y un ancho de 4 m. y una inclinación de 60 grados.



**Figura 4. Cascada Telimbela**  
Elaborado por: Autoras

---

---

**DESCRIPCIÓN**
**Fiestas de la Virgen Mercedes de Agua Santa del Valle**

En el lugar se celebra la fiesta de la Virgen de Agua Santa del Valle el 24 de septiembre de cada año, en memoria de su patrona que se encuentra plasmada en una roca, cerca de esta nace una vertiente de agua bendita que los feligreses la consideran como agua curativa. La celebración de su fiesta tiene una duración de 3 días.



**Figura 5. Fiestas de la Virgen de Mercedes de Agua Santa del Valle**  
 Elaborado por: Autoras

---

**Piedra con jeroglíficos**

Esta piedra se halla en los terrenos del Sr. Güillín cerca de un cementerio muy antiguo que en la actualidad está abandonado. Para llegar a este sitio hay que caminar 25 minutos y cruzar el río Telimbela por un par de caña guadua que se encuentran sobre el río.

---

## DESCRIPCIÓN

### Trapiches tradicionales

Se ubican a 1 km aprox. de la cabecera parroquial de Telimbela. El trapiche se encuentra fabricado con materiales propios de la zona. Está rodeado por plantaciones de caña. El techo del trapiche está hecho de hojas de cade, es de tipo mecánico movido por dos bueyes de donde se saca el jugo de caña.



**Figura 6. Trapiches tradicionales**  
Elaborado por: Autoras

### 1.7.2.2. Análisis de la demanda

Los datos estadísticos para la determinación o estimación del volumen de potenciales visitas a la zona son sumamente limitados. La demanda se concentra más en visitantes o ciclistas jóvenes entre las edades de 13-18 y de 20 -40 años que son apasionados del deporte y aventuras extremas, la mayoría provenientes de las provincias de Pichincha, Guayas, Tungurahua y Cotopaxi.

Desde el año 2009 al 2015 el evento se realizó en una sola ruta iniciando con 23 pilotos y llegando a un máximo de 283 pilotos. En el año 2016 se realizó la carrera por dos rutas diferentes y en dos días. La ruta es reconocida internacionalmente por las revistas “Nat Geo” y “Bike Magazine” por lo que

convoca ciclistas extranjeros de los países de Brasil, Canadá y Uruguay. La ruta llega a un nivel de dificultad medio alto, es muy atractiva por la extensión en descenso y la gran diversidad de flora, fauna y pisos climáticos que se observan en el recorrido.

Es posible caracterizar de cierta forma las tendencias de consumos. En el 2011 el Ministerio de Turismo (2011), a través de la Dirección de Investigación, generó el documento “Bolívar turismo interno y receptor 2011” sobre las visitas a nivel nacional, donde se establece que el 1,6% de las visitas llegaron a la provincia Bolívar.

En cuanto a la principal motivación de visita por parte de los visitantes extranjeros no residentes, según el mismo estudio, se evidencia que la mayor motivación es “vacación, recreo y ocio” en viaje a provincia de Bolívar. Los destinos de mayor representación dentro de la provincia de Bolívar es la ciudad de Guaranda con el 87% del total de visitantes a la provincia, y el 8% la parroquia la Magdalena que es la que se encuentra geográficamente junto a la parroquia Telimbela (Ministerio de Turismo, 2011).

### **1.7.2.3. Infraestructura y servicios complementarios**

En la parroquia Telimbela lamentablemente no existen establecimientos ni hoteleros ni de restauración. Sólo para los fines de semana y días de la competencia existen dos lugares informales donde venden comidas típicas de la zona. En cuanto a establecimientos hoteleros no existe de ningún tipo. Existen dos establecimientos de hospedaje y alimentación no categorizados en el cantón Chimbo que se encuentran a 180 km de la parroquia Telimbela. Esto se ha convertido en un problema al no poder brindar un buen servicio a los turistas extranjeros que participan en el evento.

Cabe recalcar que existe una cercanía a los cantones de Guaranda y San Miguel en los que se encuentran registrados 22 establecimientos turísticos de alojamiento, el número de plazas (camas) de hospedaje es de 843 plazas (camas). El número establecimientos de comida y bebidas es de 32, registrados hasta noviembre del 2013 en el Ministerio de Turismo. El número de sillas (capacidad) en los establecimientos de comida y bebidas es de 1.483 sillas. Tan solo existe una agencia de viajes operadora en la provincia Bolívar y no existen Compañías de transporte turístico (Gobierno Autónomo Decentralizado de Guaranda, 2014)

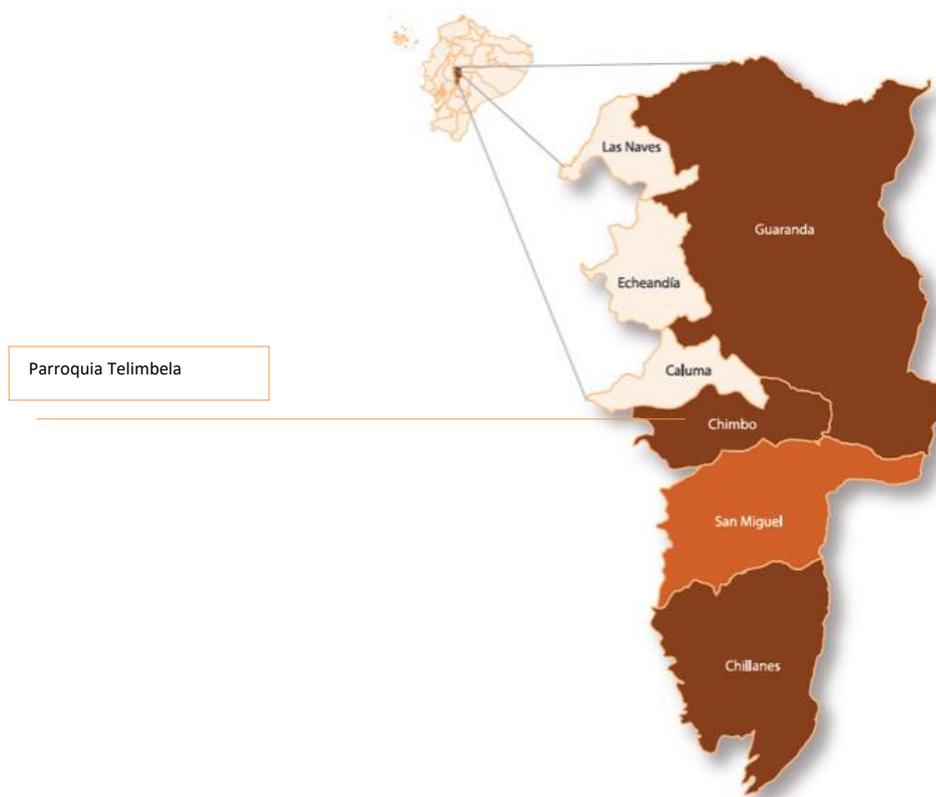
Sin embargo, cabe recalcar que en el cantón Chimbo existen dos establecimientos de alojamiento catalogados como hostales en buenas condiciones para más de 80 plazas, más de cinco restaurants no categorizados con variedad de menús y un patio de comidas típicas.

La parroquia Telimbela, cuenta con energía eléctrica, agua potable, teléfono fijo y un subcentro de salud, con un médico y dos enfermeras. Por otro lado, no cuentan con cobertura de telefonía móvil, un sistema de alcantarillado y acceso a internet satelital.

Adicionalmente, se han gestado significativos avances al mejoramiento de los servicios básicos, por ejemplo:

- Adoquinado de las principales calles de la parroquia en convenio con la Municipalidad de Chimbo.
- Ampliación y lastrado de la vía Magdalena Telimbela gracias al apoyo del Gobierno Provincial de Bolívar.
- El sistema de recolección de basura se lo realiza dos veces a la semana.

En cuanto accesibilidad y conectividad, en primer lugar, se debe contextualizar cuales son los principales puntos de referencia y distribución de flujos de transportación. En este caso Guaranda, Chimbo y San Miguel, se constituyen en puntos focales de la estructura de conectividad con la zona de Mama Rumi.



**Figura 7. Gobernanza/Superestructura**  
Elaborado por: Autoras

El Gobierno Municipal del cantón Chimbo en el año 2016 expidió la **ORDENANZA QUE ESTABLECE LA SERVIDUMBRE DE TRÁNSITO A TRAVÉS DE LA CUAL CRUZA LA RUTA DENOMINADA “MAMA RUMI”**. Fue discutida y aprobada en el seno del concejo en las sesiones ordinarias de fecha 01 de junio de 2016 y su aprobación en segundo y definitivo debate, el 17 de agosto de 2016.

El principal objeto de la elaboración y aprobación de esta ordenanza es declarar a los 16.76 kilómetros geo referenciados que constituyen la ruta denominada “MAMA RUMI” comprendida dentro de las siguientes coordenadas y especificaciones: desde el sector denominado Pucará P1.X710843. Y9817130. Z303MSNM; hasta la unión de los ríos Telimbela y Pilcopite P490. X702148. Y9815120. Z953MSNM; como ruta ecológica y recreacional, destinada a la actividad turística, sin perjuicio de su eventual prolongación; impulsar el reconocimiento de su valor natural, histórico y paisajístico; y, potencializar la participación ciudadana de modo consiente y sostenido para la recuperación ambiental de la ruta (Gobierno Autonomo Descentralizado de Chimbo, 2016)

#### **1.7.2.4. Comunidad receptora**

Telimbela se encuentra ubicada en una zona subtropical a 1.044 m.s.n.m., tiene una temperatura media de 18° centígrados y está localizada aproximadamente a unos 35 km de la cabecera cantonal de San José de Chimbo y tiene una población de 3.343 habitantes (INEC, 2010)

Se conoce que en la época precolombina gran parte de este territorio de esta parroquia estuvo habitada por la tribu de los Tomabelas, famosa por las artes en la brujería. Su gente se dedica al sembrío y cultivo de varios productos como: la mora, tomate, naranjilla, plátano, naranja, caña de azúcar, café y naranjilla, esta zona es rica en producción agrícola y ganadera. En esta localidad se encuentra varios atractivos cómo cascadas, ríos, el cerro “Mama Rumi” con una gran diversidad de flora y fauna, y trapiches tradicionales (Colcha & Solano, 2011).

### 1.7.3. Análisis externo

#### 1.7.3.1. Tendencias económicas

Las principales actividades económicas en el cantón son la agricultura, la ganadería y el desarrollo artesanal. En el sector rural del cantón es donde se realiza el mayor porcentaje de actividades ganaderas y de agricultura. Los principales productos que se cultivan son maíz, frejol, arveja, trigo y en el subtrópico la caña de azúcar.

El cantón es muy reconocido por sus artesanos que elaboran pirotecnia con sus hábiles manos. Las pirotecnias son elaboradas con palma de carrizo, lo cual crea un espectáculo único, de luces y color. Es notable también la habilidad de sus artesanos que fabricaban carabinas, escopetas, pero ahora se dedican a elaborar artesanías en hierro, elaboración de guitarras y hermosos instrumentos elaborados a base de maderas finas que existen en la región.

En una actividad muy antigua, asimismo fomentando una actividad de ancestros, existen artesanos que elaboran artesanías en barro, una actividad que en la actualidad se está renovando, y finalmente la elaboración de caramelos artesanales. Por ello, estos artesanos hacen del cantón Chimbo único en el país.



**Figura 8. Pirotécnica**  
Elaborado por: Autoras



**Figura 9. Ebanistería**  
Elaborado por: Autora



**Figura 10. Artesanías en hierro forjado**  
Elaborado por: Autoras



**Figura 11. Artesanías en barro**  
Elaborado por: Autoras



**Figura 12. Caramelos artesanales**  
Elaborado por: Autoras

### **1.7.3.2. Proyección**

Se considera que, con un adecuado proceso de intervención y un modelo de desarrollo sostenible, este recurso “Mama Rumi” puede convertirse en un icono para la región.

La ruta “Mama Rumi” cuenta con la capacidad de generar flujos, y por ende ingresos, las limitantes están dadas por las condiciones de accesibilidad y por la inexistencia de infraestructura en el sector. La innovación que realiza el organizador del evento cada año, hace que la ruta sea más atractiva. La existencia de otros recursos naturales y culturales como las cascadas o ríos hacen que esta parroquia sea más atractiva y crea ambición en algunas personas para crear emprendimientos.

El implemento de otras actividades como: deportes extremos, caminatas, cabalgatas, fotografía es muy atractivo y de alto interés para la parroquia y el cantón en general ya que existiría nuevos nichos de mercado lo que permitirá una gran afluencia de turistas.

## CAPÍTULO II

### ASPECTOS METODOLÓGICOS

#### **2.1. Diagnóstico del estado actual de la problemática que se investiga**

Aunque para este caso, el grupo de estudio escogido da la impresión de ser reducido y particular, éste se encuentra sumergido en el mundo del ciclismo, en particular el DownHill. Los deportistas entrevistados cuentan con muchos años de práctica y poseen una característica primordial que se ha buscado en ellos, esta particularidad es el haber recorrido además de otras rutas tanto dentro o fuera de nuestro país, la ruta objeto de nuestro estudio, la “Mama Rumi”, otorgándonos de esta manera una clara idea de la percepción, imagen y posicionamiento que tiene la ruta a nivel general en el ámbito de este deporte como es el ciclismo de montaña.

Por otra parte, debido a la interacción que se suscita entre el investigador y su informante de estudio, se puede dar lugar a la subjetividad, reconociendo de antemano que ambas partes son personas, seres emocionales y el investigador pueda de alguna manera influir en éste en el transcurso de la investigación en

cuanto a sus emociones o su actuar. Sin embargo, ésta misma interacción generará bases para la reflexión de ambos enriqueciendo de esta manera la investigación.

Para este proyecto final se utilizaron métodos cualitativos que permitieron al informante desarrollar un amplio comentario sobre lo que éste creía relevante, expresándose libremente luego de cada pregunta realizada, proporcionando a su vez la confianza necesaria para profundizar en ciertos temas o interrogantes de las que el investigador requería mayor información, abriendo de esta manera oportunidades enriquecedoras para la investigación.

Finalmente, al aplicar la entrevista a profundidad se logró acceder al fenómeno bajo la óptica de quienes lo viven en la realidad, con esto se alcanzó que ellos mismos expliquen las ideas, las relaciones, las vivencias que se generan a través de esta actividad deportiva, partiendo de esta manera en una reflexión propia sobre sus actos y deseos, construyendo en sí a un enriquecimiento de su propia concepción sobre su actividad deportiva.

Dicho lo anterior queda en evidencia la manera como se abordó a los ciclistas que se entrevistaron en esta investigación, la manera como se llegó a ellos y se interactuó, por ende, una vez determinada esta etapa, se pasa a continuar con el relato de los seguimientos que se dieron para llegar a obtener la información, así como su sistematización y análisis.

## **2.2.Explicación de los resultados obtenidos mediante los métodos aplicados**

La investigación se realizó en dos grandes etapas que son, en primera instancia una investigación documental y otra investigación propiamente de campo, por último, una etapa de sistematización y análisis de la información obtenida.

La primera etapa consistió en estudiar un cierto número de conceptos, que nos permitirían obtener más información acerca de nuestro tema de estudio, de igual manera, investigaciones previas que se hayan elaborado en contextos similares a este proyecto, tanto a nivel nacional como internacional. De esta manera podríamos contrastar conocimientos de diversos autores y enriquecer los nuestros.

Seguidamente, una vez realizada la investigación documental, conceptualizaciones, y otros se procedió a realizar el trabajo de campo con los informantes previamente descritos anteriormente.

En primera instancia las conceptualizaciones aparte de brindarnos un contexto general del DownHill en el Ecuador, también hizo posible conocer la evolución de este deporte, propagación y crecimiento del mismo. Sin embargo, aún después de indagar en estos temas y estudios previamente elaborados, no tenemos suficiente información que aclare temas claves para nuestro estudio como el posicionamiento, la imagen que tiene la ruta “Mama Rumi” y más aún la percepción de la misma detallada por los ciclistas.

Por consiguiente, se volvía necesario abordar en segunda instancia la siguiente etapa directamente relacionada con los ciclistas, los mismos que nos ayudarían a entender porque “Mama Rumi” es considerada como una de las mejores rutas para realizar este deporte extremo como es el DownHill y qué mejor información de los mismos personajes que hacen posible este deporte nos detallen si esta afirmación es cierta o no.

Finalmente se dividió estas entrevistas en dos secciones que están básicamente relacionadas con los objetivos que se plantearon al comienzo de esta investigación. De tal manera que las primeras 5 preguntas estructuradas están relacionadas en conocer un poco sobre el surgimiento de este deporte para ellos, sus gustos, y el nacimiento de esta pasión, cuál es la imagen que los ciclistas tienen de la Ruta Mama Rumi, la percepción que tienen

de la misma y además determinar si está o no posicionada en el país y si lo está de qué manera.

De igual forma la segunda sección está más ligada a las estrategias de promoción y a los medios por el cual la información sobre Mama Rumi es difundida, lo que nos dará una pauta para determinar si lo que se está haciendo en este ámbito está focalizado de la manera correcta o no y establecer ciertas pautas o recomendaciones futuras para el perfeccionamiento o mejora de esta ruta.

### **2.3.Diseño metodológico**

La metodología que se utilizó en el presente fue un diseño no experimental dado que es un caso práctico que se refleja en el catón Chimbo, en la ruta de DownHill. El tipo de investigación es descriptivo o correlacional, ya que se determinó la relación entre los resultados de la investigación con los objetivos, se empleó la investigación aplicada fundamental, esta permitió generar el conocimiento teórico de la situación actual de la ruta, utilizando una investigación documental bibliográfica, y además las fuentes reales de la investigación existente en bibliotecas, revistas, entre otros métodos documentales. Así como, fuentes de información primaria tales como entrevistas a los ciclistas y al organizador del evento.

#### **2.3.1. Método Histórico**

Mediante este método se recolectó información histórica, actual y estadística de la actividad turística del cantón Chimbo, especialmente de los deportes extremos que se realizan en la ruta de “Downhill Mama Rumi”.

A partir de la investigación realizada en donde se observa que la zona estuvo históricamente dedicada a la elaboración de juegos pirotécnicos, y que, al quedar esta

actividad prohibida, el cantón Chimbo quedó contraído significativamente, por lo que muchas personas se quedaron sin empleo y oficio.

### **2.3.2. Método Inductivo**

Este método permitió analizar científicamente una serie de acontecimientos de carácter particular para llegar a generalidades que sirvieron como base en la investigación; tales como cambio de políticas, restricciones, inestabilidad económica, falta de apoyo gubernamental, dolarización, etc. que impactaron drásticamente al cantón, llevándolo a una severa recesión económica, teniendo un gran potencial turístico.

### **2.3.3. Método Sintético**

Fue empleado para unir y relacionar la información recolectada sobre el turismo en Chimbo y en la ruta de “Downhill Mama Rumi”, de manera que proporcionó resultados que fueron determinantes para conocer el potencial turístico de la zona.

Como resultado de la investigación de la problemática observada, se puede sintetizar que la ruta de “Downhill Mama Rumi” está apta para ser utilizada en otros deportes extremos aparte del ciclismo. Sin embargo, en la actualidad no está siendo explotada turísticamente por lo que se desea aprovechar las características del área, dado que en este lugar se puede acampar y realizar otras actividades fomentando el deporte.

## **2.4. Métodos cualitativos**

La finalidad de la selección de cualquier metodología es el adquirir conocimientos, de allí la utilización del método adecuado que nos permita conocer la realidad de lo que se

quiere investigar es fundamental, de tal manera que las características del tema y los resultados que se deseen obtener derivarán a la dirección analítica metodológica que se escoja. Este proyecto es de carácter cualitativo y tiene como objetivo primordial la descripción de las cualidades de un fenómeno, en este caso entender a los downhilleros, sus motivaciones y deseos. Es decir, busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No solo se trata de medir o comprobar cierta cualidad, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Con el uso de esta metodología no se pretende abarcar un tema con exactitud, más bien, se trata de profundizar en el mismo. De igual manera, se debe recalcar lo difícil que ha sido tratar de obtener una base de datos de ciclistas, tanto a nivel local en cuanto a ciudades, como a nivel general en el país. El mismo Ministerio de Deporte no cuenta con dicha información, siendo estos grupos particulares que se han ido formando por la afición que tienen hacia el ciclismo, de tal manera que no se encuentran reconocidos en ninguna entidad que lleven registros de los mismos. Por ello, en vez de tratar de buscar a los downhilleros por todo el Ecuador adicionando además que esta investigación está dada en un período corto de tiempo, se determinó concentrarse en un determinado número de expertos en este tema que han recorrido un sinnúmero de rutas de montaña en el país y en algunos casos incluso en el exterior.

## **2.5. Tipos de investigación**

Según el nivel de análisis y de alcance, el proyecto posee estos tipos de investigación

### **2.5.1. Investigación Exploratoria**

Se visitó la ruta de “Downhill Mama Rumi” del cantón Chimbo, para observar la situación actual de esta área.

### **2.5.2. Investigación Descriptiva**

Se detalló la situación actual de la ruta de “Downhill Mama Rumi”, su geografía, su recorrido y los principales eventos que en esta ruta se realiza.

### **2.5.3. Investigación Correlacional**

Se analizó la relación entre la promoción del país como potencia turística con la reactivación de la economía del cantón Chimbo.

### **2.5.4. Investigación Explicativa**

Se dieron explicaciones bajo qué condiciones se puede promocionar la ruta de “Downhill Mama Rumi” como sitio turístico del cantón Chimbo y cuáles son los efectos de la creación de un plan de marketing para dar a conocer este sector.

## **2.6. Alcance de la investigación**

- **Campo:** Turismo
- **Áreas Específicas:** Promoción
- **Aspecto:** Plan de marketing
- **Periodo:** 2017
- **Tipo de Investigación:** Básica
- **Periodo de Investigación:** Seis meses
- **Población:** Ciclistas downhilleros
- **Marco Espacial:** Cantón Chimbo, Provincia de Bolívar

## 2.7. Relación y codificación de entrevistados

Tabla III. Codificación de entrevistados

Código	Iniciales	Competencias Realizadas	Edad	Años de Experiencia	Categoría de Participación
C01-MG	MG	40	36	4	Máster
C02-PM	PM	25	16	4	Junior
C03-MV	MV	200	36	15	Enduro
C04-AG	AG	100	38	25	Élite
C05-DR	DR	100	35	20	Élite
C06-DM	DM	150	32	25	Élite
C07-FG	FG	60	38	15	Élite
C08-AR	AR	30	30	12	Máster
C09-DS	DS	200	37	15	Máster

Elaborado por: Autoras

## 2.8. Sistematización y codificación de las entrevistas

Tabla IV Categoría 1 El ciclismo DownHill en Ecuador

Elaborado por: Autoras

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	SUBCATEGORÍA	ENTREVISTADO C01-MG	ENTREVISTADO C02-PM	ENTREVISTADO C03-MV	ENTREVISTADO C04-AG	ENTREVISTADO C05-DR	ENTREVISTADO C06-DM	ENTREVISTADO C07-FG	ENTREVISTADO C08-AR	ENTREVISTADO C09-DS	RESUMEN CONCLUSIVO
	Significado personal del ciclismo Downhill	Y poco a poco me di cuenta que el ciclismo de montaña para mí es yo diría que la mitad de mi vida, es donde yo ooo deo el estrés, donde yo me relajo, conozco la montaña, respiro aire puro, entonces en sí el ciclismo de montaña es algo muy importante en mí.	El ciclismo de montaña es bien bonito, se disfruta, se consiguen amigos, personas especiales, se disfruta lugares nuevos, entre otras cosas.	Nos topamos con rocas, raíces, lodo, lo que normalmente en el camino eh, suben los animales, por ahí nosotros bajamos, es lo que se llama aquí chaquiñán, eso es lo que hacemos, para mí es un estilo de vida.	Para mí es un estilo de vida, la verdad que tantos años haciendo ciclismo que uno ya como que empieza a sentir que el cuerpo se siente vivo cuando se está montando en bicicleta.	Es una actividad que ayuda mucho a mantenerse en forma a estar en lugares diferentes a conocer personas y pues bueno es una actividad que aunque tiene un grado de riesgo hablando del downhill eh pues también al mismo tiempo tiene muchas emociones y mantiene mucha actividad física en las personas.	Estoy vinculada desde niña gracias a la influencia de mis padres y es mi pasión. El ciclismo una vez que lo practicas y te gusta se vuelve para uno como parte de su vida, digamos un estilo de vida.	Una gran oportunidad para estar en contacto con la naturaleza, disfrutar de la adrenalina al montar sobre la bici, tener trabajando a mi cuerpo al 100% mientras atravieso cada obstáculo. El ciclismo es libertad, adrenalina, en un estilo propio de vida.	Es un deporte donde se mezcla un sin número de emociones donde solo la persona que se encuentra involucrada lo puede entender, ya que es un despliegue de adrenalina y felicidad en un mismo tiempo, también con el downhill se ha conocido diversos lugares, paisajes, culturas, amigos entre otros.	Es unión entre amigos, es amistad, eehh, es disfrutar de la naturaleza respirar el aire puro, cumplir retos.	Para los entrevistados el ciclismo es parte de su estilo de vida diario, ya que gracias a este deporte han afianzado nuevas amistades, han conocido nuevos lugares y han podido cuidar su salud de mejor manera.
CATEGORÍA 1 El ciclismo Downhill en Ecuador	Experiencia en competencias	Bueno como competidor yo corrí durante 4 años exactamente no tengo el número de competencias, pero he corrido aquí localmente, salimos a correr a nivel nacional y fuera del país no hemos participado.	Bueno yo ya he realizado bastantes competencias no tengo la cuenta exacta pero sí tengo bastantes competencias, serán unas 25 aproximadas a lo largo de mi carrera en ciclismo.	Bueno yo personalmente creo que más de unas 100 carreras corridas y yo creo que unas 40 organizadas.	Uffffff un montón cuantas serán, deben ser más de unas 200 tal vez.	He hecho una copa que se llama free star en Gualaceo, he corrido en Chambo, en Ambato Cotopaxi, Píchincha y así en Cuenca en diversas partes, aquí en Lourdes, San Miguel etc.	Bueno la verdad es que son incontables, no recuerdo exactamente serán que alrededor de unas 100, 150 no sé pero imagínate desde los siete años hasta la actualidad.	No podría describir un número exacto pero diría que unas 500 entre locales y nacionales.	Innumerables competencias no podría hacer memoria exacta de cuantas he corrido. Tal vez unas 130 de pronto, no podría decirlo con exactitud.	Hijole, me va a creer que se me ha olvidado, más o menos cuantas competencias en toda la vida, ehhh unas 400.	La mayoría de los entrevistados tienen experiencia tanto dentro como fuera del país en competencias de ciclismo, por lo que se refela que este deporte ha ido ocupando terreno entre los deportistas del país, los cuales destacan en competencias internacionales. Los entrevistados están de acuerdo de que el ciclismo Downhill ha evolucionado mucho en el Ecuador, pero como actividad más no como deporte, esto se debe a los altos costos de los accesorios necesarios para practicar este deporte y de los viajes que se deben de hacer para participar en los eventos.
	Evolución en el Ecuador	Considero que el ciclismo en el Ecuador ha evolucionado yo diría un 500%, osea ahora hay mucha gente que hace bici por salud, por diversión y el ciclismo ha evolucionado bastante, existe muy buen nivel dentro del país para competencias internacionales.	Sí, definitivamente si ha evolucionado bastante, como ahora está evolucionando el downhill así también ahora está evolucionando el endure, hay mucha gente que practica este deporte ya sea solo por mantenerse sano.	Bueno yo creo que la organización ha evolucionado bastante, antes era mucho más precaria, ahora ya nos preocupamos bastante más en la calidad y cantidad de competidores que tenemos en cada carrera.	Si yo creo que sí en el Ecuador ha evolucionado un montón y para bien, porque ahora hay más gente que practica este deporte, aunque lamentablemente es un deporte costoso donde no todo el mundo puede practicar, yo creo que ese es un punto en contra el asunto del downhill.	El Downhill como actividad sí pero como disciplina no, no sé si no existen los apoyos necesarios o la gente no tiene la suficiente capacidad de gestión para conseguir apoyo.	Sí ha evolucionado hay cada vez más rutas, hay más gente que lo practica. Considero que es una tendencia mundial. Pero al Ecuador llega un poco más pausado que a otros países, yo creo que es por nuestras posibilidades económicas ya que el downhill es un deporte costoso por todos los equipos que necesitas adquirir para practicarlo	Si, el ciclismo en Ecuador tiene un muy alto nivel gracias a su irregularidad de terrenos el mismo que cada año se ve reflejado en resultados en campeonatos panamericanos y otros.	Notablemente en los últimos años se ha visto un progreso muy importante, la bicicleta aquí en el Ecuador era solo para dar una vuelta por ahí hacer mandados y poco a poco se han ido estableciendo hasta lugares exclusivos para practicar este deporte.	Ha evolucionado bastante, bastante no solo el downhill sino el ciclismo en general porque usted cuando habla también de ciclismo de montaña, está hablando también de ramas de ciclismo, lo que es el ascenso Cross country lo que es el descenso downhill.	

Tabla V. Categoría 2 Descripción de la Ruta DownHill

Elaborado por: Autoras

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	SUBCATEGORÍA	ENTREVISTADO C01-MG	ENTREVISTADO C02-PM	ENTREVISTADO C03-MV	ENTREVISTADO C04-AG	ENTREVISTADO C05-DR	ENTREVISTADO C06-DM	ENTREVISTADO C07-FG	ENTREVISTADO C08-AR	ENTREVISTADO C09-DS	RESUMEN CONCLUSIVO
CATEGORÍA 2 Descripción de la Ruta Downhill	Ruta preferida y motivo en el país.	La ruta que más me gusta a mi es el Mama Rumi, primero por la extensión, por el tipo de naturaleza que existe, por los paisajes y además de eso por la exigencia que ésta tiene como ciclista.	La ruta más chévere que he recorrido es Mama Rumi por que tiene de todo, porque todo lo que tiene que tener una pista lo tiene, en este caso hay pistas que tienen una cosa otras pistas que tienen otra cosa, Mama Rumi tiene todo todo completo.	La más difícil de todas las que me ha parecido es el Divino. El divino es nueva, esa baja de atrás de una población, atrás de una hacienda que se llama Bellavista, es la más complicada y la que más me ha gustado.	La que más me gusta creo que es Mama Rumi verás, Mama Rumi es espectacular porque verás el terreno por el que tu descienes es increíble porque bajas desde el páramo hasta el clima costero, entonces estamos hablando de casi 2000 metros de descenso y es increíble más allá de la historia de la zona.	Más me gustó la de Cotopaxi, lo que pasa es que mira el downhill no está hecho mucho para las personas que lo van a ver sino debe estar hecho para las personas que lo van a correr entonces acá por ejemplo Mama Rumi trata de llegar a un lugar donde hay personas si tal vez por publicidad no sé por facilidad logística.	En el Ecuador mis rutas favoritas son las más largas, porque se distinguen de las demás y se disfrutan más tiempo de lo que nos encanta: la bajada, Mama Rumi y La Paz son mis favoritas en el País.	La Ruta Mama Rumi sin duda, porque es la pista más extensa del Ecuador y tiene variedad de climas y de tipos de terreno lo que hace la diferencia con otras pistas. Esta nos brinda chuta, adrenalina, satisfacción si la terminas y si no pues un reto para mejorar y prepararte más.	Mama Rumi, es una pista completa, una pista larga, exigente, con muchísimos obstáculos y además porque le deja totalmente satisfecho de practicar el deporte.	Es Mama Rumi, una por lo largo porque son 15 kms de descenso de downhill, dos por la biodiversidad que tenemos en todo el trayecto, tres es algo súper loco que si no estoy mal es algo que comienza en 2900 metros y llega a 300 metros osea sale en páramo y llegamos a la costa.	La ruta Mama Rumi es una de las rutas preferidas dentro del país por los ciclistas, esto debido a su dificultad y distancia recorrida, sin embargo dentro del país existen otras rutas con mayor dificultad.
	Opinión sobre la ruta Mama Rumi	Bueno lo primero que pienso de Mama Rumi es eeeeeee resistencia, que hay que estar concentrado y que le podría decir, disfrutar al 100%.	Yo siempre cuando he escuchado hablar de esta ruta, he escuchado hablar cosas muy agradables de Mama Rumi porque todos van felices hablan muy bien de la pista, de la organización de todas las cosas que se viven en Mama Rumi.	Bueno lo chévere de Mama Rumi es que es algo que se ha creado de nada y ha comenzado a tener bastante renombre, pero también ha sido gracias a que las empresas de afuera han tratado de promocionar esa Ruta.	Es súper bueno para un ciclista porque te saca un montón de técnica, es súper duro entonces se te hace súper resistente, entonces Mama Rumi es aventura y donde se te hace súper duro terminar la ruta.	Es una zona donde puedes recorrer mucho de 3000 a 800 metros, ves mucha vegetación, el clima diferente y luego la emoción no de entrar en una montaña y hacer lo que a ti te gusta con la bicicleta.	Alegría, felicidad, sensaciones de la bajada perfecta, práctica, buen estado físico.	Podría decir que es la mejor que eh montado en mi vida y la más larga, y lo que pienso al escuchar su nombre, es que ya llegue la fecha para correrla.	Es una ruta que lo tiene todo, curvas, taludes, tramos largos, partes de alta velocidad, lodo, polvo, piedras es completa. Pienso en Mama Rumi y pienso en placer, aventura y que hay que entrenar mucho sobre todo.	Mama Rumi es placer, Mama Rumi es felicidad, es no se es un paseo una carrera para disfrutar.	A los entrevistados les gusta mucha esta ruta debido a la dificultad que tiene para recorrerla y exigencia física que esta les pide para la participación en competencias en esta ruta.
	Principales características de la ruta Mama Rumi	En Mama Rumi lo que les decide es el cambio de pisos climáticos entonces partimos de 3000 llegamos a 800, sus paisajes la montaña y lo difícil que es, o sea el reto que es para un ciclista el bajar el Mama Rumi	Lo larga que es, por que tiene bastantes cosas, tiene de todo, variedad de climas, subtrópico, existen muchos obstáculos como piedras, eh bajamos de tan alto de la sierra a la costa.	La cantidad de kilómetros y la dificultad que tiene, es una pista que comienza en la sierra y termina en el subtrópico.	Primero lo demandante que es, porque es súper demandante luego un terreno que no se encuentra en ningún lado. la pista Mama Rumi estamos hablando de 30 minutos entonces es súper demandante para el cuerpo.	Una el paisaje, como te digo es una zona muy bonita, bajar por la ceja de la montaña, bajar al subtrópico meterte en una plananera, etc., etc. Creo que otra cosa también es que tiene un ranking entre las carreras nacionales.	Es la longitud, el cambio del clima, el trazado angosto y "virgen" la cantidad de obstáculos que tiene, piedras, lodo, vegetación, raíces la verdad muchas cosas.	Sus paisajes, su gente, el nivel de corredores que asisten a ella, y su renombre "ya que mama rumi no la termina cualquiera" puesto que tiene su alto grado de dificultad. También está el clima que va variando a lo largo de la carrera y llegas de la sierra a la costa.	Un tramo súper difícil lleno de piedras y obstáculos donde aún siente el frío en las piernas, posteriormente cuando sigue bajando se va notando el filing de la pista ya que el clima se hace más húmedo el terreno un poco más suave.	La pista, el clima y o sea la reunión siempre entre amigos, porque eso también hace una carrera especial, y siempre nos topamos con amigos.	Las principales características que posee esta ruta son el clima, la distancia y la selva que la hace muy difícil de recorrer, características que atraen a los ciclistas del país.

**Tabla VI. Categoría 3 Reconocimiento nacional e internacional de la ruta Mama Rumi**

Elaborado por: Autoras

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	SUBCATEGORÍA	ENTREVISTADO C01-MG	ENTREVISTADO C02-PM	ENTREVISTADO C03-MV	ENTREVISTADO C04-AG	ENTREVISTADO C05-DR	ENTREVISTADO C06-DM	ENTREVISTADO C07-FG	ENTREVISTADO C08-AR	ENTREVISTADO C09-DS	RESUMEN CONCLUSIVO
CATEGORÍA 3 Reconocimiento nacional e internacional de ruta Mama Rumi	Reconocimiento extranjero de la ruta Mama Rumi por NatGeo.	Nos sentimos muy orgullosos de que un prestigioso canal de éstos venga, primero vino al Ecuador a hacer el reportaje y luego nos dio una respuesta positiva del reportaje.	Es bien hermosa, bien difícil y demandante ya que hay que practicar mucho si no chuzo no se logra terminarla, para mí es la mejor del Ecuador.	Está muy bien que le haya tomado en cuenta una entidad como National Geographic.	Yo creería que sí aunque bueno entre los ciclistas digamos no hay mucha gente le interese mucho la historia y eso, más bien la mayoría va por la fascinación del lugar.	Me parece que la visión del extranjero es más turismo de aventura y ecológico cuando vienen a hacer ruta, me parece que más hacen ruta que downhill en Mama Rumi, porque en las competencias no.	Wow , no sabía la verdad pero si sé que es la favorita de la mayoría de los ciclistas en Ecuador. Se ha corrido la voz y muchas personas quieren conocer y descender por esta ruta.	Si, conocía de esta noticia y creo que me uno a ese criterio. Sin duda todo ciclista al escuchar mama rumí sabe que es la más larga del Ecuador y la 3era en Sudamérica.	Natgeo no se equivocó, esta es una de las rutas más chéveres y largas en el Ecuador y que te brinda muchas sensaciones de alegría y satisfacción.	Si, si lo sabía.	Los ciclistas nacionales se sienten a gusto con los comentarios expuesto por NatGeo sobre la ruta, sin embargo, este canal más valora las características turísticas del lugar mas que downhill.
	Imagen de la ruta Mama Rumi entre los ecuatorianos	El ciclista ecuatoriano es el ciclista que quiere bajar rápido la pista, no se fija mucho en su paisaje, ellos lo que ven es bajar la ruta, bajar la ruta.	Si yo si pienso que todo lo que dijeron sobre la ruta es como la tenemos en mente acá.	No, no porque aquí hay personas que se dedican a hacer downhill y aparte de la biodiversidad que tenemos en Ecuador ya y el turismo que practicamos, aquí Bolívar todavía está en pañales en turismo.	El lugar es hermoso, súper demandante, más bien son pocos a los que les interesa el tema de la historia y el clima y eso.	La gente de aquí me parece que le atrae más el asunto de la competencia y no de la parte ecológica, paisaje, naturaleza etc.	Nos gusta tanto que habemos muchos ciclistas que la hemos recorrido varias veces, en unos casos por que no la terminamos a la primera otra pues es para sentir que ya tenemos dominada la ruta.	Por su falta de publicidad de lo contrario estaría mejor situada al menos en el extranjero.	Faltaba solo la persona que monte sobre esta ruta es la que podría opinar la genialidad de la misma.	Porque los ciclistas ecuatorianos a veces somos como más cancheros no, más que el show de la tv, a veces es más porque o vamos a la carrera o vamos a disfrutar un paseo un fin de semana entre amigos.	Los ciclistas locales reconocen más la ruta como un sitio ideal para hacer downhill que como un lugar turístico, aunque reconocen que el lugar posee paisajes muy bonitos.

Tabla VII. Categoría 4 Recomendaciones y observaciones de la ruta Mama Rumi

Elaborado por: Autoras

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	SUBCATEGORÍA	ENTREVISTADO C01-MG	ENTREVISTADO C02-PM	ENTREVISTADO C03-MV	ENTREVISTADO C04-AG	ENTREVISTADO C05-DR	ENTREVISTADO C06-DM	ENTREVISTADO C07-FG	ENTREVISTADO C08-AR	ENTREVISTADO C09-DS	RESUMEN CONCLUSIVO
CATEGORÍA 4 Recomendaciones y observaciones de la ruta Mama Rumi	Recomendación de la ruta Mama Rumi y motivos	Si porque el ciclismo en sí es algo lindo y aparte de eso ir al Mama rumi es que la gente poco a poco se va formando para llegar a un nivel de manejo de bicicleta bueno para poder soportar Mama Rumi.	Si que la recorran porque es hermosa, que la disfruten que hay de todo, hay bastantes competidores que vienen de otros lados y es chévere comparar los niveles de cada uno con lo que uno tiene para dar.	Claro que sí o sea primero porque está en nuestra provincia de Bolívar, aunque somos chiquitos, nuestra provincia necesita explorar un poco más el turismo y como eso nos ha traído bastante renombre acá en nuestra provincia	Totalmente que sí, primero por que mejoren su nivel de ciclistas, por que como es tan demandante la ruta te obliga a esforzarte un montón a desarrollar mucha técnica para evitar todos los obstáculos, hay partes de piedra, de lodo, raíces partes mojadas, entonces en términos de entrenamiento es buenísimo.	Si porque es un lugar súper para hacer down nhill, para hacer ciclismo de montaña y es un lugar donde te puedes divertir mucho bajando en tu bicicleta y yo sí recomendaría a todas las personas que hacen ciclismo mountain bike, sea down nhill u otra modalidad que visiten esta ruta porque es muy buena para el ciclista.	Claro que si, por que es una ruta que vale la pena además te ayuda a mejorar tu técnica en el descenso.	Definitivamente que sí, y porque aparte del nivel de pista puedes disfrutar de sus encantos naturales de sus pisos climáticos y demás, te encuentras con gente súper chévere, conoces y haces nuevas amistades.	Claro que si, por que he ahí es donde se probarán la resistencia de cada piloto ya que le llevará a exigirse al máximo, si quieres probar tu destreza has Mama Rumi.	Si el 100% porque es una ruta con los mejores senderos que tiene el Ecuador, porque no solo tiene un tipo de terreno estamos con tierra amarilla, tierra negra, piedras, ehh un arenal, pasamos ríos.	Los entrevistados recomiendan visitar la ruta Mama Ruti ya que es un buen lugar para practicar dado su geografía y obstáculos, además posee muy buenos paisajes.
	Observaciones y comentarios de la ruta Mama Rumi	El punto débil de nosotros siempre ha sido el camino hacia Telimbela, entonces yo creo que eso es algo que no nos permite que mucha gente venga como quisieramos por que el camino es pésimo, eso por un lado y pues ojalá la infraestructura de alimentación y de hospedaje en Telimbela algún rato se dé.	Bueno yo creo que si pudieran venir competidores internacionales a correr acá sería un éxito total para todo el Ecuador, igual si hace falta más promoción a nivel de la competencia.	Que no solo se permita hacer a una sola persona Mama Rumi sino que se pueda hacer también de forma privada a través de otras personas, hay unas sugerencias que nos decían que Mama Rumi no debe ya de hacer una carrera nacional y que no debería tener un costo tan bajo.	Que más gente pueda acceder a este deporte, porque de momento este es un deporte bastante elitista, porque osea el que tiene el dinero para comprarse una bici de aunque sea unos 500 o 600 dólares ya puede empezar pero no toda la gente tiene esa posibilidad.	Sería bueno como en todo lado siempre se tiene el membrete de que se está haciendo también una situación de beneficio para la localidad para la provincia, bueno ahora ya se está haciendo algo al respecto pero la carretera era pésima y era una de las cosas que ahuyentaba a los ciclistas.	Creo yo que lo más importante es mejorar la vía de subida ya que es un camino pésimo que hace la verdad dañar hasta los carros, porque uno no sube en la bici sino en carro para hacer el descenso y es bien incómodo la verdad.	Mejorar el acceso, es decir sus vías, creo que éste ha sido uno de los males de Mama Rumi porque como sabrás uno llega a la cima en carro y esa carretera te hace llegar hecho pedazos la verdad, y pues la organización sí es buena aunque ha habido veces que si ha habido ciertos inconvenientes en cuanto a la toma de tiempos.	Mejorar la cuestión de la vialidad, también la planificación cuando existen carreras, que los gobiernos seccionales se preocupen por reconocer que es un lugar netamente turístico, para que de esta manera no se pueda dañar la ruta con la apertura de caminos para llegar a los terrenos de los propietarios de los alrededores de la pista.	La organización está bien, siempre es buena, aunque siempre es bueno mejorar algo, que he ido salgo satisfecho, salgo feliz. El trasteo del carro para recoger a los ciclistas, el acceso vehicular a Telimbela, porque eso es terrible en serio es el único pero que tiene la carrera, la pista porque es daña carros.	Se solicita mejorar las vías de acceso a la ruta ya que actualente estas vías no están en buenas condiciones por lo existen dificultados al ingreso a la ruta, de esta manera se pueden atraer a mas visitantes.

Tabla VIII. Categoría 5 Marketing y mejoras de la ruta Mama Rumi

Elaborado por: Autoras

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	SUBCATEGORÍA	ENTREVISTADO C01-MG	ENTREVISTADO C02-PM	ENTREVISTADO C03-MV	ENTREVISTADO C04-AG	ENTREVISTADO C05-DR	ENTREVISTADO C06-DM	ENTREVISTADO C07-FG	ENTREVISTADO C08-AR	ENTREVISTADO C09-DS	RESUMEN CONCLUSIVO
	Medios de promoción de la ruta Mama Rumi	Todo lo manejo yo a nivel de Facebook, también se hace flyers para el evento eh nos manejamos también con e-mail y todo pero considero que si es necesario ya hacer una campaña internacional que se pueda dar a conocer la competencia no la ruta porque es muy diferente.	Creo que se deberían incluir otros medios también, por Youtube, por páginas de internet, por otras cosas también como invitaciones a través del mail entre otras cosas.	Bueno la falta de medios de comunicación que tenemos en nuestra provincia y la falta también de recursos económicos de la organización hace que sea poco factible que se promocióne a nivel nacional, sin embargo la recomendación para este año sería que se contrate una empresa de mercadeo para que se haga la promoción y la difusión adecuada.	Yo creo que si es suficiente ese medio, ahorita los ciclistas están conectados en la mayoría al Facebook, creo que también tripticos y volantes en tiendas aunque normalmente ahorita Mama Rumi es una de las rutas que más convocatoria tiene creo que en eso si está bien.	Bueno yo creo que los principales medios de conexión son el Facebook, el w assapp etc., pero como tu decías hay también reportajes televisados que podrían llegar a más personas o tal vez a otros estratos de personas que no necesariamente usan las redes sociales y que se yo incluso la prensa, porque hay muchas personas que todavía lee la prensa y sobre todo no solo llegar a los ciclistas.	Creo que el medio de los down hillers es limitado, si es importante el Facebook porque la verdad todos lo usamos y además la mayoría conoce que Mama Rumi es una de las mejores bajadas y eventos del país, pero pienso que debería salir en la TV y en los canales online de medios deportivos y de turismo y difundirla más si es posible en el extranjero.	En la actualidad creo que las redes sociales cumplen un papel muy importante en difundir este tipo de publicaciones, pero si no estaría demás lugares exclusivos en las ciudades más importantes y porque no en televisión esto ayudaría mucho a difundirla aún más.	A través de invitaciones formales a todos los dirigentes de distintos equipos de down hill de cada provincia a nivel Nacional.	La mayor cantidad de personas o de ciclistas hablando de ciclismo ehhh está pendiente del Facebook más que otras redes sociales, puede ser twitter, puede ser instagram que si ayudan bueno aunque esta última ahora también está teniendo acogida ehhh intentan meter siempre por radio por o se recomendaría la verdad no sé si se lo ha publicitado pero la verdad todo mundo se entera por Facebook.	A pesar de que se utiliza ua página de facebook para promocionar los eventos, también se requiere de otros medios para llegar a más personas, inclusive se podría captar a un mercado extranjero con el correcto uso de medios digitales, localmente se debe de incursionar en publicidad en tv, periódicos y radio.
CATEGORÍA 5 Marketing y mejoras de la ruta Mama Rumi	Señalización y promoción de la ruta Mama Rumi para el incremento de turismo	El turismo si se está desarrollando acá, nosotros como ya tenemos la pista lista para la competencia, la gente empieza a venir a entrenar por una lado viene para el evento y viene luego del evento .	Creo que estas actividades ayudan en la economía allá en Telimbela porque siempre que hay la competencia en Mama Rumi, la gente allá es feliz por que venden muchos de sus productos y hay bastantes competidores que llegan, alrededor de 200 competidores, la gente de allá trata de aprovechar esta oportunidad para vender sus productos.	Ni siquiera las empresas de turismo pueden ingresar a este sector y no está abierta todo el año, ya esa es una de las cosas que no hay y mantenimiento en esta ruta, en este tipo de rutas, de manera que si son rutas ecológicas de la Municipalidad o son rutas ecológicas abiertas para poder bajar caminando o en bicicleta, claro que contribuiría al sector, pero si son privadas no.	Si yo creo que sí sería interesante promover el sendero más allá de para el ciclismo, osea el sendero da como para trekking, también caminatas, incluso acampar y eso, lo malo de promocionar mucho y eso en turismo es que el momento este se vuelve incontrolable y después empieza a hacer destrucción más que señales que les gusta esto una lástima porque el lugar es realmente hermoso.	Debidamente señalizadas con todas las previsiones yo creo que si puede contribuir mucho porque si yo tengo más facilidades de acceder a un lugar voy a poder a hacer junto a la promoción de la que se hablaba hace un momento entonces puede ser un mejor destino o un atractivo para que más gente lo visite en este caso no solo ciclistas sino también turistas que les guste la naturaleza, las caminatas etc.	Sí, claro aquí mismo en Mama Rumi aunque no tiene señalización y eso pero viene full gente porque ya es conocida pero siempre y cuando se desarrolle una actividad que involucre a la comunidad y pensar en el impacto que tiene el evento (basura, flora, fauna, etc.) sería bueno para que estos lugares se desarrollen un poco más en su economía y el turismo, les ayudaría un montón.	Se debería ver la posibilidad que esta ruta se mantenga abierta todo el año, tanto así que los habitantes de estos sectores tengan la posibilidad de ofertar sus productos, alimentación y otros a las personas que hacen uso de esta ruta así también que costos de mantenimiento en limpieza de la ruta sean pagados a la gente del sector que se esté beneficiando.	Claro que sí, cuando se desarrolló cada año esta competencia la cantidad de gente que asiste es impresionante, puesto que si la pista permanecería abierta todo el año se fomentaría una notable presencia de pilotos para poder recorrer esta ruta, y de esta manera aumentar el desarrollo hotelero, alimentación, y visitas en general a los otros atractivos que tiene nuestra provincia.	Si totalmente obvio tengo unos amigos que quieren llegar a conocer Mama Rumi y no es que es solo uno siempre vienen algunos entre 10, son de Europa, Estados Unidos, Colombia, Perú, y Latinoamérica igual, ya la han recorrido bastantes personas, tengo un amigo que hace tours, se dedica a hacer tours y fines de semana Mama Rumi cuantas personas van 5 o más.	Actualmente la zona no cuenta con una adecuada infraestructura, ni señalización y la promoción de otras actividades que se pueden realizar en esta ruta con mucho potencia, mejorando estos tres aspecto, se puede lograr conseguir mejores réditos económicos al promocionar este sector.

## 2.9. Análisis general de los resultados

La ruta Mama Rumi actualmente cuenta con la atención tanto local como internacional, esto debido a que es un lugar propicio para practicar deportes extremos dados su geografía, tanto así que “NatGeo” realizó un reportaje sobre este lugar. Sin embargo, no existen grandes inversiones para fomentar a este lugar como sitio turístico. Como se observó en las entrevistas, los turistas tienen dificultad para llegar a este sitio.

Las vías de acceso es el principal problema para sacarle provecho turístico y económico a este sector, seguido de esto, se observó que el lugar no cuenta con señalización ni una correcta promoción, tal y como se puede apreciar en las entrevistas. El potencial de este lugar es evidente, sin embargo, por intereses privados y la poca atención del gobierno, solo se lo promociona un par de veces al año para actividades de DownHill. Siendo un lugar donde se pueden practicar otros tipos de deportes extremos, solo se realiza publicidad pocas veces al año.

Esta ruta puede llegar a representar un importante ingreso económico para el cantón Chimbo, ya que la población de este cantón serían los principales beneficiarios con la promoción de nuevos deportes extremos en esta ruta. Muchos negocios se aperturarían ya que existiría una alta demanda de hoteles, vehículos, agencias de actividades turísticas y recreativas. La demanda existe, pero la inversión y la atención que se requiere no. Tanto turistas nacionales como extranjeros se quedan admirados por la belleza del paisaje de este lugar, respaldando el objetivo de esta investigación de incentivar el turismo en este lugar.

## **CAPÍTULO III**

### **LA PROPUESTA**

#### **3.1.Tema**

Plan de marketing turístico para la promoción de la ruta de “Downhill Mama Rumi” en el cantón Chimbo.

#### **3.2.Justificación**

Es de suma importancia la creación un plan de marketing para la ruta de aventura “Downhill Mama Rumi” como una nueva fuente de ingresos, ya que es un aporte turístico al cantón de San José de Chimbo que potencializará y reactivará la economía de esta zona, ayudando a impulsar el turismo y el desarrollo socioeconómico de la población de los sectores por donde pasa la ruta.

Con el diseño del plan de marketing de la ruta de aventura “Downhill Mama Rumi” se pretende dar una solución al problema planteado en el trabajo de investigación. La creación de este plan permitirá apreciar y valorar los recursos naturales y culturales que posee este cantón, el cual podrá reactivar su economía mejorando la calidad de vida de su población.

Esta ruta facilitará la observación de paisajes como la flora y fauna del lugar, así como también la práctica de DownHill y nuevos deportes extremos, lo que ayudará a incrementar el flujo de turistas a estos cantones y así su población podrá ofrecerles servicios y actividades turísticas que variará según la característica que presente cada tramo de la ruta.

El diseño del plan de marketing de la ruta de aventura “DownHill Mama Rumi” establecerá un precedente en la práctica de nuevos deportes extremos, permitiendo vincular

dos o más actividades entre sí; creando la necesidad de organizar nuevos eventos y servicios, tales como, hotelerías y restaurantes, para abastecer la demanda de deportistas que genere la ruta.

### **3.3.Objetivos**

#### **3.3.1. Objetivo general**

Diseñar el plan de marketing de la ruta de aventura “DownHill Mama Rumi” como un aporte al desarrollo turístico y económico del cantón San José de Chimbo.

#### **3.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar cada uno de los atractivos de la ruta “Mama Rumi”.
- Analizar las actividades y servicios turísticos que se puedan realizar desde el cantón San José de Chimbo según sus características.
- Determinar las estrategias de marketing mix.

### **3.4.Desarrollo de la propuesta**

#### **3.4.1. Identificación de cada uno de los atractivos de la Ruta Mama Rumi.**

El diseño de este producto turístico está establecido para dar a conocer la ruta “Mama Rumi”, por lo que es necesario identificar la ubicación de cada uno de sus atractivos; esto ayudará a establecer el orden en que se visitarán cada uno de ellos y los lugares por donde se trazará la ruta.

Esto también permitirá identificar las actividades y servicios turísticos que se podrán ofrecer en el cantón San José de Chimbo.



**Figura 13. Ruta Mama Rumi**

**Elaborado por:** Autoras

“Mama Rumi” (roca madre en quechua) es un camino centenario Inca que desciende de 3.023 metros por encima de San Miguel de Bolívar a 1.130 metros en Telimbela, con aproximadamente 15 kilómetros. Fue redescubierta por el abuelo de Mauricio Gaibor. Mauricio ahora dirige la carrera de descenso en la ruta “Downhill Mama Rumi”. Este sendero ha sido tradicionalmente una ruta de alcohol de contrabando, recientemente ha sido redescubierta y se convirtió en una increíble aventura de descenso en bicicleta de montaña.

### **3.4.2. Características**

La ruta “Mama Rumi” está ubicada en el cantón Chimbo, su recorrido comienza desde las antenas de Pucará de la parroquia la Magdalena y termina en la parroquia de Telimbela del mismo cantón. La ruta mide 15 kilómetros aproximadamente de recorrido en descenso, arrancando en los 3000 metros de altura y terminando entre los 800 y 500 metros sobre el nivel del mar. Es reconocida como la pista más larga y exigente del

país, los corredores ciclistas más rápidos y experimentados hacen tiempos de 25 minutos en promedio en recorrerla.



**Figura 14. Recorrido de la ruta DownHill Mama Rumi**

Elaborado por: Autoras

### **3.4.3. Actividades y servicios turísticos que se puedan ofrecer en la Ruta Mama Rumi**

Entre los servicios turísticos que se pueden ofrecer en esta ruta, están:

- **Alimentación:** En la parroquia Telimbela, se encuentran kioscos de comidas típicas para ofrecer deliciosos platos a los deportistas al finalizar la ruta.
- **Camping:** Al finalizar la ruta existe un pequeño río con llanuras y espacios que pueden ser utilizados para realizar camping y picnic.
- **Guianza:** Para los turistas que no saben cómo se llegar a esta ruta, pueden acudir a un guía turístico que les acompañe y facilite información para poder llegar a este lugar.
- **Información:** Se puede encontrar espacios libres e ideales para ubicar señalización turística como letreros los cuales son necesarios para brindar información del lugar y saber por dónde continua el recorrido de la ruta.

- **Alquiler de equipos:** Se puede ofrecer a los turistas que van a realizar deportes extremos en la ruta, equipos y accesorios para climbing, como cuerdas y equipo de protección, asimismo, para los deportistas de ciclismo, se puede ofrecer repuestos para sus bicicletas y equipos de protección como cascos.
- **Caminatas:** Esta actividad se la puede realizar desde el principio de la ruta para dirigirse hacia la parroquia Telimbela donde termina el recorrido, gracias a que el camino que conduce hasta este sector es apto para poder practicar esta actividad.
- **Ciclismo:** Es la principal actividad que se realiza en la ruta debido a su geografía y a su dificultad por lo que tiene las características necesarias para la práctica del DownHill o ciclismo de montaña.
- **Cabalgatas:** Terminando la ruta en Telimbela, existen terrenos llanos donde se puede cabalgar y disfrutar de un recorrido lleno de hermosos paisajes.
- **Fotografía:** Desde esta ruta se puede apreciar una vista panorámica de sus alrededores pudiendo capturar hermosas imágenes fotográficas, esta es una de las actividades que sin duda se practica con frecuencia en esta ruta gracias al paisaje que se puede observar desde el punto más alto.
- **Observación de flora y fauna:** Durante el recorrido de la ruta se pueden observar diferentes tipos de plantas, insectos y aves.
- **Excursiones:** Debido a que la ruta posee diferentes atractivos turísticos, esto hace posible que se puedan organizar excursiones para visitar diferentes puntos de la ruta.
- **Escalada:** Existe una cascada, la que puede ser utilizada para la práctica de escalada de roca o climbing, previo a un análisis profesional, debido a que esta actividad es catalogada como un deporte de riesgo.

**Tabla IX. Actividades y servicios turísticos**

SERVICIOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES RECREATIVAS	INSTALACIONES
<input checked="" type="checkbox"/> Alimentación	<input checked="" type="checkbox"/> Caminatas	<input type="checkbox"/> Canchas deportivas
<input checked="" type="checkbox"/> Camping	<input checked="" type="checkbox"/> Ciclismo	<input type="checkbox"/> Piscina
<input checked="" type="checkbox"/> Guianza	<input checked="" type="checkbox"/> Cabalgatas	<input type="checkbox"/> Mirador
<input checked="" type="checkbox"/> Información	<input checked="" type="checkbox"/> Fotografía	<input type="checkbox"/> Museo
<input checked="" type="checkbox"/> Otros: Alquiler de equipos.	<input type="checkbox"/> Natación	<input type="checkbox"/> Otros:
	<input checked="" type="checkbox"/> Observación de flora y fauna	
	<input checked="" type="checkbox"/> Otros: Excursiones, climbing (escalada)	
<b>ATRATIVOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS CERCANOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hotel Gran Ruiseñor</li> <li>- Hotel Natividad del Huayco</li> <li>- Restaurante El Prado</li> <li>- Asadero Pollos Gaby</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autoras

**Fuente:** Investigación de campo

### 3.4.4. Alternativas para el recorrido de la Ruta de Aventura DownHill Mama Rumi

#### 3.4.4.1. Cascada Chonta Pucará

Esta cascada se encuentra ubicada en la parroquia rural Telimbela perteneciente al cantón San José de Chimbo, entre las coordenadas 01° 40' 02.1" latitud sur y 79° 10' 21.2" longitud occidental, a 1059 metros sobre el nivel del mar y con casi 40 metros de altura. Esta cascada es parte de la Ruta Mama Rumi, aquí se pueden practicar deportes extremos como el climbing y el canyoning, además de realizar caminatas, observación de flora y fauna, fotografía, natación y observación de petroglifos.



**Figura 15. Cascada Chonta Pucará**  
Elaborado por: Autoras

#### **3.4.4.2. Petroglifos de Telimbela**

Estas piedras arqueológicas están ubicadas a escasos 2 kilómetros de la parte urbana de la parroquia. Estas piedras aún siguen localizadas donde fueron descubiertas, y hasta la actualidad se pueden apreciar algunas figuras que están gravadas, desconociendo el significado de estos símbolos que fueron grabados por los aborígenes del sector.



**Figura 16. Petroglifos de Telimbela**  
Fuente: Gobierno provincial de Bolívar

### **3.4.4.3. Servicios turísticos como alternativas a ser incluidas en la Ruta de Aventura DownHill Mama Rumi.**

Con respecto a los servicios turísticos dentro del cantón San José de Chimbo que se encuentran cerca de la ruta, se puede encontrar establecimientos de hospedaje, alimentación y esparcimiento, tales como:

- Hotel Gran Ruiseñor
- Hotel Natividad del Huayco
- Restaurante El Prado
- Asadero Pollos Gaby

### **3.4.5. Estrategias de Marketing Mix**

#### **3.4.5.1. Estrategia de posicionamiento**

Se espera que con el servicio ofrecido sea percibido por el cliente como un servicio de calidad, puntualidad, entretenimiento y sobre todo seguridad, ante algunos accidentes ocurridos en los últimos años en el país durante la práctica de deportes extremos.

#### **3.4.5.2. Estrategia de producto**

Los productos a ofertar marcan un hito al ofrecer un turismo de aventura alternativo a los actuales deportes extremos que se ofertan en el país y que se caracterizan por estar en armonía con la naturaleza e involucrar a la población del Cantón San José de Chimbo. Los servicios están relacionados con actividades de esparcimiento que permiten descubrir otras alternativas, para dejar de lado la rutina de la ciudad para agarrar la bicicleta y vivir la aventura del DownHill y otros deportes extremos, y lo más importante, son productos para compartir entre familia y amigos. Dada esta oportunidad de turismo, es necesario implementar una

estrategia de diversificación turística hacia los deportes extremos; lo que nos permite ofrecer paquetes “full day” con componentes diversos. Es una prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, posicionando al Cantón San José de Chimbo como destino turístico de aventura.

**Tabla X. Paquete turístico #1**

<b>RUTA DE DOWNHILL MAMA RUMI</b>	
<b>Duración:</b>	3 horas
<b>Capacidad máxima:</b>	20 personas
<b>Objetivo general:</b>	Aprovechar las características de la ruta Mama Rumi para desarrollar la actividad de ciclismo de montaña.
<b>Objetivos específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observar el paisaje natural de los alrededores de la ruta Mama Rumi.</li> <li>• Sacar provecho de las condiciones de la ruta para ejecutar la actividad de ciclismo de montaña</li> </ul>
<b>Guía responsable:</b>	Una persona capacitada en el área de turismo y con experiencia en downhill
<b>Participantes:</b>	Personas de 15 a 40 años de edad, entre hombres y mujeres.
<b>Medio de movilización:</b>	Bicicletas
<b>Mapa del recorrido:</b>	
	
<p><b>Figura 17. Ruta de DownHill Mama Rumi</b> Elaborado por: Autoras</p>	
<b>Características del recorrido:</b>	
Este recorrido se lo realizará en la Ruta Mama Rumi, comprende la visita de Pucará y la parroquia Telimbela el recorrido se lo realizará en bicicleta, aprovechando las características rústicas de la zona, que es el principal atractivo de la ruta para los ciclistas de DownHill, dado su dificultad.	
<b>Actividades que se van a realizar:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclismo de montaña</li> </ul>	

<b>RUTA DE DOWNHILL MAMA RUMI</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de flora y fauna</li> <li>• Grabación del recorrido de la ruta</li> </ul>	
<b>Itinerario del paquete:</b>	
09h00	Encuentro en la Iglesia Matriz ubicada en el cantón San José de Chimbo
09h15	Salida a la parroquia Magdalena
09h30	Llegada a la parroquia Magdalena
09h45	Calentamiento en grupo
10h00	Comienzo de la Ruta de DownHill Mama Rumi
11h00	Llegada a la parroquia Telimbela (fin de la ruta)
11h15	Refrigerio en la parroquia Telimbela
12h00	Retorno a la Iglesia Matriz
<b>Recomendaciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prestar atención a todas las indicaciones que realice el guía.</li> <li>• Respetar las actividades y decisiones que realice el grupo.</li> <li>• No alejarse del grupo.</li> </ul>	
<b>Que llevar:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ropa ligera y cómoda adecuada para el ciclismo.</li> <li>• Suficiente agua embotellada.</li> <li>• Equipos de protección como cascos y gafas.</li> <li>• Documentos de identificación.</li> <li>• Segunda muda de ropa para el retorno.</li> </ul>	

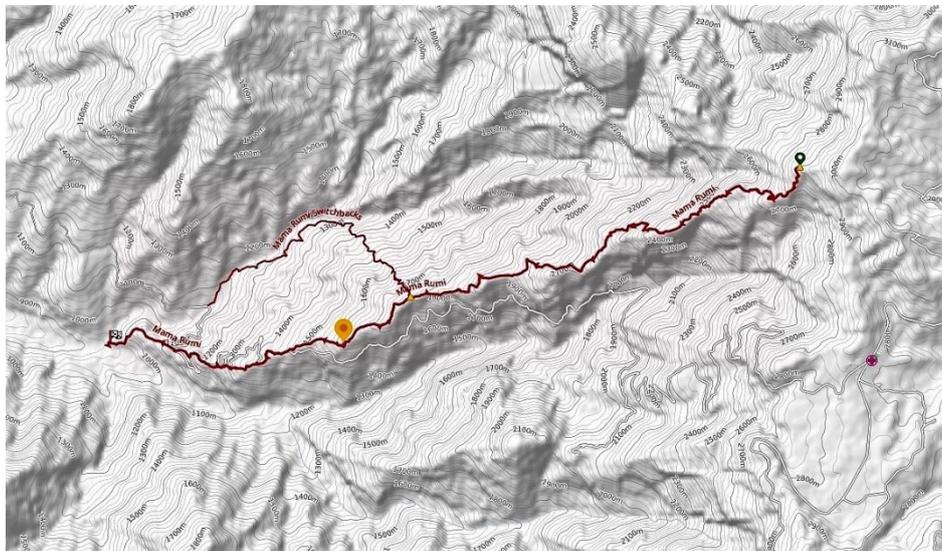
Elaborado por: Autoras

**Tabla XI. Paquete turístico #2**

<b>RUTA DE AVENTURA EXTREME MAMA RUMI</b>	
<b>Duración:</b>	5 horas
<b>Capacidad máxima:</b>	20 personas
<b>Objetivo general:</b>	Aprovechar la cascada y la historia de la ruta Mama Rumi para realizar actividades entretenimiento como escalar y disfrutar de un baño.
<b>Objetivos específicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escalar la cascara Chonta Pucará</li> <li>• Observar el paisaje natural de los alrededores de la ruta Mama Rumi.</li> <li>• Visitar los petroglifos que se encuentran en la ruta y narrar las historias del lugar.</li> </ul>
<b>Guía responsable:</b>	Una persona capacitada en el área de turismo y cultura.
<b>Participantes:</b>	Personas de 15 a 50 años de edad, entre hombres y mujeres.
<b>Medio de movilización:</b>	Caminata

## RUTA DE AVENTURA EXTREME MAMA RUMI

### Mapa del recorrido:



**Figura 18. Ruta de Aventura Extreme Mama Rumi**

Elaborado por: Autoras

### Características del recorrido:

Este recorrido se lo realizará en la Ruta Mama Rumi, comprende la visita de Pucará y la parroquia Telimbela el recorrido se lo realizará como caminata, se escalará la cascada Chonta Pucará y se dará un baño en este lugar, además se visitará algunos petroglifos y se narrarán historias y leyendas de la ruta.

### Actividades que se van a realizar:

- Caminatas
- Observación de flora y fauna
- Fotografías
- Climbing y canyoning
- Baño en cascada

### Itinerario del paquete:

09h00	Encuentro en la Iglesia Matriz ubicada en el cantón San José de Chimbo
09h15	Salida a la parroquia Magdalena
09h30	Llegada a la parroquia Magdalena
09h45	Calentamiento en grupo
10h00	Comienzo de la Ruta de Aventura Mama Rumi
11h00	Llegada a la cascada Chonta Pucará, inicio de actividades en cascada
12h30	Continuación de la ruta hacia la parroquia Telimbela
13h00	Llegada a la parroquia Telimbela (fin de la ruta)
13h45	Refrigerio en la parroquia Telimbela
14h00	Retorno a la Iglesia Matriz

### Recomendaciones:

- Prestar atención a todas las indicaciones que realice el guía.
- Respetar las actividades y decisiones que realice el grupo.
- No alejarse del grupo.

### Que llevar:

- Ropa ligera y cómoda.

<b>RUTA DE AVENTURA EXTREME MAMA RUMI</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suficiente agua embotellada.</li> <li>• Traje de baño.</li> <li>• Documentos de identificación.</li> <li>• Segunda muda de ropa para el retorno</li> </ul>

Elaborado por: Autoras

### 3.4.5.2.1. Matriz Ansoff

La Matriz de Ansoff sirve para identificar oportunidades de crecimiento. Expresa las posibles combinaciones producto/mercado en que la empresa puede basar su desarrollo a futuro (Espinosa, 2015). Está formado por cuatro cuadrantes como se muestra en la Figura 19.

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	PENETRACIÓN DE MERCADOS	DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
	NUEVOS	DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS	DIVERSIFICACIÓN

**Figura 19. Matriz Ansoff**

Elaborado por: Autoras

Fuente: Espinosa (2015)

- **Estrategia de penetración de mercados:** Para poder penetrar en el mercado se atraerá nuevos clientes mediante inversión en publicidad y promoción. Además, para captar clientes de locaciones turísticas cercanas (competencia) al cantón San José de Chimbo, se perfeccionarán los paquetes turísticos, así como también se cuidará del mantenimiento de las áreas destinadas a recreación.

- **Estrategia de desarrollo de nuevos mercados:** El proyecto pretende no únicamente dirigirse al mercado nacional, sino que también al internacional. Esto se realizará mediante la venta de paquetes turísticos por canal online que promocióne a este lugar como uno de los mejores en Ecuador.
- **Estrategia de desarrollo de nuevos productos:** Para el mercado nacional se pretende ofrecer además de deportes extremos como el downhill, otros servicios y productos como kioscos de comida, camping, guías turísticos, señalización turística, alquiler de equipos, cabalgatas, excursiones y caminatas
- **Estrategia de diversificación:** Dado el alto potencial turístico que ofrece este lugar, se pueden implementar nuevos deporte como la “escalada”, debido a que existe una cascada, la que puede ser utilizada para la práctica de escalada de roca o climbing, previo a un análisis profesional, debido a que esta actividad es catalogada como un deporte de riesgo y demandado en varios países.

#### **3.4.5.2.2. Análisis PESTEL para la aplicabilidad del producto**

La técnica PESTEL permite describir el entorno externo en que se desenvolverá el producto, mediante el análisis de factores: políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales (Parada, 2013).

- **Factores políticos:** El gobierno actual está interesado en la industria turística. Por ello se han creado proyectos de desarrollo turísticos, políticas y reglamentos en beneficio y protección a las áreas naturales y comunidades del país. Desde el 2001 se inició en el Ecuador el programa de

descentralización de la actividad turística por parte del Ministerio de Turismo, donde la competencia de turismo correspondía a los municipios y consejos provinciales de cada ciudad (Jordán, 2012). Entre los planes que aseguran el desarrollo del turismo sostenible con visión a largo plazo se encuentra el “Plan Estratégico para el Desarrollo Sostenible del Ecuador” o también conocido PLANDETUR 2020 (Zamora, 2012)

- **Factores económicos:** Según el Ministerio de Turismo (2016), en el 2016 se registró un descenso en el turismo interno de Ecuador, debido a la coyuntura económica mundial y a la injerencia de factores exógenos como la apreciación del dólar, la devaluación de la moneda en Perú y Colombia, que, además, los tornaron en destinos económicos. Sin embargo, la balanza turística durante el período enero-septiembre de 2016 registró un saldo de USD 292 millones, siendo positiva, es decir, por concepto turismo receptivo existió mayor ingreso que salida de divisas. Según World Travel & Tourism Council (2017) en el tercer trimestre del 2016, con más de USD 1 075 millones en ingresos, el turismo continuó como la tercera fuente de ingresos no petroleros, detrás del banano y el camarón, contribuyendo de manera directa con el 2,1% del PIB nacional y de manera indirecta con el 5,1%.
- **Factores socio-culturales:** Chimbo corresponde a la Zona de Planificación 5. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), cuenta con una población de 15.779 habitantes, los cuales 4.402 están en el área urbana y 11.377 en el área rural, representando el 8.9% de la población total de la provincia Bolívar. “Mama Rumi” es considerada como una de las rutas más largas en descenso en el Ecuador algo primordial para el deportista que asiste a este lugar. La demanda de este lugar se concentra

más en visitantes o ciclistas jóvenes entre las edades de 13-18 y de 20 -40 años que son apasionados del deporte y aventuras extremas, la mayoría provenientes de las provincias de Pichincha, Guayas, Tungurahua y Cotopaxi. A esto se suma que en Ecuador existen 12 feriados en los cuales las personas aprovechan para salir a visitar los lugares turísticos del país y disfrutar de la cultura ecuatoriana como: semana santa, primero de mayo, 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre, Navidad y Fin de año, entre otras.

- **Factores tecnológicos:** El desarrollo tecnológico permitirá que los servicios turísticos que se ofrecen en Chimbo sean difundidos a nivel nacional e internacional. Los instrumentos tecnológicos como computadores, telecomunicaciones, internet, equipos, celulares y muchas otras facilidades ayudan a mejorar la calidad de atención para los clientes. Por ejemplo, ya no es muy factible dar a conocer los lugares turísticos mediante la difusión de hojas de papel, actualmente en el país existe una aplicación para el celular que permite ampliar la gama de servicios turísticos llamada “Discover Ecuador & More” (El Comercio, 2016)
- **Factores ecológicos:** El entorno ecológico en Ecuador ha tenido un gran avance en lo que se refiere a la conciencia ecológica, esto permite promover la reducción del calentamiento global y generar un turismo sano y confortable en un ambiente natural (Loor, 2016). Esta región cuenta con un relieve predominante y montañoso y una variedad de pisos climáticos, desde el páramo hasta el subtrópico, donde se encuentra una rica biodiversidad y es hasta donde llega la ruta “Mama Rumi”. Esta ruta es considerada como una de las rutas más largas en descenso en el Ecuador con terrenos rústicos,

curvas cerradas, caudalosos ríos, rampas empinadas, atractivos que se hacen más satisfactorios para el deportista que asiste al lugar.

- **Factores legales:** En el país existen leyes que regulan la utilización de recursos naturales, entre ellas se encuentran la “ley de gestión ambiental”. La ley de gestión ambiental se encarga de la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos naturales y determina la política ambiental, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo (Ley de Gestión Ambiental, 2004). Por otro lado, existen leyes que regulan el desarrollo turístico del país como la “ley del turismo”. La ley de turismo determina el marco legal que rige para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, así como también las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (Ley de turismo, 2008)

#### **3.4.5.2.3. Matriz de capacidades organizacionales para el producto**

La capacidad organizacional se entiende como el potencial que tienen una organización para actuar en busca de ventajas competitivas. Esto lo puede realizar mediante creatividad e innovación. Con ello no sólo se pretende crear nuevos productos o nuevos servicios, sino articular los diferentes actores que se incluyen en el proceso (Mercedes, 2014).

Según Porter (1987), hay dos tipos básicos de ventaja competitiva: por costos bajos y por diferenciación; y hay tres estrategias genéricas para lograr

dichas ventajas competitivas: liderazgo de costos, diferenciación y enfoque. Tal como se muestra en la Figura 20.

		VENTAJA COMPETITIVA	
		Costo más bajo	Diferenciación (exclusividad)
OBJETIVO COMPETITIVO	Objetivo amplio (industrial)	1. Liderazgo en costo	2. Diferenciación
	Objetivo amplio (segmento)	3 <sup>a</sup> . Enfoque de costo	3 <sup>b</sup> . Enfoque de diferenciación

**Figura 20. Ventaja Competitiva**

Elaborado por: Autoras

Fuente: Porter (1987)

- **1. Liderazgo en costos:** Para lograr el liderazgo en costos del servicio turístico a ofrecerse en el cantón Chimbo, se determinará un precio accesible y cómodo de acuerdo al servicio brindado. Un análisis más a fondo se realizará en el punto 3.4.5.3. Estrategia de precios.
- **2. Diferenciación:** Para lograr la diferenciación se incurrirá en áreas como: servicio, distribución, ventas y comercialización

### Servicio

Entre los servicios turísticos que se pueden ofrecer en esta ruta serán únicos y especiales debido a las características específicas del cantón Chimbo. Se señalan los siguientes: deliciosas comidas típicas, camping y picnic en un pequeño río con llanuras y espacios, guía turístico que acompañe y facilite

información a los turistas para poder llegar a este lugar, señalización turística, alquiler de equipos, venta de repuestos para bicicletas y equipos de protección como cascos, ciclismo, cabalgatas, fotografía y excursiones.

### **Distribución, ventas y comercialización**

El servicio se ofertará en una oficina ubicada una en el cantón San José de Chimbo. La venta de paquetes turísticos se realizará por internet a través de la página web y por llamadas al convencional o celular. Se quiere dar a conocer de una manera rápida y efectiva la ruta Mama Rumi, eligiendo la forma más ágil y económica para llegar al cliente, considerando que el proyecto va dirigido a deportistas, tanto nacionales como extranjeros. Un análisis más a fondo se realizará en el punto 3.4.5.4. Estrategia de distribución.

- **3. Enfoque de costo y diferenciación:** Debido a que demanda de este lugar se concentra más en visitantes o ciclistas jóvenes entre las edades de 13-18 y de 20 -40 años que son apasionados del deporte y aventuras extremas, la mayoría provenientes de las provincias de Pichincha, Guayas, Tungurahua y Cotopaxi, se deberá considerar costos que pueden ser pagados por personas de todas las edades, ya que todos los visitantes no contarán con las posibilidades de pagar un precio alto. Además, se implementarán servicios acordes a los deportes extremos que demandan las personas.

#### **3.4.5.3. Estrategia de precio**

Los precios de los paquetes serán cómodos y accesibles, se ofrecerá un servicio personalizado y seguro. Con los respectivos precios de los paquetes y con una cuota de mercado ganada, se espera recibir márgenes de utilidad a partir del

segundo o tercer año de posicionamiento en el mercado. El aumento de precios, se apoyarán en los objetivos del proyecto y deberá ser justificado por la calidad del servicio, así como por los servicios adicionales que se presten. Esto se muestra en la Tabla 12.

**Tabla XII. Precios de paquetes turísticos**

<b>Precios del paquete #1 RUTA DE DOWNHILL MAMA RUMI</b>		<b>Precios del paquete #2 RUTA DE AVENTURA EXTREME MAMA RUMI</b>	
El precio introductorio de este paquete por persona es de USD 30,00, que incluye:		El precio introductorio de este paquete por persona es de USD 35,00, que incluye:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía ciclista.</li> <li>• Dinámica de calentamiento.</li> <li>• Refrigerio</li> <li>• Transporte del personal.</li> <li>• Transporte de bicicletas.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía turístico</li> <li>• Equipos para escalar.</li> <li>• Dinámicas de grupo.</li> <li>• Refrigerio</li> <li>• Transporte del personal.</li> </ul>	
<b>Descuentos</b>			
Para la competencia anual de DownHill se aplicará el 10% de descuento en la inscripción a los deportistas que hayan tomado los dos paquetes de la ruta previamente antes de la fecha del evento.			
<b>Servicios turísticos del cantón San José de Chimbo</b>			
Se debe de coordinar con los propietarios de servicios turísticos que operan en el cantón San José de Chimbo para regular los precios que ofrecen a los turistas, estos deben de ser justos y no tratar de aprovecharse del turista, y de esta forma satisfacer sus necesidades para crear una imagen de que un cliente bien atendido pueda impulsar a otros para que visiten el cantón y la ruta Mama Rumi.			
<b>Valores referenciales de los servicios turísticos del cantón San José de Chimbo</b>			
Categoría	Tipo	Nombre	Costo del servicio
Alojamiento	Hotelero	-Hotel Gran Ruiseñor -Hotel Natividad del Huayco	-La noche tiene un costo de \$20,00 -La noche tiene un costo de \$15,00
Alimentación	Restaurantes	-Restaurante El Prado -Asadero Pollos Gaby	-Almuerzos \$2,50 -Platos desde \$3,00

**Elaborado por:** Autoras

#### **3.4.5.4. Estrategia de distribución o plaza**

El servicio se atenderá a través de una oficina ubicada una en el cantón San José de Chimbo. También se realizará la venta por internet a través de la página web y por llamadas al convencional o celular. Se quiere dar a conocer de una manera rápida y efectiva la ruta “Mama Rumi”, eligiendo la forma más ágil y económica para llegar al cliente, considerando que el proyecto va dirigido a deportistas, tanto nacionales como extranjeros.

Para la distribución de la ruta de aventura “DownHill Mama Rumi”, como destino turístico del Cantón San José de Chimbo, se implementará el uso de la estrategia de empuje (push). Es decir que el proyecto se debe planificar para que el canal sirva como instrumento para promover los paquetes turísticos, tomando en cuenta que, para este fin, se necesita de un canal de difusión directo, canal en el que no existan intermediarios entre el ofertante y consumidor final.

- Para la ruta “Mama Rumi” el mejor canal de distribución son las redes sociales, por este medio se llevará a cabo la propaganda promocional de la ruta.
- Es de suma importancia que la ruta cuente con la seguridad, accesibilidad y respectiva señalización. para que de esta forma el turista regrese de nuevo y con ello recomendará la ruta a futuros visitantes.

#### **3.4.5.5. Estrategia de promoción o comunicación**

Para efectos de comunicación de la ruta como destino turístico, se ha optado por la publicidad que es una comunicación no personal y pagada cuya herramienta será los medios de masa, es decir, radio televisión redes sociales y página web. Para la presentación y promoción de los paquetes turísticos y como complemento se implementará el marketing directo, que es comunicación de la oferta de bienes y

servicios turísticos directamente al consumidor potencial sin contar con intermediarios.

La promoción que la ruta tendrá, será el componente principal para la captación de turistas, para fomentar la práctica de deportes extremos en el sendero, para que los futuros deportistas puedan llegar hacia la ruta.

De igual manera, se necesitará la colaboración por parte del Gobierno Autónomo Municipal, para que ofrezca una considerable propagación del turismo en el cantón, asimismo, es necesario el compromiso de la comunidad en la prestación de los servicios turísticos en el cantón.

A continuación, se detallan los medios de comunicación a utilizarse:

- Radio: por el costo económico.
- Televisión: por la amplitud de público diverso y amplio.
- Redes sociales: por el gran impacto en la sociedad y por el costo medido con los beneficios de cobertura y aceptación.

Además, se utilizará un logotipo llamativo en la publicidad, el cual constará de un isotipo donde los componentes que más se destacan en la ruta, son sus montañas y un ciclista en su bicicleta, también como tipografía “Ruta de Aventura Mama Rumi”, quedando la marca de la ruta de la siguiente manera:



**Figura 21. Logotipo de la ruta de aventura DownHill Mama Rumi**  
Elaborado por: Autoras

## CAPÍTULO IV

### PLAN FINANCIERO

#### 4.1. Inversión fija

Las inversiones en activos fijos, según determina Miranda (2012) se realizan en bienes tangibles, no son objeto de comercialización ya que son de naturaleza permanente y estable y se los utiliza durante toda su vida útil. Dentro de la empresa se contará con activos fijos como terreno, equipos y obras civiles.

Se adquirirá de un terreno en el cantón San José de Chimbo de 300 m<sup>2</sup> donde se construirán la oficina principal por un valor de \$ 10.000,00 más \$17.000,00 para la construcción de obras civiles. Además, se dispondrán de equipos de oficina por un valor de \$2.460,00 para dos escritorios, cada uno con una computadora, una impresora y un teléfono inalámbrico, también se adquirirán los equipos necesarios para escalar, para un grupo de 25 personas.

**Tabla XIII. Inversión fija**

INVERSIÓN FIJA		
N°	Activo fijo	Monto (USD dólares)
<b>1.1. Terreno</b>		
1	300 m2	\$ 10.000,00
<b>Total</b>		<b>\$ 10.000,00</b>
<b>1.2 Equipos de oficina</b>		
2	Escritorios	\$ 300,00
2	Computadoras	\$ 800,00
1	Impresora	\$ 300,00
1	Teléfono	\$ 60,00
25	Equipos para escalar	\$ 1.000,00
<b>Total</b>		<b>\$ 2.460,00</b>
<b>1.3 Obras civiles</b>		
1	Construcciones y edificaciones	\$ 15.000,00
1	Nivelación, acondicionamiento, cerco, accesos	\$ 2.000,00
<b>Total</b>		<b>\$ 17.000,00</b>
<b>Total inversión fija</b>		<b>\$ 29.460,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

El proyecto está determinado para diez años. Sin embargo, el terreno no se deprecia, los equipos se deprecian normalmente en cinco años, mientras que las obras civiles en un plazo de 20 años como se muestra en la Tabla 14. Para calcular la depreciación anual de todos los activos fijos, se sumaron las depreciaciones anuales de cada activo como se muestra en la Tabla 15.

**Tabla XIV. Depreciación de activos fijos**

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS							
	Vida útil	% depreciación	Valor actual	Valor residual	Depreciación anual	Dep. Acumu.	Valor de salvamento
<b>Terreno</b>			\$ 10.000,00				\$10.000,00
<b>Obras civiles</b>	20	5%	\$ 17.000,00	\$ 850,00	\$ 807,50	\$ 8.075,00	\$ 8.925,00
<b>Equipos de oficina</b>	5	10%	\$ 2.460,00	\$ 246,00	\$ 442,80	\$ 2.214,00	\$ 246,00
<b>Total</b>			<b>\$ 29.460,00</b>	<b>\$ 1.096,00</b>	<b>\$ 1.250,30</b>	<b>\$ 10.289,00</b>	<b>\$ 19.171,00</b>

Elaborado por: Autoras

**Tabla XV. Depreciación anual de activos fijos**

DEPRECIACIÓN ANUAL											
Activo fijo	Valor (USD)	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
1 Equipos	\$ 2.460,00	\$ 442,80	\$ 442,80	\$ 442,80	\$ 442,80	\$ 442,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
2 Obras civiles	\$17.000,00	\$ 807,50	\$ 807,50	\$ 807,50	\$ 807,50	\$ 807,50	\$807,50	\$807,50	\$807,50	\$807,50	\$807,50
<b>Total</b>	<b>\$19.460,00</b>	<b>\$1.250,30</b>	<b>\$1.250,30</b>	<b>\$1.250,30</b>	<b>\$1.250,30</b>	<b>\$1.250,30</b>	<b>\$807,50</b>	<b>\$807,50</b>	<b>\$807,50</b>	<b>\$807,50</b>	<b>\$807,50</b>

Elaborado por: Autoras

## 4.2. Inversión diferida

Los activos diferidos son activos intangibles, las inversiones que se realizan en estos activos son las necesarias para la puesta en marcha del proyecto, como lo menciona Miranda (2012). Ya que constituyen derechos exclusivos para que la empresa funcione de

manera adecuada, tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos, gastos de organización, de montaje, de marcas, patentes, de capacitación del personal, entre otros.

Para la presente investigación se realizarán gastos de gestión para la señalización de la ruta con la debida asistencia técnica. Además, se realizarán gastos de organización y constitución de la empresa donde se formalizará el negocio con los debidos registros de marca y demás permisos.

**Tabla XVI. Inversiones diferidas**

<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>		
<b>Activo fijo</b>		<b>Monto (USD dólares)</b>
<b>2.1</b>	<b>Gastos de gestión</b>	
	Señalización	\$1.000,00
	Asistencia técnica	\$ 300,00
	<b>Total</b>	<b>\$1.300,00</b>
<b>2.2</b>	<b>Gastos de organización y constitución de la empresa</b>	
	Asesoría, registro sanitario, registro de marca, otros	\$ 1.500,00
	<b>Total</b>	<b>\$1.500,00</b>
	<b>Total de estudio de preinversión</b>	<b>\$2.800,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

La pre inversión se la amortizará durante un periodo cinco años el cual comprende desde el 2018 hasta el 2022.

**Tabla XVII. Amortización de la Inversión Intangibles**

<b>Inversión diferida</b>	<b>Valor (USD)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL DE DIFERIDOS</b>									
		<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Estudio de preinversión	\$2.800,00	\$560,00	\$560,00	\$560,00	\$560,00	\$560,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>		<b>\$560,00</b>	<b>\$560,00</b>	<b>\$560,00</b>	<b>\$560,00</b>	<b>\$560,00</b>	<b>\$ -</b>				

**Elaborado por:** Autoras

#### **4.3. Inversión en capital de trabajo**

Como indica Miranda (2012), la inversión de capital de trabajo, es el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para garantizar la operación normal de un proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado.

Debido a que es una empresa de servicio la mayoría del capital de trabajo serán las nóminas que se pagan a los empleados tanto de fabricación como el área administrativa y ventas, servicios básicos, gastos de administración y otros gastos como se detalla a continuación.

Dentro de la planilla del proyecto, estará un gerente general quien administrará el negocio, este tendrá un sueldo de USD 700, un asistente de marketing para los temas de publicidad y tendrá un sueldo de USD 400, un contador quien llevará las finanzas y todo lo relacionado a lo tributario con un sueldo de USD 600, un guía turístico con experiencia en downhill y otro guía con experiencia en escalada y otros deportes extremos, ambos con un sueldo de USD 500 cada uno. Además, se dará a cada uno el pago de los beneficios sociales.

**Tabla XVIII. Sueldos y salarios**

<b>Desembolsos en sueldos y salarios</b>									
No.	Cargo	Remuneración unificada	Aporte patronal 11,15%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondo de reserva	Egreso mensual	Egreso anual
<b>Mano de obra directa</b>									
1	Guía turístico (DownHill)	\$500,00	\$ 55,75	\$41,67	\$29,50	\$20,83	\$41,65	\$689,40	\$ 8.272,80
1	Guía turístico (DownHill)	\$500,00	\$ 55,75	\$41,67	\$29,50	\$20,83	\$41,65	\$689,40	\$ 8.272,80
<b>Subtotal</b>								<b>\$1.378,80</b>	<b>\$16.545,60</b>
<b>Personal administrativo</b>									
1	Gerente general	\$700,00	\$ 78,05	\$58,33	\$29,50	\$29,17	\$58,31	\$953,36	\$11.440,32
1	Asistente de marketing	\$400,00	\$ 44,60	\$33,33	\$29,50	\$16,67	\$33,32	\$557,42	\$ 6.689,04
1	Contador	\$600,00	\$ 66,90	\$50,00	\$29,50	\$25,00	\$49,98	\$821,38	\$ 9.856,56
<b>Subtotal</b>								<b>\$2.332,16</b>	<b>\$27.985,92</b>
<b>Total</b>								<b>\$3.710,96</b>	<b>\$44.531,52</b>

**Elaborado por:** Autoras

Para la implementación del plan de marketing se requerirá de un anuncio mensual por televisión por un valor de \$1.500,00, un anuncio en radio mensual por \$15,00, anuncio en redes sociales por 15 días cada mes por un valor de \$1,005, diseño de página

web y uso de hosting una vez anual por \$800,00 y el diseño del logo y publicidad una vez al año por \$300,00.

**Tabla XIX. Publicidad y marketing**

<b>Desembolsos para publicidad y marketing</b>				
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad/ mes</b>	<b>Precio (unidad)</b>	<b>Egreso mensual</b>	<b>Egreso anual</b>
Televisión	1	\$1.500,00	\$1.500,00	\$18.000,00
Radio	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Redes sociales	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Página web + hosting	1 anual	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 800,00
Diseño de logo y publicidad	1 anual	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>Total publicidad y marketing</b>			<b>\$1.621,67</b>	<b>\$19.460,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

Para el transporte de los visitantes y de sus bicicletas se prestarán los servicios de una chiva y un camión por un valor de \$100,00 cada uno al mes.

**Tabla XX. Servicios de transporte**

<b>Desembolsos para servicios de transporte</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Egreso mensual</b>	<b>Egreso anual</b>
Chiva (personas)	1	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Camión (bicicletas)	1	\$ 100,00	\$ 1.200,00
<b>Total servicios de transporte</b>		<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 2.400,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

En gastos de servicios básicos se espera tener un valor de \$145,00 mensual por concepto de energía, agua, teléfono e internet.

**Tabla XXI. Servicios básicos**

<b>Desembolsos para servicios básicos</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Egreso mensual</b>	<b>Egreso anual</b>
Energía eléctrica	\$ 50,00	\$ 600,00
Agua	\$ 15,00	\$ 180,00
Teléfono/internet	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Total servicios básicos</b>	<b>\$ 145,00</b>	<b>\$ 1.740,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.4. Inversión total

Una vez estimados los gastos por cada tipo de inversión, se estima una inversión total por \$100.391,52, la cual está compuesta por una inversión fija de \$29.460,00, inversión en intangibles por \$2.800,00 e inversión en Capital de Trabajo de \$68.131,52.

**Tabla XXII. Resumen de inversión**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
<b>Inversión Fija</b>	<b>Monto (USD)</b>
Terreno	\$ 10.000,00
Equipos de oficina	\$ 2.460,00
Obras civiles	\$ 17.000,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 29.460,00</b>
<b>Inversión diferida</b>	<b>Monto (USD)</b>
Gastos de gestión	\$ 1.300,00
Gastos de organización y constitución de la empresa	\$ 1.500,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 2.800,00</b>
<b>Inversión en capital de trabajo</b>	<b>Monto (USD)</b>
Desembolsos en sueldos y salarios	\$ 44.531,52
Desembolsos para publicidad y marketing	\$ 19.460,00
Desembolsos para servicios de transporte	\$ 2.400,00
Desembolsos para servicios básicos	\$ 1.740,00
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 68.131,52</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
Inversión fija	\$ 29.460,00
Inversión diferida	\$ 2.800,00
Inversión en capital de trabajo	\$ 68.131,52
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 100.391,52</b>

Elaborado por: Autoras

#### 4.5. Costos

Realizando los cálculos de los costos del proyecto, se determina que los costos fijos tendrán un valor por \$53.396,22 al año. En este rubro se encuentran las depreciaciones del activo fijo, amortización del diferido, mano de obra directa, servicios de transporte, servicios básico publicidad y marketing. Los costos variables tendrán un valor de \$16.545,60 al año, en este rubro se encuentra la mano de obra directa.

**Tabla XXIII. Clasificación de costos año 2018**

<b>COSTOS</b>	
<b>Costos fijos</b>	<b>Monto anual (USD)</b>
Depreciación del activo fijo	\$ 1.250,30
Amortización del diferido	\$ 560,00
Mano de obra indirecta	\$ 27.985,92
Servicios de transporte	\$ 2.400,00
Servicios básicos	\$ 1.740,00
Publicidad y marketing	\$ 19.460,00
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 53.396,22</b>
<b>Costos variables</b>	<b>Monto anual (USD)</b>
Mano de obra directa	\$ 16.545,60
<b>Total costos variables</b>	<b>\$ 16.545,60</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.6.Punto de equilibrio

Respecto a los ingresos del proyecto, se proyecta que para el año 2018 se comercializarán 3,000 paquetes, a un precio de \$30,00 cada uno, percibiendo ingresos totales por \$ 90,924,37. Los costos totales anuales son de \$69.941,82 por lo que se obtiene un beneficio anual de \$ 20.982,55. Para llegar al punto de equilibrio se requiere vender como mínimo 2154 paquetes turísticos anuales lo que corresponde un valor de ventas de \$65.274,24.

Tabla XXIV. Cálculo de punto de equilibrio – Año 2018

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
<b>Costos fijos</b>	<b>Monto anual (USD)</b>
Depreciación del activo fijo	\$ 1.250,30
Amortización del diferido	\$ 560,00
Mano de obra indirecta	\$ 27.985,92
Servicios de transporte	\$ 2.400,00
Servicios básicos	\$ 1.740,00
Publicidad y marketing	\$ 19.460,00
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$ 53.396,22</b>
<b>Costos variables</b>	<b>Monto anual (USD)</b>
Mano de obra directa	\$ 16.545,60
<b>Total costos variables</b>	<b>\$ 16.545,60</b>
<b>Costo total</b>	<b>Monto anual (USD)</b>
Costos fijos	\$ 53.396,22
Costos variables	\$ 16.545,60
<b>Total costos</b>	<b>\$ 69.941,82</b>
<b>Ingreso por año</b>	<b>Monto anual (USD)</b>
Total paquetes primer año	3000
Costo unitario de producción	\$ 23,31
Margen de utilidad (30%)	\$ 6,99
Precio de venta por paquete	\$ 30,31
<b>Ventas (USD)</b>	<b>\$ 90.924,37</b>
<b>Beneficio anual</b>	<b>Monto anual (USD)</b>
Total de ingresos	\$ 90.924,37
Total de egresos	\$ 69.941,82
<b>Beneficio anual esperado</b>	<b>\$ 20.982,55</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
Relación ingresos/egresos	\$ 1,30
V.P.E Ventas (USD)	\$ 65.274,24
Q.P.E. (paquetes)	2154

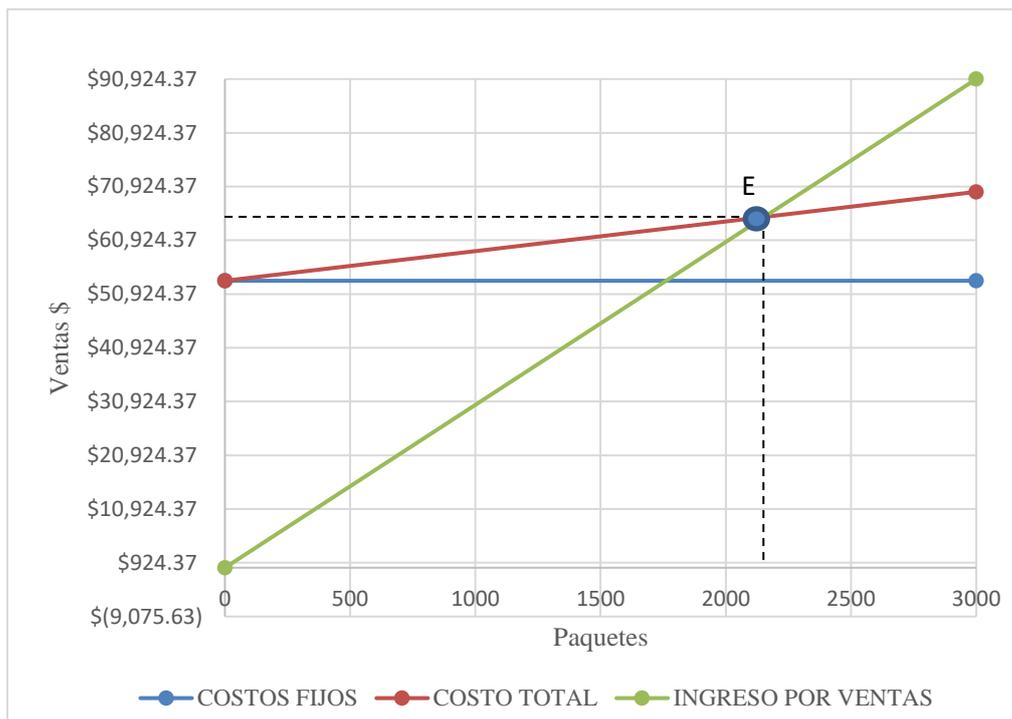
**VALOR DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

$$V.P.E.=\text{Costos Fijos}/ [1- (\text{costos variables}/\text{ventas})]$$

**CANTIDAD DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

$$Q.P.E.= V.P.E/\text{Precio}$$

Elaborado por: Autoras



**Figura 22. Punto de equilibrio**  
Elaborado por: Autoras

#### 4.7. Flujo de Caja

Para iniciar actividades durante el periodo 2017 se realizará una inversión inicial de \$ 100.391,52, obteniendo un flujo de caja negativo por \$ 118,820 para el inicio del proyecto. Sin embargo, para el periodo 2018 se obtendrá mejores resultados dando así un flujo de efectivo positivo por \$ 15.721,73, además se recupera la inversión inicial durante el año 2021, teniendo un flujo acumulado por \$ 20,951.92, a partir de este año todos los demás flujos acumulados son positivos.

Tabla XXV. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA											
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Inversiones Fijas	\$ -29.460,00										
Inversiones Diferidas	\$ -2.800,00										
Capital de Trabajo	\$ -68.131,52										
Ingresos por ventas	\$ -	\$ 90.924,37	\$ 98.198,32	\$ 106.054,18	\$ 114.538,51	\$ 123.701,60	\$ 133.597,72	\$ 144.285,54	\$ 155.828,39	\$ 168.294,66	\$ 181.758,23
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Ingresos totales</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 90.924,37</b>	<b>\$ 98.198,32</b>	<b>\$ 106.054,18</b>	<b>\$ 114.538,51</b>	<b>\$ 123.701,60</b>	<b>\$ 133.597,72</b>	<b>\$ 144.285,54</b>	<b>\$ 155.828,39</b>	<b>\$ 168.294,66</b>	<b>\$ 181.758,23</b>
Costos fijos											
Depreciación del activo fijo	\$ -	\$ -1.250,30	\$ -1.250,30	\$ -1.250,30	\$ -1.250,30	\$ -1.250,30	\$ -807,50	\$ -807,50	\$ -807,50	\$ -807,50	\$ -807,50
Amortización del diferido	\$ -	\$ -560,00	\$ -560,00	\$ -560,00	\$ -560,00	\$ -560,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de obra indirecta	\$ -	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92	\$ -27.985,92
Servicios de transporte	\$ -	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00	\$ -2.400,00
Servicios básicos	\$ -	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00	\$ -1.740,00
Publicidad y marketing	\$ -	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00	\$ -19.460,00
Costos variables											
Mano de obra directa	\$ -	\$ -16.545,60	\$ -17.869,25	\$ -19.298,79	\$ -20.842,69	\$ -22.510,11	\$ -24.310,91	\$ -26.255,79	\$ -28.356,25	\$ -30.624,75	\$ -33.074,73
<b>Egresos totales</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -69.941,82</b>	<b>\$ -71.265,47</b>	<b>\$ -72.695,01</b>	<b>\$ -74.238,91</b>	<b>\$ -75.906,33</b>	<b>\$ -76.704,33</b>	<b>\$ -78.649,21</b>	<b>\$ -80.749,67</b>	<b>\$ -83.018,17</b>	<b>\$ -85.468,15</b>
UTILIDAD OPERATIVA	\$ -	\$ 20.982,55	\$ 26.932,85	\$ 33.359,17	\$ 40.299,60	\$ 47.795,27	\$ 56.893,39	\$ 65.636,33	\$ 75.078,71	\$ 85.276,48	\$ 96.290,08
15% utilidad a los trabajadores	\$ -	\$ -3.147,38	\$ -4.039,93	\$ -5.003,88	\$ -6.044,94	\$ -7.169,29	\$ -8.534,01	\$ -9.845,45	\$ -11.261,81	\$ -12.791,47	\$ -14.443,51
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ -	\$ 17.835,16	\$ 22.892,92	\$ 28.355,30	\$ 34.254,66	\$ 40.625,98	\$ 48.359,38	\$ 55.790,88	\$ 63.816,91	\$ 72.485,01	\$ 81.846,57
Impuestos (22%)	\$ -	\$ -3.923,74	\$ -5.036,44	\$ -6.238,17	\$ -7.536,03	\$ -8.937,72	\$ -10.639,06	\$ -12.273,99	\$ -14.039,72	\$ -15.946,70	\$ -18.006,24
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 13.911,43</b>	<b>\$ 17.856,48</b>	<b>\$ 22.117,13</b>	<b>\$ 26.718,64</b>	<b>\$ 31.688,26</b>	<b>\$ 37.720,32</b>	<b>\$ 43.516,89</b>	<b>\$ 49.777,19</b>	<b>\$ 56.538,31</b>	<b>\$ 63.840,32</b>
Depreciación del activo fijo	\$ -	\$ 1.250,30	\$ 1.250,30	\$ 1.250,30	\$ 1.250,30	\$ 1.250,30	\$ 807,50	\$ 807,50	\$ 807,50	\$ 807,50	\$ 807,50
Amortización del diferido	\$ -	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

FLUJO DE CAJA											
Detalle	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Recuperación de capital de trabajo											\$ 68.131,52
Valor de salvamento											\$19.171,00
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-\$100.391,52</b>	<b>\$ 15.721,73</b>	<b>\$ 19.666,78</b>	<b>\$ 23.927,43</b>	<b>\$28.528,94</b>	<b>\$33.498,56</b>	<b>\$ 38.527,82</b>	<b>\$ 44.324,39</b>	<b>\$ 50.584,69</b>	<b>\$ 57.345,81</b>	<b>\$ 151.950,34</b>
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-\$100.391,52	-\$84.669,79	-\$65.003,01	-\$41.075,58	-\$12.546,65	\$ 20.951,92	\$ 59.479,74	\$ 103.804,13	\$154.388,81	\$ 211.734,62	\$ 363.684,96

**Elaborado por:** Autoras

#### **4.8. Plan de financiamiento**

La inversión del proyecto de \$100.391,52 será financiada por medio de tres entidades. Por el Ministerio de Turismo, el Municipio y el sector privado. Todo lo relacionado a publicidad con un valor de \$19.460,00 lo financiará el Ministerio de Turismo, debido a que tiene a disposición una línea de financiamiento para invertir en el sector turístico, siempre que los proyectos sean viables, en el caso de un plan de marketing se financiará hasta el 100% del proyecto. Los \$80.931,52 restantes, serán financiados con la colaboración del Gobierno Municipal de Chimbo y el sector privado. El municipio del cantón Chimbo aportaría con el financiamiento de la ejecución del proyecto para fomentar la ruta Mama Rumi, ya que esto contribuiría al crecimiento económico y social de los habitantes del cantón. El sector privado también podría contribuir a cambio de promoción y publicidad de productos en este sitio turístico.

El proyecto o la obra civil quedará a cargo del municipio del cantón Chimbo y de igual manera su futura administración.

#### **4.9. Indicadores financieros**

Se efectuaron los respectivos cálculos y análisis de los indicadores VAN y TIR determinando la evaluación financiera del proyecto, comprobando si la inversión es rentable o no, el mismo que permitió un VAN de \$90,593.59 y un TIR del 28% mayor a la tasa interbancaria por 2 veces. Por último, se determinó que el TIRM es del 21.57% concluyendo que el plan de marketing de la ruta Mama Rumi es rentable.

**Tabla XXVI. Indicadores económicos**

---

<b>TMAR</b>		14%
<b>VAN</b>	\$	90.593,59
<b>TIR</b>		28%
<b>TIRM</b>		21,57%

---

**Elaborado por:** Autoras

## CONCLUSIONES

En la investigación se logró elaborar un plan de marketing para que la ruta de DownHill contribuya al fortalecimiento de la economía local de la población de Chimbo.

El diagnóstico situacional del cantón Chimbo y la ruta “Mama Rumi” reveló que la ruta actualmente cuenta con la atención tanto local como internacional, esto debido a que es un lugar propicio para practicar deportes extremos dada su geografía. Sin embargo, no existen grandes inversiones para fomentar a este lugar como sitio turístico

En el cantón Chimbo existen grandes atractivos turísticos por lo que se podrían implantar nuevos servicios como: kioskos de comida, camping, guianza, señalización turística, alquiler de equipos para deportes extremos, caminatas, cabalgatas y fotografía.

La percepción de los ciclistas de DownHill nacionales e internacionales sobre la ruta “Mama Rumi” es muy buena. De las entrevistas realizadas, la mayoría de ciclistas mencionaron que la ruta preferida en el país es la Mama Rumi por sus paisajes, montañas, pisos climáticos y tramos difíciles. Por lo tanto, se considera que el posicionamiento que la ruta tiene en el mercado es muy bueno.

Implementar el plan de marketing y estrategias de promoción logrará posicionar a Mama Rumi como una de las rutas de DownHill más importantes del Ecuador.

La evaluación financiera del plan de marketing dio como resultado la viabilidad del mismo. Para iniciar actividades durante el periodo 2018 se realizará una inversión inicial de \$ 100.391,52 y se recupera dicha inversión inicial durante el año 2021, teniendo un flujo acumulado por USD 20,951.92, a partir de este año todos los demás flujos acumulados son positivos. Los indicadores VAN de \$ 90,593.59, TIR del 28% mayor a la tasa interbancaria y el TIRM del 21.57% concluyeron que el plan de marketing de la ruta Mama Rumi es rentable.

## RECOMENDACIONES

La ruta Mama Rumi debe ser promocionada turísticamente, pero para ello es necesario implementar nuevas infraestructuras, capacitar a la gente que estará relacionada directamente en las actividades turísticas y lograr el apoyo de las autoridades tanto cantonales como nacionales.

La implementación de proyectos turísticos en zonas naturales debe procurar ante todo la conservación de estos lugares.

En el cantón Chimbo, existe una cascada, la que puede ser utilizada para la práctica de escalada de roca o climbing, previo a un análisis profesional, debido a que esta actividad es catalogada como un deporte de riesgo.

Dada la alta aceptación por parte de ciclistas tanto nacionales como internacionales de la ruta de DownHill del cantón Chimbo, sería factible que inversionistas extranjeros apoyaran la creación de este tipo de proyectos turísticos, dada su alta rentabilidad.

Se podrían diseñar alianzas estratégicas con agencias de viajes y asociaciones deportivas para facilitar el turismo en la zona.

## REFERENCIAS

- Armas, J. (2015). Revista digital de deportes extremos como apoyo al incremento del sector turístico en el Ecuador. *Carrera de Comunicación Social. Quito: UCE*, 1-75.
- Avilés, E. (2017). *Chimbo*. Obtenido de Enciclopedia del Ecuador:  
<http://www.encyclopediadelecuador.com/geografia-del-ecuador/chimbo/>
- Canelos, R. (2016). Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada al ensamblaje y comercialización de un scooter para downhill en la ciudad de Quito. *Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. UDLA.*, 1-50.
- Colcha, M., & Solano, P. (2011). Diseño de una guía turística del cantón San José de CHimbot para promocionar sus atractivos naturales y culturales en el periodo 2009. *Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda*, 1-97.
- El Comercio. (2016). *La tecnología está al servicio del turismo de los ecuatorianos*. Obtenido de Tecnología: <http://www.elcomercio.com/tendencias/tecnologia-servicio-turismo-ecuador-aplicaciones.html>
- Espinosa, R. (2015). *Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento*. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- Gobierno Autónomo Decentralizado de Guaranda. (2014). *Atractivos turísticos del cantón*. Obtenido de Turismo: <http://guaranda.gob.ec/newsiteCMT/attractivos-turisticos-del-canton/>
- Gobierno Autonomo Descentralizado de Chimbo. (2016). Acta de la sesión ordinaria del 01 de Junio de 2016., (pág. 5).

INEC. (2010). *Censo de Población y Vivienda*. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Jordán, B. (2012). *Propuesta para el desarrollo de micronegocios de turismo comunitario*

*en la comunidad Baños Termales de San Vicente y el Complejo "Telésforo*

*Villacrés Lainez con la participación activa de sus habitantes"*. Obtenido de

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/348/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-64.pdf>

Ley de Gestión Ambiental. (Septiembre de 2004). *Registro Oficial Suplemento 418*.

Obtenido de [http://www.ambiente.gob.ec/wp-](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf)

[content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf](http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf)

Ley de turismo. (2008). *Registro oficial Suplemento 733*. Obtenido de

<http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Loor, J. (2016). *Análisis de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica*

*en el recinto San Ramón del Armadillo en el cantón El Carmen*. Obtenido de

Universidad Estatal de Guayaquil:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10315/1/Tesis%20Hosteria%20Ecologica%20Turismo.pdf>

Mercedes, C. (2014). *Capacidad organizacional: Estrategia y valores*. Obtenido de

Acento: <http://acento.com.do/2014/opinion/8147213-capacidad-organizacional-estrategia-y-valores/>

Ministerio de Turismo. (2011). *La experiencia turística en el Ecuador*. Obtenido de Cifras Esenciales de Turismo interno y receptor: <http://invest.ecuador.travel/wp-content/uploads/2014/02/La-Experiencia-Turistica-del-Ecuador.pdf>

Ministerio de Turismo. (2016). *Informe de rendición de cuentas*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>

Ministerio de Turismo. (2017). *Downhill Mama Rumi*. Obtenido de Ecuador Ama la Vida: <http://www.amalavida.tv/novedades/downhill-mama-rumi>

Miranda, J. (2012). *Gestión de proyectos*. Bogotá: Meditores.

Parada, P. (2013). *Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno*. Obtenido de <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>

Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. . México: Continental S.A.

Véliz, D. (2015). Plan de marketing para la comercialización de bicicletas de montaña. *Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.

World Travel & Tourism Council . (2017). *Grandes datos. El impacto en viajes y turismo*. Obtenido de <https://www.wttc.org/research/other-research/big-data-the-impact-on-travel-tourism/>

Zamora, J. (2012). *Turismo Comunitario como Alternativa de Desarrollo Económico y Social para la Comunidad San Miguel de Kuri en el Cantón Huamboya, Provincia*

*de Morona Santiago*. Obtenido de Universidad Católica de Santiago de Guayaquil:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/358/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-74.pdf>