

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA Y CIENCIAS DEL MAR

LICENCIATURA EN TURISMO

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN CENTRO DE
DEPORTES EXTREMOS COMO PRODUCTO BASE
PARA LA PROMOCIÓN BUCAY”**

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del título:

LICENCIADA EN TURISMO

Presentada por:

SANDRA CAMPOS JIMENEZ

JUNE HIDALGO MUÑOZ

Guayaquil - Ecuador

2009

AGRADECIMIENTO

Primero que nada, damos gracias a Dios y a nuestros padres, por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestros caminos a aquellas personas que han sido nuestros soportes y compañías durante todo el periodo de estudio.

De igual manera nuestro más sincero agradecimiento al Presidente de la Asociación Turística Bucay (ASOTUR Bucay) Lic. Roberto Bustamante por la colaboración y apoyo brindado desde el inicio de la investigación, a nuestro Director de Tesis Lic. Luis Terán por asesorarnos a lo largo de la tesis y acompañarnos en este camino que hoy culmina con la presentación escrita de este proyecto.

En general quisiéramos agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido con nosotras la realización de esta tesis, y que no necesitamos nombrarlas porque tanto ellas como nosotras sabemos que desde los más profundo de nuestros corazones les agradecemos el habernos brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad.

DEDICATORIA

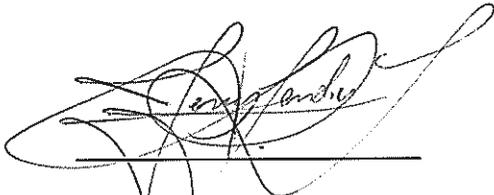
Esta tesis ha requerido de mucho esfuerzo y dedicación por parte de sus autoras y su director y no hubiese sido posible su finalización sin la cooperación desinteresada de todas y cada una de las personas que a continuación citaremos y muchas de las cuales han sido un soporte muy fuerte.

A Dios, por el camino recorrido.

A nuestros padres y abuelitas, por su amor y apoyo.

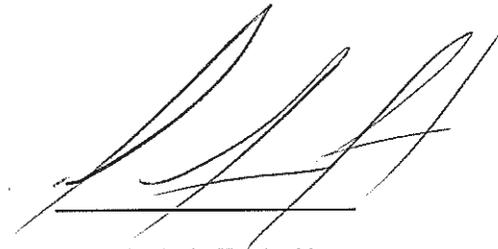
A nuestros amigos, por brindarnos su apoyo incondicional.

TRIBUNAL DE GRADUACION

A complex, cursive handwritten signature in black ink, written over a horizontal line.

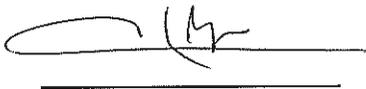
MSc. Jerry Landivar

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

A stylized, cursive handwritten signature in black ink, written over a horizontal line.

Lic. Luis Terán H.

DIRECTOR DE TESIS

A simple, cursive handwritten signature in black ink, written over a horizontal line.

Ing. Héctor Ayón

MIEMBRO PRINCIPAL

DECLARACION EXPRESA

"La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en esta Tesis de Grado, corresponden exclusivamente a las autoras; y el patrimonio intelectual de la misma corresponderá a la Escuela Superior Politécnica del Litoral"



Sandra Campos Jiménez



June Hidalgo Muñoz

RESUMEN

En la actualidad el turismo de aventura constituye un importante componente de la oferta turística de nuestro país. El turismo de aventura ha pasado de ser un simple pasatiempo de aquellos que practicaban actividades en contacto con la naturaleza, a ser considerado en la actualidad como un negocio económicamente rentable, debido a la creciente demanda actual y potencial.

Considerando estos datos, nuestro objetivo ha sido recopilar información acerca de este tipo de turismo en nuestro país, el cual es de gran importancia para el desarrollo de la economía. Decidimos así, crear un Centro de Deportes Extremos, especializado en la comercialización de turismo de deportes extremos. Dicho Centro cubrirá la necesidad latente que hay en las personas que demandan este tipo de turismo, ya que son escasas las empresas de turismo que se especializan en deportes extremos. La mayoría lo considera un negocio complementario y por ello su oferta de paquetes turísticos no es muy variada.

«CDE BUCAY» es un proyecto único en Ecuador, el cual consiste en ser un centro de turismo minorista de deportes extremos, ofrecerá a sus clientes una gran variedad de deportes radicales para practicar en Bucay.

Tendrá la capacidad de asesorar a sus clientes en todo lo referido al deporte, el equipamiento, excursiones, guías, hospedaje, y todo lo que hace a un viaje de aventura inolvidable.

El proyecto nace como una oportunidad para dar valor al cliente, con un Centro de Deportes Extremos único en el país. Luego de las estimaciones financieras el proyecto nos reporta un VAN de \$156.616,53, y una TIR de 26.14%.

Según fuentes del INEC los gastos en recreación, están jugando un rol fundamental en la familia ecuatoriana, pasando de un 10.5% del gasto total de los hogares hacia un 12% proyectado para el 2010, por lo tanto este proyecto es oportuno a los cambios que se están presentando en la población.

El CDE, buscará insertarse en el mercado como un servicio novedoso, con constante innovación a través de una estrategia de diferenciación, la cual será el eje del futuro andar de la organización. Nuestro servicio también se verá respaldado por un flujo permanente de información del cliente hacia nosotros con el motivo de saber cuales son las verdaderas necesidades de estos, y para así poder darles un servicio que cumpla con sus expectativas. Este negocio tiene ventajas competitivas básicamente fundamentadas en ser

el primer centro de deportes extremos en Ecuador, se destaca el reconocimiento de marca y un servicio de estándares de calidad, lo cual combinado con una constante innovación, serán los pilares de la diferenciación.

La elección de localización se dio bajo un estudio de los principales factores para la llegada hacia nuestros clientes, datos como cercanía del mercado objetivo, vías de acceso, costos y disponibilidad de terrenos, etc. llegando a una decisión de optar por Bucay.

Nuestro mercado objetivo está conformado por jóvenes y profesionales adultos con un rango de edad entre los 18 y 45 años aproximadamente.

Las proyecciones nos dan un volumen de ventas de aproximadamente unos \$45.320,00 mil dólares el primer año de operación, lo cual nos permite aventurar un gran escenario en el mediano a largo plazo.

El proyecto considera cuatro importantes factores de éxito para competir en el mercado turístico moderno: primero el cliente; ser líderes en calidad; desarrollar innovaciones radicales y, fortalecer la posición estratégica en la cadena industrial del valor.

Así mismo el lugar elegido considera también cuatro factores de éxito: primero el medio ambiente; hacer del turismo un sector líder; fortalecer los canales de distribución en el mercado y, construir un dinámico sector privado.

INDICE GENERAL

Página

| | |
|--|-----------|
| Índice de gráficos..... | XII |
| Índice de figuras..... | XIII |
| Índice de tablas..... | XIV |
| Índice de fotos..... | XV |
| Índice de anexos..... | XVI |
| Introducción..... | 1 |
| | |
| CAPITULO I | 4 |
| 1. CONCEPTUALIZACIÓN Y ASPECTOS GENERALES | 4 |
| 1.1 ANTECEDENTES | 4 |
| 1.2 MARCO TEORICO..... | 12 |
| 1.3 METODOLOGIA..... | 23 |
| 1.4 DELIMITACION ESPACIAL | 26 |
| 1.5 ASPECTOS GENERALES DE BUCAY..... | 27 |
| 1.5.1 ASPECTOS GEOGRAFICOS | 28 |
| 1.5.2 ASPECTOS HISTORICOS | 36 |
| 1.5.3 ASPECTOS SOCIECONOMICOS..... | 42 |
| | |
| CAPITULO II | 46 |
| 2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO | 46 |
| 2.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA | 46 |
| 2.1.1 ANÁLISIS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS..... | 48 |
| 2.1.2 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA..... | 65 |
| 2.1.3 ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA | 67 |
| 2.2 ANÁLISIS FODA DEL DESTINO..... | 69 |
| 2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA..... | 74 |
| 2.3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL..... | 76 |
| 2.3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA REAL | 81 |
| 2.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO PROPUESTO | 83 |
| 2.4.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO..... | 83 |

| | |
|--|------------|
| CAPÍTULO III | 96 |
| 3. ESTUDIO TÉCNICO..... | 96 |
| 3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN | 96 |
| 3.2 DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES Y SERVICIOS A DESARROLLAR..... | 108 |
| 3.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS.. | 136 |
| 3.4 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPAMIENTO A REQUERIR | 140 |
| 3.5 ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL..... | 146 |
| CAPITULO IV..... | 167 |
| 4. GESTIÓN Y PROMOCION DEL PROYECTO | 167 |
| 4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... | 167 |
| 4.2 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN | 187 |
| 4.3 PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS..... | 191 |
| 4.4 CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE BUCAY. | 198 |
| CAPITULO V..... | 208 |
| 5. ASPECTOS FINANCIEROS | 208 |
| 5.1 COSTOS..... | 208 |
| 5.2 INVERSIONES | 209 |
| 5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO..... | 211 |
| 5.4 PROYECCIÓN DE ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS .. | 216 |
| CONCLUSIONES | 218 |
| RECOMENDACIONES..... | 222 |
| ANEXOS..... | 226 |
| BIBLIOGRAFÍA | 306 |

INDICE DE GRÁFICOS**Página**

| | |
|--|-----|
| GRÁFICO # 1. EL TURISMO Y LA GENERACIÓN DE DIVISAS ECUADOR, AÑO 2003..... | 6 |
| GRÁFICO # 2. POBLACIÓN DEL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE | 42 |
| GRÁFICO # 3. SISTEMA TURÍSTICO..... | 70 |
| GRÁFICO # 4. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER..... | 85 |
| GRÁFICO # 5. DIAMANTE DE LA COMPETITIVIDAD – CDE..... | 90 |
| GRÁFICO # 6. ORGANIGRAMA DE LA ORGANIZACIÓN..... | 169 |

INDICE DE FIGURAS

Página

| | |
|--|-----|
| FIGURA # 1. UBICACIÓN DE BUCAY EN EL ECUADOR | 29 |
| FIGURA # 2. LOCALIZACIÓN DEL TERRENO | 103 |

INDICE DE TABLAS

Página

| | |
|---|-----|
| TABLA # 1. LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES Y TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS | 8 |
| TABLA # 2. PRINCIPALES DISTANCIAS DESDE BUCAY A OTROS DESTINOS..... | 31 |
| TABLA # 3. FESTIVIDADES DEL CANTÓN GENERAL ANTONIO ELIZALDE | 45 |
| TABLA # 4. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BUCAY - CATEGORÍA: SITIOS NATURALES..... | 53 |
| TABLA # 5. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE BUCAY - CATEGORÍA: MANIFESTACIONES CULTURALES | 58 |
| TABLA # 6. POSIBLES COMPETIDORES DEL CDE..... | 84 |
| TABLA # 7. MATRIZ FODA DEL CDE – ESTRATEGIAS | 94 |
| TABLA # 8. MICROLOCALIZACIÓN: CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS | 102 |
| TABLA # 9. PROCESOS DEL CDE PARA OBTENER BIENES Y/O SERVICIOS A PARTIR DE RECURSOS | 108 |
| TABLA # 10. CLASIFICACIÓN DE RÍOS PARA LA PRÁCTICA DEL RAFTING..... | 113 |
| TABLA # 11. TABLA DE PRECIOS..... | 135 |
| TABLA # 12. IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES..... | 152 |
| TABLA # 13. MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES POR LA IMPLEMENTACIÓN CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS EN BUCAY | 153 |
| TABLA # 14. RANGO DE SIGNIFICANCIA DEL VALOR DE ÍNDICE AMBIENTAL (VIA) | 157 |
| TABLA # 15. LISTA DE CAUSAS Y ELEMENTOS DE IMPACTO PARA LA FASE DE FUNCIONAMIENTO NORMAL DE LOS DESECHOS DE LA BASURA..... | 164 |
| TABLA # 16. INVERSIÓN INICIAL..... | 210 |
| TABLA # 17. PLAN DE FINANCIAMIENTO..... | 215 |
| TABLA # 18. TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO..... | 216 |
| TABLA # 19. INDICADORES FINANCIEROS: VAN Y TIR..... | 217 |
| TABLA # 20. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL (PRC O PAYBACK) | 217 |

INDICE DE FOTOS**Página**

| | |
|--|-----|
| FOTO # 1. MOSQUETONES A USAR EN EL DESCENSO DE CASCADAS | 111 |
| FOTO # 2. DESCENSOR DE CASCADAS TIPO 8..... | 111 |
| FOTO # 3. RÍOS A USAR PARA LA PRÁCTICA DE DEPORTES..... | 116 |
| FOTO # 4. EQUIPO PERSONAL DE GUÍA..... | 118 |
| FOTO # 5. BOTE A UTILIZAR PARA RAFTING DURANTE EL PRIMER AÑO..... | 121 |
| FOTO # 6. PAISAJE DEL SENDERO..... | 126 |
| FOTO # 7. VEGETACIÓN DE LA ZONA..... | 126 |

INDICE DE ANEXOS

Página

| | |
|---|-----|
| ANEXO # 1. ENCUESTA Y RESULTADOS | 227 |
| ANEXO # 2. FICHA ATRACTIVO TURÍSTICO, MINTUR: BALNEARIO AGUA BLANCA..... | 233 |
| ANEXO # 3. FICHA ATRACTIVO TURÍSTICO, MINTUR: BOSQUE HÚMEDO LA ESPERANZA | 236 |
| ANEXO # 4. FICHA ATRACTIVO TURÍSTICO, MINTUR: MALECÓN DEL RÍO CHIMBO | 240 |
| ANEXO # 5. FICHA ATRACTIVO TURÍSTICO, MINTUR: RÍO CHIMBO... | 243 |
| ANEXO # 6. MITIGACIÓN Y PREVENCIÓN DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES..... | 246 |
| ANEXO # 7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL..... | 248 |
| ANEXO # 8. CUADRO DE CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS | 250 |
| ANEXO # 9. CUADRO DE CARACTERÍSTICAS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS | 260 |
| ANEXO # 10. OBRA CIVIL | 274 |
| ANEXO # 11. EQUIPOS Y MOBILIARIO | 277 |
| ANEXO # 12. DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS Y MOBILIARIO..... | 281 |
| ANEXO # 13. PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS | 284 |
| ANEXO # 14. SUPUESTOS UTILIZADOS | 285 |
| ANEXO # 15. INGRESOS OPERACIONALES - NÚMERO DE CLIENTES POR MES..... | 286 |
| ANEXO # 16. INGRESOS OPERACIONALES - NÚMERO DE CLIENTES POR TRIMESTRE | 288 |
| ANEXO # 17. INGRESOS OPERACIONALES PRECIOS POR SERVICIOS - EXPRESADO EN DÓLARES..... | 290 |
| ANEXO # 18. INGRESOS OPERACIONALES MENSUALES. NUMERO DE CLIENTES * PRECIOS POR SERVICIOS | 292 |
| ANEXO # 19. INGRESOS OPERACIONALES ANUALES - NÚMERO DE CLIENTES * PRECIOS POR SERVICIOS / PRODUCTOS. (EXPRESADO EN DÓLARES) | 293 |
| ANEXO # 20. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS ANUALES..... | 295 |
| ANEXO # 21. COSTOS Y GASTOS ANUALES | 299 |
| ANEXO # 22. PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 303 |
| ANEXO # 23. ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA | 304 |

INTRODUCCION

Hoy en día el desarrollo regional basado en el turismo alternativo o de aventura es una de las alternativas de mayor éxito potencial en zonas donde los recursos naturales abundantes y diversos, así como la accesibilidad tanto espacial como económica y humana están presentes.

En Ecuador esta modalidad constituye la oferta principal dentro de diferentes destinos ecoturísticos refiriéndonos al mercado interno, cada día va en aumento, que tanto la demanda nacional como internacional recorre nuestro país como un lugar ideal para la práctica de actividades ecoturísticas.

Hemos identificado que existen varios recursos y atractivos en Bucay, y los hemos unido en una sola empresa que pueda ofrecer el servicio de recorrerlos y disfrutar de ellos mediante la práctica de deportes extremos.

El presente trabajo se enfoca a descubrir, clasificar y ordenar técnicamente los tipos de deportes extremos que se pueden realizar en los diferentes atractivos naturales existentes en Bucay con el fin de proponer desarrollar un Centro de Deportes Extremos, especializado en la comercialización de turismo de deportes extremos.

Esto significa un aporte básico para incentivar el desarrollo integral alternativo en este lugar, que complemente no solo la riqueza de sus atractivos naturales, sino en una actividad en que la mayor parte de los beneficios se distribuirán en los diferentes estratos poblacionales locales.

Mediante una investigación hemos determinado que es un proyecto innovador, ya que no existe en el país uno con iguales características. Por medio de este proyecto se puede posicionar al Cantón como un destino especializado en turismo de aventura y se fomentará el liderazgo comunitario mediante su participación activa.

Además este proyecto cubrirá la necesidad latente que hay en las personas que demandan este tipo de turismo, ya que son escasas las empresas de turismo que se especializan en deportes extremos. La mayoría lo considera un negocio complementario y por ello su oferta de paquetes turísticos no es muy variada.

La metodología usada se basó más que en una investigación documental, fue en un trabajo de campo, en el cual se entrevistó a expertos en materia de: turismo de aventura, que participan constantemente en proyectos de desarrollo de destinos turísticos.

Otro método usado también fue el de observación participante, es decir, en estrecha relación con los distintos actores del sistema turístico, principalmente la comunidad, la superestructura y los prestadores de servicios turísticos.

Esperamos que todo el contenido que entrega el presente trabajo pueda satisfacer las expectativas propuestas por las autoras.

CAPITULO I

1. CONCEPTUALIZACIÓN Y ASPECTOS GENERALES

1.1 ANTECEDENTES

Turismo es la afición a viajar por el gusto de recorrer un lugar, y se realiza por placer, descanso, estudio, contemplación y apreciación de curiosidades y bellezas naturales, motivos de salud, devoción, el deseo de disfrutar alimentos, o por ansias de ampliar y complacer la afición artística o cultural.

En las sociedades modernas el turismo se ha transformado en un fenómeno de notable importancia. Aún en épocas de crisis y de recesión económica como las actuales, el turismo mantiene una dinámica relevante en comparación con otros sectores de la economía.

En el mundo actual el turismo se ha convertido en una de las industrias más importantes del mundo, de acuerdo a la información proporcionada por el reciente barómetro de la Organización Mundial de Turismo OMT del 2007, el 2006 fue un año positivo para el turismo pese a las amenazas patentes tales como la gripe aviar, el alza del precio del petróleo y el terrorismo.

El turismo constituye una importante fuente de ingresos en la economía del Ecuador y una fuente generadora de empleo, por lo que es un factor

distribuidor de la riqueza. El turismo es considerado como una de las herramientas más importantes para combatir la pobreza.

El objetivo de todos los ecuatorianos debe ser convertir al Ecuador en un país líder en el desarrollo turístico y consolidar el éxito de la actividad turística en el país.

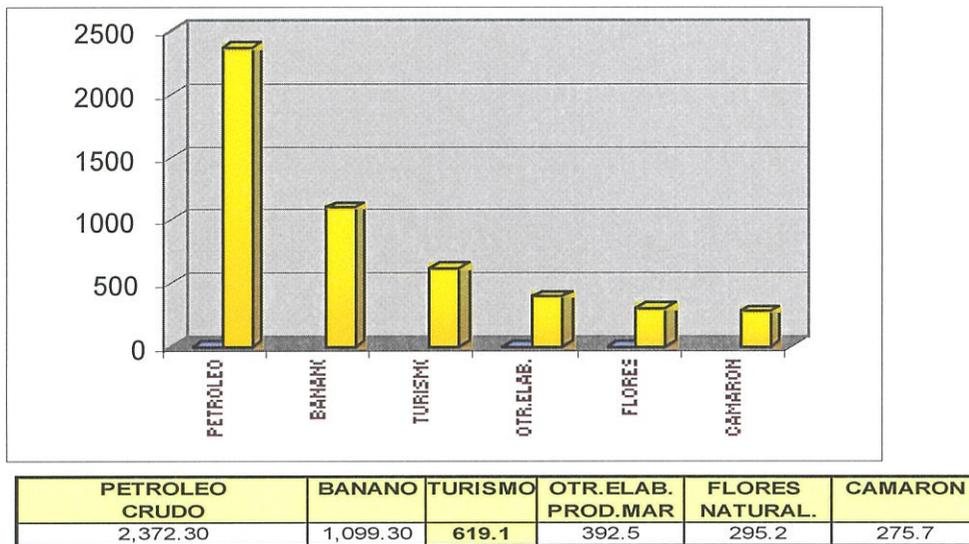
El Turismo, fuente generador de empleo.

La actividad turística está considerada como multiplicadora en el tema del empleo, según el argot popular es como la lluvia, que cuando cae moja todo.

Impulsando el turismo, se incrementarán los servicios y esto significará el aumento multiplicador del empleo, por la siguiente razón:

- ✓ Por cada turista se genera un puesto directo de trabajo.
- ✓ Por cada puesto directo se generan 7 empleos indirectos.

Gráfico # 1. El turismo y la generación de divisas Ecuador, año 2003



Fuente: Ministerio del Turismo, 2006.

¿Qué tenemos en Ecuador?

Según el Ministerio de Turismo, Ecuador es:

- ✓ Uno de los 17 países mega diversos del mundo.
- ✓ Apenas tiene 256.370 Kilómetros cuadrados de superficie posee el 11% vertebrados terrestres (mamíferos, aves, anfibios y reptiles).

El turismo se ha consolidado como el tercer rubro de generación de divisas para el país, según las estadísticas del Banco Central del Ecuador.

El turismo receptivo en Ecuador

Revisando el comportamiento de llegadas de turistas internacionales al Ecuador, no se percibe la misma tendencia de crecimiento que experimentó el turismo a nivel mundial en las llegadas de turistas internacionales en el 2006.

Sin embargo, los resultados del estudio que elaboró el Fondo Mixto de Promoción Turística FMPT, sobre la evolución de las llegadas de turistas internacionales al Ecuador por mercado receptivo para el período 2004 – 2006 muestran un crecimiento importante en relación al 2005, en cuanto a las llegadas procedentes de los mercados Norteamericano, Europeo, y Mercados del Cono Sur MERCOSUR que coinciden con los mercados en donde se han ejecutado las acciones de marketing por parte del FMPT, con excepción de la Comunidad Andina de Naciones CAN, en especial Colombia y Perú, donde no se han llevado a cabo muchas acciones de marketing.

Tabla # 1. Llegadas de turistas internacionales y total de ingresos de divisas

| | 2005 | 2006 | OBSERVACIONES |
|---|---------------------|---------------------|--|
| LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES | 859.888 personas | 840.001 Personas | Decrecimiento del 2.3% respecto del año anterior |
| TOTAL DE INGRESOS DE DIVISAS EN DOLARES | \$ 487.700.000 | \$ 499.400.000 | Crecimiento de 2,40% respecto del año anterior |

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador

Un turismo bien administrado a través de la canalización de recursos hacia zonas geográficas económicamente débiles, permite obtener los siguientes beneficios:

- a) Captación de divisas.
- b) Generación de empleo.
- c) Redistribución del ingreso.

El turismo en la economía del país para el año 2050 mantendrá una dinámica de magnitudes similares a las actuales; llegarán al Ecuador alrededor de 1'200.000 turistas, que atraerán ingresos cercanos a los 680 millones de dólares anuales, y que generarán empleo por concepto de turismo aproximadamente a quinientos mil habitantes.

Es por esto que el proyecto se encuentra contemplado en la creación de un Centro de Deportes Extremos como producto base para la promoción de Bucay, en el cual se han organizado las actividades de acuerdo a categorías específicas como: Observación de aves, Cabalgata, Ciclismo de montaña, Rafting y Kayak. Cada una de ellas, con una explicación de lugares recomendados de práctica y requisitos.

El deporte inició como una necesidad de interacción social y ahora, con la tecnología, las prácticas deportivas se han ido especializando y creando nuevas necesidades y actividades. El estrés de la vida actual, ha obligado no solo a los deportistas sino a todo tipo de personas a buscar nuevas alternativas y desafíos.

Así nacieron los conceptos de juegos extremos, deportes de aventura y turismo de aventura. Estas actividades son una respuesta a la tendencia de modificar los deportes convencionales y llevarlos al límite de sus

posibilidades, que desafían el instinto de supervivencia del ser humano, lo ponen en contacto con la naturaleza y le ayudan a salir de su rutina.

La propuesta de creación del Centro de Deportes Extremos es un proyecto Piloto que posee características especiales por las siguientes razones:

- Existe un componente de participación institucional con aportes importantes como la M.I. Municipalidad de Bucay, la ASOTUR BUCAY, presidida por el Lic. Roberto Bustamante especializado en Ecoturismo y deportes de aventura.

- La zona de Bucay tiene unas características excepcionales de naturaleza por ser una zona con una gran extensión de bosque secundario con remanentes de bosque primario, como el Bosque Húmedo La Esperanza, aquí se están desarrollando actividades de Ecoturismo dentro del término del marco de actividades de deportes de aventura como: Parapente, Trekking, Riel, Cabalgatas, Avistamiento de aves, Mamíferos, Mariposas o disfrutar del espléndido paisaje que brinda la naturaleza.

- En este lugar existe una confluencia geográfica de cinco provincias: Guayas, Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar.

- Bucay ha sido considerado una zona privilegiada para el avistamiento de aves.

- Bucay tiene ríos propicios para desarrollar el turismo de aventura en deportes de aguas rápidas.

Uno de los primeros objetivos de nuestro proyecto es el de introducir la marca del Centro de Deportes Extremos en el mercado, para luego, basados en un plan de promoción, lograr un posicionamiento en los mercados meta seleccionados hacia Bucay y de esta forma empezar a generar mayor cantidad de visitas.

Este es un camino que hay que recorrer respaldados en una planificación estratégicamente diseñada en la que se determinan etapas con metas por alcanzar en un tiempo determinado. El seguimiento sistemático de éstas garantiza resultados altamente positivos.

Cabe resaltar, lo importante que es considerar para el desarrollo de la promoción del cantón, que el país tiene una estrategia promocional que se viene implementando durante los últimos dos años, con alcance internacional, cuyo objetivo principal es el de posicionar al Ecuador como un

verdadero destino turístico de biodiversidad, logrando obtener resultados alentadores.

Por esta razón es recomendable que cada región, destino, atractivo o ciudad del país trabajen en esta línea y así obtener los beneficios de esta labor realizada por el gobierno nacional a través del Ministerio de Turismo y el Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador.

1.2 MARCO TEORICO

❖ **Turismo de aventura:**

- *Según el libro de Jordi Montaner Montejano, Estructura del Mercado Turístico publicado en 1998, Pág. 254 – “de reciente creación y moda, podemos distinguir dos actividades: deportes de aventura, y viajes o circuitos de aventura”.*

- *Según el libro de Jordi Montaner Montejano, Estructura del Mercado Turístico publicado en 1998, Pág. 137– “El turismo de aventura basado en la participación de los visitantes en unas actividades, normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, tales como escalada, senderismo, montañismo, mountain-bike, que en sí mismas suponen un*

riesgo y normalmente la motivación consiste en la experimentación de nuevas sensaciones”.

“Según la OMT en el libro *Introducción al Turismo*, 1998. Página 137. El turismo de aventura está basado en la participación de los visitantes en unas actividades, normalmente al aire libre o en relación con la naturaleza o el deporte, tales como escalada, senderismo, montañismo, mountain-bike, que en sí mismas suponen un riesgo y normalmente la motivación consiste en la experimentación de nuevas sensaciones”.

Algunos autores definen al turismo de aventura como una forma extrema de ecoturismo (Durst, 1986); sin embargo, obvian la diferencia entre el “estudio de la naturaleza” y su “conquista” por el hombre.

Por otro lado, algunos autores se refieren al turismo de aventura como el concepto general, del cual el ecoturismo y el turismo de naturaleza son parte integrante o sinónimos. Sin embargo, el concepto de turismo de aventura describe la vivencia de una experiencia no tanto en relación a la naturaleza, sino a la emoción de la actividad misma (Budowski 1993). Incluso, implica un elemento de riesgo que constituye el reto para quienes lo practican, como en escalada, el canotaje, etc. (McGahey).

El turismo de aventura no pretende minimizar los efectos ecológicos negativos del turismo y, más bien, su principal característica es “brindar experiencias excitantes y retos únicos al individuo” como señala Adventure Travel Society.

En conclusión, es el emprendimiento de retos personales a través del dominio de escenarios naturales, enfrentando cierto peligro. Esta actividad se basa en hacerle frente a un reto. El objetivo es la sensación de excitación y autorrealización al alcanzar el reto, y la naturaleza es un medio para lograr este fin.

❖ **Campamentos o Camping:**

- Según AEDAVE, “Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas”, 2007. Se consideran Campamentos de turismo o "camping", los espacios de terreno, debidamente delimitados y acondicionados, que proporcionan una prestación de servicios a cambio de un precio, y que están dotados con los correspondientes servicios e instalaciones, para su ocupación temporal por aquellas personas que pretendan hacer vida al aire libre, con fines vacacionales o turísticos, mediante la utilización de tiendas de campaña, caravanas, casas móviles, así como de elementos fijos prefabricados acordes con el entorno”.

- Según SENATUR, 1987; Se define así a aquel establecimiento en que se preste el servicio de alojamiento turístico a personas que hacen vida al aire libre y que utilicen carpas, casa rodantes, u otros medios similares.

❖ **Producto Turístico**

Según Middleton, 1995, el producto turístico tiene como su principal insumo al atractivo, en torno del cual giran una serie de elementos que permiten que se desarrolle la actividad turística en un espacio determinado. En un sentido más amplio el producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y superestructura que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida.

❖ **Centro de Deportes Extremos**

- Lugar especializado en Deportes Extremos, que brinda las facilidades necesarias para la práctica de: Canyoning, Tubbing y Rafting. (Concepto elaborado por las autoras del trabajo de investigación, 2008)

❖ **Ecoturismo:**

- Según MOLINA, Sergio, 1994.

“Es un turismo que tiene lugar en la ecosistemas, en ambientes naturales, y que está orientado a favorecer el conocimiento y aprendizaje de manifestaciones naturales, mediante interacciones de bajo impacto”.

❖ **Canyoning:**

- Según CATA, 1995.

“Toda actividad de carácter recreativa - turística consistente en seguir uno o varios tramos angostos y escarpados del curso de un río, combinando la natación y técnicas de escalada en la superación de obstáculos que presenta la ruta”.

- Según BIOSCA, Cristian, Enciclopedia de los deportes de aventura, Editorial Edimat Libros S.A., 2004, Página 100.

“Actividad que se desarrolla en cañones y barrancos por los que discurre un río, consiste en descender por su cauce superando los diferentes obstáculos que presenta su curso”.

❖ **Tubbing:**

- “Deporte extremo que consiste en recorrer el curso de un río abajo dentro de un neumático inflable revestido por una tela impermeable.” (*Concepto elaborado por los autores del trabajo de investigación, 2008*).

❖ **Rafting:**

- *Según CATA, 1995.*

“Toda actividad de carácter recreativa - turística de descenso de por ríos de cualquier clase o graduación y que normalmente poseen características de ríos de aguas blancas o rápidos, en embarcaciones tipo balsas, diseñadas y construidas especialmente para estos efectos, guiadas, maniobradas y propulsadas por acción humana”

- *Según BIOSCA, Cristian, Enciclopedia de los deportes de aventura, Editorial Edimat Libros S.A., 2004, Página 30.*

"Es el descenso de un grupo de personas, a bordo de un bote neumático, sin motor, por un río de montaña".

❖ **Kayak:**

- Según MONTANER, Jordi, *Estructura del Mercado Turístico*, Editorial Síntesis, 1998, Página 254.

"Descenso con canoas individuales por las aguas bravas de los ríos".

- Según BIOSCA, Cristian, *Enciclopedia de los deportes de aventura*, Editorial Edimat Libros. S.A., 2004, Página 50.

"deporte que se puede practicar en un río de aguas bravas, en una embarcación cerrada, donde el remero va cubierto hasta la cintura y la impulsa mediante un remo o pala de doble hoja".

❖ **Cabalgatas o Horseriding:**

- Según MONTANER, Jordi, *Estructura del Mercado Turístico*, Editorial Síntesis, 1998, Página 254.

"Recorridos por el campo y la montaña sobre un caballo".

❖ **Trekking:**

- Según MONTANER, Jordi, *Estructura del Mercado Turístico*, Editorial Síntesis, 1998, Página 255.

“Marchas a pie por el campo, la selva o la montaña que van desde un día, una semana o más tiempo, para practicar el excursionismo, hacer deporte y conocer de cerca la naturaleza a través de los paisajes, montañas, ríos, flora y fauna”.

- Según CATA, 1995.

“Actividad recreativa - turística efectuada a pie, por lo general de larga duración cuyo escenario es la naturaleza primitiva y agreste asociada normalmente con áreas montañosas, y que se realiza por medio de rutas identificadas con mapas y cartas geográficas pero requieren de exploración para su realización”

❖ **Rappel:**

- Según MONTANER, Jordi, *Estructura del Mercado Turístico*, Editorial Síntesis, 1998, Página 254.

“Descenso por barrancos y montañas”

❖ **Kayak de río:**

- Según CATA, 1995. "Actividad de carácter recreativa - turística de navegación en el mar o ríos, en embarcación ligera de tipo Kayak, diseñada y construida para tal efecto, guiada, maniobrada y propulsada por acción humana a través de remos".

❖ **Estacionalidad:**

- Según Novo, 1983.
"Concentración de la afluencia turística en determinadas épocas del año, generalmente durante las vacaciones y los meses estivales"

❖ **Centro de Información Turística:**

Según Joseph Ejarque (2005), Es un punto de espera a los visitantes, en donde se da respuestas a sus solicitudes, y se proporciona información actualizada acerca del destino y eventos que se realizarán en el durante su estancia.

❖ **OGD: Organización de Gestión de Destino:**

- Según Joseph Ejarque (2005) El organismo de Gestión turística cumple una función de dirección, marketing y

promoción de un destino turístico. Propone actividades con las cuales la comunidad puede ser incluida en la actividad turística.

❖ **Destino Turístico:**

Según Bull (1994) "El país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes teniéndolo como principal objetivo".

Cooper (1993) "Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades del turista".

❖ **Planta Turística:**

- Según BOULLÓN, Roberto, *Planificación del Espacio Turístico*, Editorial Trillas, 2006, Página 42.

"Todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos y todas las construcciones especiales cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas".

❖ **Infraestructura:**

- Según BOULLÓN, Roberto, *Planificación del Espacio Turístico*, Editorial Trillas, 2006, Página 47.

"Dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas".

- MOLINA, Sergio, *Conceptualización del Turismo*, Editorial Sumisa, 2000, Página 39.

“Presta los servicios básicos o de apoyo al sistema turístico”.

❖ **Superestructura:**

- Según BOULLÓN, Roberto, *Planificación del Espacio Turístico*, Editorial Trillas, 2006, Página 50.

“Todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico”.

- Según MOLINA, Sergio, *Conceptualización del Turismo*, Editorial Sumisa, 2000, Página 38.

“Asume la función de regular el sistema turístico, recogiendo los intereses, expectativa y objetivos de los subsistemas restantes”.

❖ **Comunidad Local:**

- Según MOLINA, Sergio, *Conceptualización del Turismo*, Editorial Sumisa, 2000, Página 39.

“Formada por grupo de individuos que residen en forma permanente en los polos o centros turísticos”.

1.3 METODOLOGIA

Investigación documental:

Bibliográfica: En cuanto a los métodos de trabajo se empleará la investigación documental, basada en técnica bibliográfica. Para estructurar la investigación se aprovechará el acceso a libros y documentos de la biblioteca de la carrera Licenciatura en Turismo (ESPOL), la cual se destaca por ser depositaria oficial de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Además, se utilizará información de los Inventarios realizados por la Subsecretaría de Turismo del Litoral.

Hemerográfica: Se obtendrán recortes de informativos y revistas, acordes al destino de estudio y relacionados con el Turismo de Aventura.

Archivística: Se investigará en documentos que certifiquen la división política del destino.

Multimedia: Páginas de Internet que contengan información, en donde se destaquen destinos especializados en turismo de aventura a nivel nacional como Baños de Agua Santa o Mindo; y a nivel internacional como Costa Rica.

Trabajo de campo:

Entrevistas: Se entrevistará a expertos en materia de: turismo de aventura, planificación turística y ordenamiento territorial, estudios de impacto ambiental, investigación de mercados, marketing turístico, y otros profesionales que hubieren participado en proyectos de desarrollo y/o marketing de destinos turísticos.

Observación: Participante, es decir, en estrecha relación con los distintos actores del sistema turístico, principalmente la comunidad, la superestructura y los prestadores de servicios turísticos.

Se llevará un registro en un diario de campo, de todo lo detallado anteriormente.

Levantamiento de información: Basado en visitas al lugar de estudio e investigación cuantitativa (encuestas); para el registro en las fichas de Inventario, lo cual nos permitirá posteriormente realizar un análisis de la oferta y demanda del Cantón.

Instrumentos:

- Fichas de inventario
- Global Position System GPS.

Herramientas:

- Lápiz y papel
- Cámara fotográfica
- Filmadora
- Diario de campo

1.4 DELIMITACION ESPACIAL

El área de estudio comprende 5,9402 hectáreas del Recinto Matilde Esther del Cantón General Elizalde, ya que en ese lugar está ubicado el terreno que consideramos para establecer el Centro de Deportes Extremos.

Adicional a esto, consideramos el Río Chimbo, Chanchán, Limón, Chague y San Antonio por ser los lugares de práctica y entrenamiento de deportes extremos acuáticos.

Tomaremos en cuenta a 12 de las 40 cascadas que se encuentran en el Sector de Piedra Blanca, las mismas que están equipadas para la Práctica de Canyoning.

Además analizaremos los siguientes lugares para realizar las Rutas de Trekking: El Estero de Agua Clara, Sendero La Esperanza, Loma La Esperanza, Mirador Vista Alegre y Torre Loma.

1.5 ASPECTOS GENERALES DE BUCAY

El cantón General Antonio Elizalde (Bucay), está ubicado aproximadamente a 100 kilómetros de Guayaquil, se caracteriza por ser una zona ganadera y turística que le ha permitido desarrollarse como cantón de Guayas.

En este lugar existe un marco perfecto para los amantes de la naturaleza y los deportes extremos. Este cantón posee: buen clima, gente amable, y se ha convertido en una opción ideal para la práctica del ecoturismo. Las caídas de agua “La Esperanza” y “El Refugio”, localizadas a pocos minutos del cantón, son utilizados para la práctica de rappel en sus distintas modalidades. Y las correntosas aguas del río Chimbo, son adecuadas por los fanáticos del kayak, quienes demuestran sus destrezas y adrenalina. Paradores como “Las Cabañas de Papo”, combinan la degustación de platos típicos, como la tilapia asada, con el esparcimiento en un pequeño zoológico en el que se pueden observar varias especies animales como guatusas, zainos¹, patos silvestres y llamas. La antigua estación del tren traslada al visitante al pasado ferroviario del cantón.

¹ Zainos: **zaino², na.** (Del ár. hisp. **sāḥim*, y este del ár. clás. *sāḥim*, negro). adj. Dicho de un caballo o de una yegua: Castaño oscuro que no tiene otro color. || 2. Dicho del ganado vacuno: De color negro que no tiene ningún pelo blanco.

1.5.1 ASPECTOS GEOGRAFICOS

Posición geográfica, extensión y límites

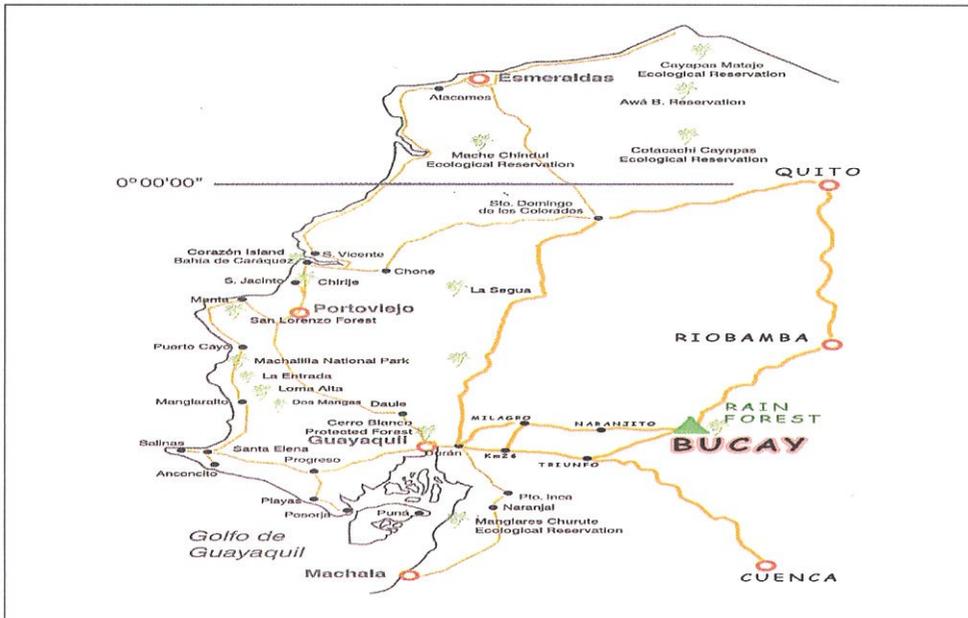
Bucay es la Cabecera Cantonal del Cantón General Antonio Elizalde, y está ubicado a una distancia de 96km de Guayaquil en una carretera de primer orden.

Este Cantón se encuentra ubicado al Este de la provincia del Guayas en donde comienzan las faldas de la Cordillera Occidental de los Andes que atraviesa al Ecuador de norte a sur.

El territorio cuya altitud comprende desde los 350 hasta los 700 m.s.n.m., tiene una extensión de 154,4 km² según datos del Gobierno Provincial del Guayas.

Limita: al Norte y Este con el Cantón Chillanes de la provincia de Bolívar, al Sur con el Río Chimbo y el cantón Cumandá de la provincia del Chimborazo y al Oeste con el Cantón Naranjito de la provincia del Guayas.

Figura # 1. Ubicación de Bucay en el Ecuador



Fuente: <http://www.txalapartahotel.com/graficos/mapa.gif>, 2008.

Principales vías de Acceso

- Guayaquil, Km. 26, El Triunfo, Bucay
- Guayaquil, Yaguachi, Milagro, Naranjito, Bucay
- Quito, Riobamba, Colta, Pallatanga, Bucay
- Cuenca, Azogues, Gun², La Troncal, El Triunfo, Bucay

² Gun: Pueblo localizado en la Provincia de Cañar, y tiene una población estimada de 6209 habitantes.

Ruta ferroviaria

La línea férrea atraviesa a la población de Bucay cubriendo la ruta de Durán, Milagro, Bucay; Huigra, Alausí, Guamote, Colta, Riobamba, Ambato, Latacunga y Quito.

El viejo tren se ha convertido en atractivo de propios y extraños, muchos de ellos sí tuvieron la oportunidad de viajar en él y otros desearían hacerlo, pero aún queda algo. Años atrás estuvo disponible la ruta Bucay – Huigra, utilizando un autoferro con capacidad de 50 pasajeros. El paisaje que ofrece este recorrido era muy particular ya que en Bucay los rieles del ferrocarril van paralelos al margen del río Chimbo intercambiando con puentes construidos a inicios del siglo.

Transportación

Terrestre: Carece de Terminal de embarque. El transporte interno se lo realiza en vehículos individuales no cooperados. El transporte intercantonal es operado por cooperativas de otros cantones que van desde y hacia Guayaquil o Riobamba.

La cooperativa de Transporte Santa Martha pionera y única con servicio Guayaquil- Bucay, como también prestan servicio los transportes de

pasajeros que circulan en la ruta Guayaquil, El Triunfo, Bucay, Riobamba, Ambato. (Las 24 horas del día).

El servicio de taxis en Bucay se estima aproximadamente en 120 unidades pertenecientes a cooperativas, particularmente destaca la presencia de una cooperativa de moto taxi con 18 unidades brindando servicio turístico a los diferentes sitios dentro y fuera del Cantón, sus conductores se han convertido en promotores turísticos, ayudando de esta forma a la difusión de información turística en beneficio de la imagen del cantón.

Tabla # 2. Principales distancias desde Bucay a otros destinos

| Ciudad | Distancia |
|---------------|------------------|
| Guayaquil | 96 km |
| Quito | 364 km |
| Milagro | 56 km |
| Salinas | 245 km |

Fuente: Elaboración propia.

Clima y temperatura

Existen dos temporadas: una seca y una lluviosa. De Diciembre a Mayo temporada lluviosa y de Junio a Noviembre temporada seca pero esto significa que siempre durante todo el año caen leves garúas generalmente en la noche y las primeras horas de la mañana. Esto contribuye a que Bucay tenga una temperatura de 18 a 24° centígrados. La constante humedad permite mantener los campos siempre verdes y que su productividad agrícola-ganadera sea excelente.

Orografía e hidrografía

El sistema montañoso del cantón no sobrepasa los 800 metros sobre el nivel del mar. Bucay esta bañado por una gama de Ríos y Esteros, entre los cuales se destacan para efectos de nuestro proyecto los siguientes:

Ríos:

- Río Chimbo
- Río Chague Grande
- Río Limón
- Río San Antonio

Esteros:

- Estero Agua Clara
- Estero Chague Chico

Cabe destacar que General Antonio Elizalde cuenta con cuatro represas de captación de agua que son: Río Blanco, Mallaguán, Agua Clara y Alvarado. El líquido vital captado en estas represas es conducido por cañerías hasta la Potabilizadora de Agua en la Planta La Lolita que data de 1928 y fue construida por Teodoro Wolf. Esta planta funciona con un sistema natural de filtros de arena y está en perfecto funcionamiento hasta la actualidad.

Actividades económicas

La gente en Bucay se dedica casi por entero a la agricultura. Cosechan deliciosas frutas como banano, piña, sandía, naranja, toronja, mandarina y limón, También arroz, cacao, fréjol gandul³ y maíz.

Su ganado vacuno y porcino es de excelente calidad y que decir de sus exquisitos pollos, pavos y gallinas, en su jurisdicción la prestigiosa empresa PRONACA, tiene una planta avícola de primer orden.

³ Fréjol Gandul o (Cajanus cajan),son granos que contienen proteínas (22% - 28%), vitaminas, minerales y fibras solubles (pectinas); los cuales poseen efectos en la prevención de enfermedades del corazón, obesidad y tubo digestivo.

En esta organización trabajan más de 2000 empleados, y es un motor económico de la zona, que brinda fuentes de empleos a trabajadores de Bucay, Milagro e incluso Guayaquil.

Esta empresa además se preocupa por la responsabilidad social mediante unos proyectos sociales relacionados con la educación de los hijos de los trabajadores.

FLORA Y FAUNA:

Flora:

Al referirnos a este tema anotaremos que Bucay esta dentro de la franja de Bosque Húmedo Nublado por tal motivo cuenta con especies arbóreas como: matapalos Fernán Sánchez, guayacán, laurel, cándelos, bolsa, cauchillos copal, helechos gigantes, limoncillos entre otros; particularmente existen bosques remanentes de caña guadua y una gran población de cade⁴ (marfil vegetal), estos dos últimos de gran comercialización en el mercado

⁴ Cade : La tagua es el fruto de una palma endémica de la Costa ecuatoriana, la *Phytelephas acuatorialis* que crece en los relictos de bosques dispersos en Esmeraldas y Manabí. Conocida como tagua, cade o marfil vegetal, es una especie de la que se aprovecha todas sus partes: el tallo resquebrajado sirve para la construcción de pisos y paredes; las hojas para cubrir las viviendas; las semillas tiernas se emplean como alimento y una vez maduras constituyen el apreciado marfil vegetal. Fuente: Montecristi símbolo de historia y anhelo de transformación. www.voltaire.net.org.

nacional e internacional como producto terminado. Además es una zona que se destaca por una gran variedad de orquídeas.

Fauna:

Mamíferos: guantas, guatusas, armadillos, cuchuchos, osos hormigueros, tigrillos, venados, gato montes, nutrias, ardillas, perico ligero, cabeza de mate, monos, etc.

Aves: Gallos de pelea, tucanes, loros, pericos, ruiseñores, jilgueros⁵, colibríes, martín pescador, garzas blancas, gavilanes, lechuzas, búhos, caciques, pájaros carpinteros, pavas de monte, azulejos, palomas y más.

Reptiles: Serpientes x, corales verdaderas y falsas, chontas verdes, lagartijas, camaleón y otros.

Insectos: Escarabajos, mariposas, (Morphos), cien pies, luciérnagas, cucuyos y grillos

⁵ Jilguero: (*Carduelis carduelis*, etimología del latín *silguero*, *sybilum*, "cardo") Es un pájaro de pequeño tamaño que puede llegar a alcanzar los 12-13 cm de longitud, envergadura alar de 22-23 cm, de pico cónico, fuerte y muy alargado.

1.5.2 ASPECTOS HISTORICOS

Origen de su Nombre (Etimología)

Personas de la comunidad afirman que a principios del siglo XX llegaron a trabajar en la construcción del ferrocarril Duran-Quito jóvenes negros jamaquinos, uno de ellos se llamaba Jeremy Buckay de mediana estatura, extraordinariamente sincero, alegre y generoso, pronto se ganó la estima de todos lo que le conocían e incluso jugaban a los dados con él. Buckay o simplemente Bucay como empezaron a llamarlo, pronto formó un hogar con una humilde mujer blanca del lugar, para entonces ya era parroquia y tenía por nombre "El Carmen". Se opina que fue tanta la fama del "negro Bucay" que mucha gente al pueblo ya no lo llamaba El Carmen sino Bucay.

Otros habitantes sostienen que la palabra se compone de dos vocablos quechuas **BOC** significa Garza y **CAY** que significa Río, debido a que el lugar era conocido como Río de las Garzas por la cantidad de aves (Garzas) que aun pernóctan en el sector.

Síntesis histórica

Históricamente Bucay inicia el 28 de Agosto de 1887 cuando se crea la parroquia EL CARMEN. En los lugares que hoy se encuentran los Recintos Santa Rosa (Provincia de Bolívar) y la Victoria (Provincia de Chimborazo) siendo esta última una gran hacienda donde aun podemos apreciar su antigua estación del Ferrocarril y un majestuoso proyecto Hidroeléctrico que se inicio su construcción y que abastecería de luz a toda la provincia del Guayas.

El presidente de la República Don Placido Caamaño, decretó que se elevara a la categoría de parroquia el 31 de Octubre de 1887 al sitio denominado El Carmen perteneciente al Cantón Yaguachi.

La historia de este pueblo se remarca a la trascendental obra que es la construcción del Ferrocarril, cuyo primer tendido de rieles se inició el 6 de Marzo de 1888, desde Yaguachi hasta El Carmen, (Bucay). Aquí constituyó un punto de intercambio regional ya que unía la Costa con la Sierra a través de caminos de herradura.

“El Carmen” fue un importante asentamiento de un campamento ferroviario que debe establecerse en la construcción del ferrocarril a Quito. Para 1896

esta parroquia se la llamó también "MIRES" en homenaje al heroico militar irlandés que luchó por nuestra independencia, a quien Simón Bolívar apreció mucho. El lunes 19 de Agosto de 1907 se designa oficialmente a Bucay o Mires con el nombre de Gral. Antonio Elizalde.

Durante muchos años los infatigables bucayenses lucharon por su cantonización, hasta que la alcanzaron el lunes 16 de enero de 1995, mediante decreto que fue promulgado en el suplemento del Registro Oficial N° 618 del Martes 24 de enero de 1995, fiesta que por resolución municipal celebra el 09 de noviembre. El cantón recibe el nombre de Gral. Antonio Elizalde. Igual que la cabecera cantonal, pero es conocido como Bucay por toda la comunidad, sin desconocer por supuesto la valía histórica del héroe Elizalde.

El plenario de las comisiones del Congreso Nacional en segunda sesión del 9 de Noviembre de 1994 aprueba que la parroquia General Antonio Elizalde sea elevada a cantón el mismo día que se oficializó en la publicación del Registro Oficial, el 24 de Enero de 1995.

Se ha registrado por medio de catastros que a noviembre del 2001 Bucay no tiene parroquias rurales, sus recintos más sobresalientes son: Matilde

Esther, La Esperanza Alta, La Esperanza Baja, San Pedro, América, Betania, Batan Chague, Fortuna Alta, Fortuna Baja y Agua Clara.

Limites Históricos

Norte.- cresta de la montaña y cuyas faldas corre el Río Chimbo

Sur.- Río Blanco desde su origen hasta Agua Blanca

Este.- Meridiano 79 que pasa por el Río Blanco

Oeste.- Cascadas Agua Clara

Breve Biografía del GraI. Antonio Elizalde de la Mar

A pesar de que el lugar de estudio se lo conoce comúnmente como Bucay, el nombre verdadero de este Cantón es General Antonio Elizalde.

A continuación una breve biografía de este personaje:

Nació en Guayaquil el 23 de abril de 1795. A los 25 años participó en la Revolución del 09 de octubre de 1820. Intervino en las batallas de Yaguachi, Huachi, Pichincha y Ayacucho. Disuelta la Gran Colombia en 1830 fue partícipe de la fundación del Ecuador y desde entonces fue uno de los más respetados oficiales, permanente defensor de las causas populares.

Combatió a Flores, fue gobernador del Guayas en el Gobierno de Vicente Ramón Roca y en 1848 fue elegido Senador de la República.

Con talento sumo ejerció varias misiones diplomáticas, estuvo en Bogotá y Lima. Murió en su ciudad natal, Guayaquil, en las primeras horas del Sábado 24 de mayo de 1862, cuando el país celebraba los cuarenta años de la gloriosa Batalla de Pichincha donde participó con singular heroísmo.

El 19 de agosto de 1907 -debido a su rápido desarrollo en el campo comercial y agrícola- el segundo gobierno del Gral. Eloy Alfaro la integró al cantón Milagro decretando su parroquialización, el 20 de septiembre de 1913.

En los primeros días de noviembre de 1991 un comité especial inició los trámites para lograr su cantonización, estos fueron respaldados por el Prefecto Provincial Sr. Carlos Hidalgo Villacís y por el Alcalde de Milagro, Sr. Humberto Centanaro Gando. Finalmente, el 8 de noviembre de 1994, el Plenario de las Comisiones Legislativas Permanentes, en segundo y definitivo debate aprobó el decreto de su cantonización, que fue publicado en el Registro Oficial No. 618 del 24 de enero de 1995.

Posteriormente su cantonización fue impugnada una vez más, esta vez por las autoridades del cantón Chillanes, de la provincia de Bolívar, quienes argumentaron y demostraron que los linderos que se le habían asignado incluían poblaciones y recintos pertenecientes a dicha provincia, y el 18 de agosto de 1995 el Tribunal de Garantías Constitucionales dispuso la suspensión del artículo 3 de la Ley que lo cantonizó.

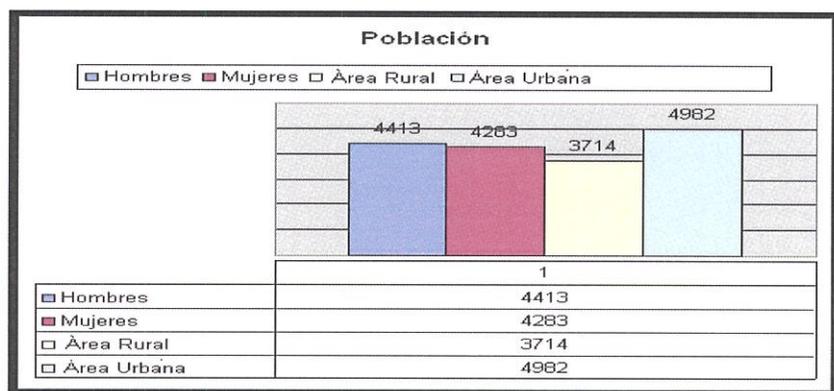
Bucay, por los años 1900, en la época de construcción del ferrocarril que unía Guayaquil con Quito, era un punto clave de la vía al ser el taller principal de ferrocarriles. Ahora, inservible y fantasma este taller, su único uso es para aquellos turistas interesados en este tema, y claro, siguiendo la riel hasta la sierra, nos encontramos con la espectacular obra de ingeniería de la Nariz del Diablo, denominada en ese entonces como "el ferrocarril más difícil del mundo", por Signad Müller.

Además de esto, nos encontramos con una comunidad Shuar que reside en esta vía que va de Bucay a Chillanes en la provincia de Bolívar. Pero, ¿Qué hace una comunidad Shuar en occidente si su hogar natural es la Amazonía centro sur del oriente ecuatoriano? Lerqui, habitante Shuar de la comunidad, tiene la siguiente explicación transmitida por sus abuelos y que se remonta a principios del siglo XX: "nosotros somos la quinta generación Shuar que habita ésta región. A fines de 1800 varios clanes Shuar que habitaban las

estribaciones occidentales "huyeron de las guerras frecuentes en la Amazonía". Hay dos centros Shuar en occidente. En Bucay existen 30 familias y en el sector El Platanillo, en la cuenca del río Camacho son 15 familias que conforman el "Centro Shuar de aguas Termales de Balao Chico".

1.5.3 ASPECTOS SOCIECONOMICOS

Gráfico # 2. Población del Cantón General Antonio Elizalde



Fuente: Elaboración propia basada en datos según el último Censo de población y vivienda, 2001.

Educación

El cantón cuenta con cuatro escuelas primarias, dos estatales y dos particulares dentro del área urbana, también anotaremos las escuelas del área rural cada uno de nuestros recintos dispone de una escuela, en el

campamento y planta potabilizadora de agua "La Lolita" Existe una escuela regentada por el cabildo Municipal.

Establecimientos de segunda enseñanza:

Existen cuatro, dos nacionales y dos particulares.

Nacionales:

Colegio Nacional "General Antonio Elizalde" (GAE).

Colegio Técnico Bucay.

Particulares:

Unidad Educativa San Juan.

Unidad Educativa Madre Bernarda.

Una parte de la población del cantón tiene títulos universitarios al igual que las nuevas generaciones se preparan en las universidades de Guayaquil, Milagro, Riobamba y Quito principalmente.

Empleo

La Agricultura y el comercio son las dos actividades económicas de mayor importancia en la zona, permitiendo una ocupación estable del 25% de la población comercialmente activa, más un 15% de los comerciantes

informales que por lo general ejercen la actividad en las zonas urbano, urbano marginales y zonas periféricas de la Urbe.

La actividad económica de Bucay está basada en que gran parte de sus habitantes se dedican a explotar su tierra, otros a la ganadería, avicultura, selvicultura, el comercio que está tomando fuerza en el área, mano de obra y otras actividades menores, además existen grandes y pequeñas empresas que se han instalado en el cantón las mismas que ha generado plazas de empleo dentro de la comunidad.

El servicio de expendio de productos, sobretodo agrícola se lleva de manera informal y es permanente durante todos los días de la semana. Las tiendas de venta de víveres situadas en los portales de los edificios dan el marco complementario del servicio de abastecimiento de alimentos.

Organización de la Comunidad

La comunidad esta organizada por el Primer personero de la Municipalidad de Bucay señor Lorens Olsen, el mismo que, por medio de comités, trabaja en conjunto por el progreso de cada recinto del cantón. Bucay como parte de su tradición y cultura realizan diferentes actividades que se encuentran a continuación.

Tabla # 3. Festividades del cantón General Antonio Elizalde

| Fecha | Festividad |
|-------------------------|--------------------------------|
| Segundo Domingo de Mayo | Virgen de Fátima |
| 16 de Julio | Virgen del Carmen |
| 22 de Julio | La Magdalena (Matilde Esther) |
| 09 de Noviembre | Cantonización |
| 8 de Diciembre | Inmaculada Concepción |
| 24 de Diciembre | Pase del Niño – Todo el Cantón |

Fuente: Elaboración propia basada en información del Municipio de Bucay, 2008.

Servicios Básicos

Gracias a una buena administración en los últimos años, la comunidad cuenta con los siguientes servicios básicos: luz eléctrica, telefonía, agua potable mediante la planta potabilizadora de La Lolita. Además de electricidad en todos los recintos, caminos vecinales que han sido trabajados gracias al convenio con el Consejo Provincial del Guayas y la Municipalidad, y también dotación de agua potable en los diferentes recintos.

CAPITULO II

2. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO TURÍSTICO

2.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Se ha realizado un análisis de la oferta⁶ del Destino Bucay como cabecera cantonal, es decir del conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos, deseos y sueños del turista.

Para poder satisfacer la demanda que proviene de los amantes de la adrenalina⁷ se ha desarrollado la propuesta de creación de esta empresa, la cual estará provista de varias disciplinas de deportes de aventura como Canyoning, Kayak, Rafting o Tubbing, otorgando una excelente opción a aquellos visitantes que viven en la Provincia del Guayas y no tienen el tiempo o los recursos para viajar fuera de ella a fin de satisfacer esta

⁶ Oferta: Según la OMT, Introducción al Turismo, 1998. Página 49. "Conjunto de productos y servicios turísticos puestos a disposición del usuario en un destino determinado, para disfrute y consumo".

⁷ Adrenalina: Según la Real Academia de la Lengua. fisiol. Hormona segregada principalmente por la médula de las glándulas suprarrenales, que aumenta la presión sanguínea, el ritmo cardíaco y la cantidad de glucosa en sangre.

necesidad. Hoy en día no existe en el mercado nacional ningún concepto como el que se pretende crear.

Alrededor del mundo los deportes extremos se han desarrollado en lugares como Costa Rica y Venezuela, países que cuentan con similares características geográficas a las de Ecuador. Por lo tanto, se pretende ser pioneros en el mercado nacional con la creación de un lugar que aglomere la mayor cantidad de ellos, lo que permite obtener una ventaja competitiva y ofrecerlo como un medio de entretenimiento único para toda la familia.

Bucay es uno de los cantones que cuenta con un mayor número de recursos naturales en la provincia del Guayas, posee una variedad de atractivos turísticos que forman parte de la magia de Bucay, el Bosque Húmedo Nublado del recinto la Esperanza, en donde se puede disfrutar de La Miran Alto que se encuentra en la zona del Bosque, aquí es posible practicar actividades como Canyoning, Climbing, Trekking, además de ser un gran mirador; es un destino turístico donde los amantes del turismo de naturaleza y ecológico encuentran un medio ambiente de gran estímulo, entretenimiento y conocimiento; su gente es encantadora y muy generosa; tiene muchos balnearios donde se puede disfrutar de sus cristalinas y puras aguas, sitios para practicar muchos deportes de riesgo además de complejos turísticos.

En las fiestas de cantonización los principales eventos que se destacan son: el Día del Folklore, el Desfile Cívico, la Elección de Reina y el Gran Festival Campesino de la Lolita, en donde se desarrollan algunas actividades como pelea de gallos, carrera de caballos, exhibición de caballos de paso y los concursos de la Mejor Racima de guineo orito, la mejor caña guadua, el mejor ganado, mejor stand ganadero, entre otros

2.1.1 ANÁLISIS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Es importante para identificar los principales orientadores del flujo turístico de Bucay, los cuales son la motivación desencadenante del movimiento o demanda turística, como lo indica Montaner Jordi (1998) y Sergio Molina (2000).

Metodología usada para el análisis de los atractivos

Este análisis está orientado a la identificación, evaluación y jerarquización de los recursos turísticos, a través de la identificación y particularmente de aquellos disponibles, que permitan sustentar el desarrollo de las actividades turísticas en el área de estudio.

El enfoque de este estudio está orientado hacia la propuesta de un centro de deportes extremos, el cual se manejó a través de las siguientes tres etapas:

Etapas 1: Delimitación de los recursos turísticos de evaluación.

Etapas 2: Diagnóstico Turístico.

Etapas 3: Resultados de la evaluación Turística propuesta.

Etapas 1: Delimitación de los recursos turísticos de evaluación

Del análisis de estos espacios turísticos, fue posible determinar a los atractivos turísticos con una mayor posibilidad de aprovechamiento real y/o potencial en base a las actividades a desarrollar en el Centro de Deportes Extremos.

Etapas 2: Diagnóstico turístico

El diagnóstico turístico, ha sido elaborado a partir de un trabajo en equipo y del levantamiento de información directa en el sitio. Las labores se han enfocado en la identificación y localización de los atractivos turísticos, ubicándonos aproximadamente en dos bases cartográficas de 1:50.000 (Cumandá y Matilde Esther).

La evaluación de los atractivos turísticos se ha realizado sólo para aquellos atractivos principales, mediante fichas de inventario – sugeridas por **Fabio Cárdenas Tabares en su obra- *Proyectos turísticos: Localización e inversión*** - , adaptando algunos elementos a las características en la zona de estudio de la propuesta de creación de un Centro de Deportes Extremos.

Para el registro de los datos en las fichas, el equipo de trabajo se ha trasladado a los distintos sitios naturales establecidos mediante información de varios organismos: Gerencia de Recursos Turísticos del Ministerio de Turismo a través de su Inventario de Atractivos, ASOTUR Bucay y la comunidad.

Las fichas contienen los siguientes datos:

- Nombre, categoría, tipo o subtipo.
- Jerarquía (establecida bajo la tabla de ponderación).
- Localización.
- Medios de acceso.
- Tipo de visitantes, y épocas del año de mayor concurrencia.
- Características que le confieren el interés turístico.

Para establecer la categoría, tipos y subtipos hemos seguido la Metodología de la Gerencia de Recursos Turísticos del Ministerio de Turismo.

Se ha realizado una evaluación de la jerarquía de los mismos atractivos, resultados con los cuales se ha construido una propuesta final de evaluación de los atractivos.

Jerarquización de atractivos

- **Jerarquía 5.-** Atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), cuantificada como un porcentaje del total de la demanda de un país o de algún mercado específico.

- **Jerarquía 4.-** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes del mercado interno o externo, pero en un menor porcentaje que los de la categoría 5, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

- **Jerarquía 3.-** Atractivo con algún rasgo llamativo capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno o externo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas; o de motivar corrientes turísticas locales (actuales y potenciales).
- **Jerarquía 2.-** Atractivos con méritos suficientes como para considerarlos importantes para el mercado interno, pero sin condiciones para el externo.
- **Jerarquía 1.-** Atractivos con méritos suficientes como para considerarlos en las jerarquías anteriores, pero que por su ubicación y relación a otros atractivos, son complementarios al desarrollo y funcionamiento de estos.
- **Jerarquía 0.-** No tienen atractivo alguno, y que aún teniéndolo, sus cualidades no permiten incorporarlos a la jerarquía 1, umbral mínimo de jerarquización.

Etapa 3: Resultados de la evaluación turística propuesta.

Una vez realizada la identificación del territorio con mayor aptitud para el uso turístico, y a partir de los modelos de evaluación, se ha logrado lo siguiente:

- Localización y catastro de atractivos turísticos.
- Localización e identificación de recursos turísticos actuales y potenciales.
- Localización e identificación de actividades turísticas actuales.
- Sitios destacados de flora.
- Servicios turísticos disponibles.
- Lugares aptos para Miradores.
- Lugares aptos para camping y zonas de camping.

Principales atractivos turísticos

Tabla # 4. Atractivos turísticos de Bucay - Categoría: Sitios naturales

| LUGAR | TIPO | SUBTIPO | JERARQUIA |
|---------------------------|----------------|-------------------------------|-----------|
| Bosque de La Esperanza | Bosque | Húmedo Subtropical Occidental | III |
| Cascadas de Piedra Blanca | Caídas de Agua | Ninguno | III |
| Río Chimbo | Río | Raudal | I |

| | | | |
|-----------------|-----|--------|---|
| Río Chanchán | Río | Raudal | I |
| Río San Antonio | Río | Raudal | I |
| Río Limón | Río | Raudal | I |

Fuente: Elaboración propia basada en investigación de campo, 2008.

Atractivos turísticos

- **Nombre del atractivo:** Bosque de la Esperanza
- **Categoría:** Sitio natural
- **Tipo:** Bosque
- **Subtipo:** Húmedo subtropical occidental

Es una gran extensión de bosque secundario con remanentes de bosque primario, aquí se están desarrollando actividades de deportes de aventura como: Parapente, Trekking, Climbing, Cabalgatas, Avistamiento de aves, Mamíferos, Mariposas o disfrutar del espléndido paisaje que brinda la naturaleza.

Se encuentra a 9 Km. en la vía Bucay – Chillanes a 800 metros sobre el nivel del mar, dentro de los predios del Recinto la Esperanza Alta. El bosque nublado presenta un marco paisajístico rodeado de exuberante vegetación

como bellas orquídeas y bromelias además adornado con hermosas cascadas de hasta 50 metros de altura.

Todas sus vertientes que descienden de la cordillera son de agua cristalina que baña el bosque, aquí podemos observar árboles de guayacán, Fernán Sánchez negro, limoncillo, copal.

Como fauna podemos observar mamíferos, reptiles, aves mariposas y más animales propios de la zona. Hay senderos y guías turísticos que permiten a los visitantes disfrutar del ecosistema. Existe además un proyecto de creación de una Hostal en esta zona.

- **Nombre del atractivo:** Cascadas Piedra Blanca
- **Categoría:** Sitio natural
- **Tipo:** Caída de agua

Se encuentran a 1.400 metros sobre el nivel del mar en este lugar descubriremos el paraíso de las cascadas, aproximadamente 20 saltos de agua conforman estos majestuosos escenarios destacando las principales:

Canaleta 90 metros, Expedientes 50 metros, Las Mellizas 60 y 45 metros entre otras. Piedra Blanca se encuentra a 30 metros desde la cabecera cantonal (Bucay) por la vía que conduce a los Recintos La Esperanza, La

Miras, y Chillanes – (Provincia de Bolívar). Aquí se destacan las actividades de turismo de aventura como Rapel en cascadas, Parapente y Trekking.

- **Nombre del atractivo:** Río Chimbo
- **Categoría:** Sitio Naturales
- **Tipo:** Ríos
- **Subtipo:** Raudal

Se ha emprendido la gran campaña de descontaminación del Río Chimbo, que es utilizado como escenario para la practica del Rafting y Boyas, Tubbing compartiendo este escenario con el cantón Cumandá que pertenece a la provincia del Chimborazo

- **Nombre del atractivo:** San Antonio
- **Categoría:** Sitio Naturales
- **Tipo:** Ríos
- **Subtipo:** Raudal

Río de cristalinas aguas y pasando junto al recinto de Matilde Esther donde sus pobladores celebran el tradicional **CARNAVAL** donde se mezclan costumbres y tradiciones de Costa y Sierra, zona muy conocida por sus cultivos de cítricos y su exquisita gastronomía.

- **Nombre del atractivo:** Río Limón
- **Categoría:** Sitio Naturales
- **Tipo:** Ríos
- **Subtipo:** Raudal

El Río Limón se encuentra junto al recinto Limón, llamado así también por sus aguas de color verdosas junto a este hay un asentamiento poblacional de la comunidad Shuar desde hace aproximadamente 45 años. Este grupo considerable de familias actualmente se encuentra en proceso de recuperar su identidad ancestral en cooperación total con la M.I. Municipalidad de General Antonio Elizalde (Bucay).

Tabla # 5. Atractivos turísticos de Bucay - Categoría: Manifestaciones Culturales

| LUGAR | TIPO | SUBTIPO | CARACTERISTICAS | JERARQUIA |
|--|------------------------|----------------|---|-----------|
| Represa de Agua Clara | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Fuente de agua montañosa que es captada en la represa denominada Agua Clara. | II |
| Complejo Turístico y Planta Potabilizadora la Lolita | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Parador turístico con planta que efectúa el proceso de potabilización de agua. | II |
| Malecón del Río Chimbo | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Constituida bajo la administración Municipal, i se conjuga lo moderno, lo natural y lo histórico | II |
| Estación del Ferrocarril | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Es muy interesante conocer los talleres de Mantenimiento por la observación de piezas, vagones y locomotoras. | I |
| Grupo Étnico Shuara | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Están asentados en el río Limón. No son más de cien personas dedicadas a la agricultura y cacería. | I |
| Artesanías | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Talleres dedicados a la confección de muebles de madera de óptima calidad. | II |
| Pelear de Gallos | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Coliseos de gallos o galleras que existen en la ciudad, donde compiten animales locales y extranjeros. | II |
| Grupo de Haciendas | Realizaciones Técnicas | Obras Técnicas | Importantes haciendas que están buscando como actividad paralela el desarrollo turístico, trabajando en el área agro turística. | II |

Fuente: Elaboración propia basada en investigación de campo, 2008.

- **Nombre del atractivo:** Agua Clara
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

La Represa y balneario Agua Clara se encuentra dentro de la cabecera cantonal y constituye uno de los principales atractivos del turismo masivo; tanto para locales y particulares, muy atractivo por sus cristalinas aguas y un pequeño salto de agua que embellece el paisaje en conjunto con el Río Chimbo y las montañas de fondo. Convertido en uno de los más importantes atractivos turísticos del sector. Está situado en la parte Este de Bucay en la vía que conduce a la ciudad de Riobamba, es una fuente de agua montañosa que nace en las estribaciones andinas de la provincia de Bolívar y que corriendo sobre terrenos arcillosos es captada en la represa denominada Agua Clara. Las aguas corren entre rocas y al caer en forma de cascada forman verdaderas piscinas naturales.

- **Nombre del Atractivo:** Complejo Turístico y Planta Potabilizadora La Lolita
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

Es un parador turístico adornado con lago artificial, canchas deportivas y la planta que efectúa el proceso de potabilización de agua con un sistema que optimiza recursos mediante la utilización de filtros de arena y que fue construida por Teodoro Wolf en la década de 1920 a 1930 y está en funcionamiento como el primer día.

Se encuentra a 6km de Bucay vía a Naranjito, en él encontramos una hermosa laguna con peces (tilapias) y botes, canchas deportivas, club social, sala de conferencias, aula ecológica, cabañas, centro medico, espacio para gimnasia y aeróbicos, amplios espacios verdes para camping. Sitio ideal para jornadas académicas recreacionales que son un verdadero disfrute personal y profesional donde las empresas y familias pueden disfrutar de todos los beneficios que ofrece el lugar.

- **Nombre del atractivo:** Malecón del Río Chimbo
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

Obra majestuosa constituida bajo la administración Municipal del Señor Lorens Olsen Pons, primer personero municipal, aquí se conjuga lo moderno, lo natural y lo histórico con una vista panorámica del puente del

Ferrocarril construido hace más de un siglo. El Malecón se ha constituido en el escenario de exponentes del arte y cultura, como también en el sitio de encuentro de diversión para toda la familia.

- **Nombre del atractivo:** Estación del Ferrocarril
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

En el tramo de vía hacia las poblaciones al norte del cantón se encuentra el Ferrocarril en proceso de rehabilitación.. Es muy interesante conocer los talleres de Mantenimiento por la observación de piezas, vagones y locomotoras.

- **Nombre del atractivo:** Grupo Étnico Shuar
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

El único grupo étnico que habita en este cantón es el de los Shuaras que están asentados en el río Limón. No son más de cien personas dedicadas a

la agricultura y cacería, tienen buena relación con los demás habitantes de la zona.

- **Nombre del atractivo:** Artesanías
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

En la población de Bucay existen algunos prestigiosos talleres dedicados a la confección de muebles de madera de óptima calidad, muchos de ellos son exportados a Estado Unidos y Europa.

- **Nombre del atractivo:** Peleas de Gallos
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

Los fines de semana y en días festivos mucha gente acude a los dos coliseos de gallos o galleras que existen en la ciudad, donde compiten animales locales y extranjeros.

En el cantón Bucay se asientan importantes haciendas que están buscando como actividad paralela el desarrollo turístico, trabajando en el área agro turística. Todas cuentan con atractivos muy particulares, por ejemplo:

- **Nombre del atractivo:** Hacienda la Victoria
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

Ofrece paseos a caballo, ordeño mecánico, rodeo montubio, pesca deportiva, remo, comida campestre.

- **Nombre del atractivo:** Hacienda San Rafael
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

Aquí podemos disfrutar de la convivencia con un pueblo montubio y recorrer grandes extensiones de pastizales con ganado, cabalgatas, ordeño mecánico, comida criolla, recorrido por bosques de caña guadúa.

- **Nombre del atractivo:** Tandilisa
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

Aquí observamos alrededor de 400 hectáreas de caña guadua y el proceso de cuidado para posteriormente convertirlo en producto terminado. En este mismo lugar utilizan el Acero Vegetal, un material que reduce la contaminación de los ríos y disminuye la tala de los árboles, está hecho a base del tamo o cáscara del arroz.

- **Nombre del atractivo:** Hacienda Palma Tropical
- **Categoría:** Manifestaciones Culturales
- **Tipo:** Realizaciones Técnicas
- **Subtipo:** Obras Técnicas

Ofrece cabalgatas, avistamientos de aves, trekking al bosque húmedo subtropical, cultivo y cosecha de palmito, comida campestre, caminatas al río.

2.1.2 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA

Actualización del Inventario de la Infraestructura

La actualización del inventario está basada en la metodología detallada anteriormente. Se utilizan fichas generales dedicadas a cada subtipo.

Las características que se toman en cuenta en materia de carreteras son:

1. Número de rutas y puntos que unen destinos.
2. Extensión de cada ruta.
3. Tipo de calzada: asfalto, hormigón armado, consolidado, tierra (aclarando en este último las épocas del año en que es transitable).
4. Estado de la ruta.
5. Otras características de interés.

Respecto a la señalización de la ruta, se consignó información general y de interés turístico, indicando si es suficiente o incompleta.

Para el registro de la información referente a terminales y servicios de transporte respectivamente, sean estos por tierra, agua o aire, hemos considerado:

- a. Ubicación de la Terminal.
- b. Boleterías y reservas de pasajes.
- c. Servicios de higiene y confort del pasajero.
- d. Otros servicios complementarios.
- e. Nombre de las empresas transportadoras.
- f. Servicios que prestan.
- g. Frecuencia de los servicios.
- h. Tipo de vehículo por servicio.
- i. Tarifa por milla o Km. de cada servicio y precio de viaje.

Hemos descrito en términos generales la red de comunicaciones interna y los contactos externos, así como la eficiencia de los servicios que puede emplear el turista.

Para la evaluación de la infraestructura, no se han establecido jerarquías, pero sí se ha consignado la calidad y suficiencia del equipamiento de apoyo y la solvencia de los servicios de transporte público que utiliza el turista, lo mismo que la eficacia de los sistemas de comunicación.

Carreteras:

Riobamba- Balbanera –Pallatanga - Bucay (Cumandá): Tiene una extensión 106,60 Km. y el 14 de Agosto del 2008, el Ministerio de Transportes y Obras

Públicas dio inicio a un proceso de rehabilitación y mantenimiento para esta carretera, mediante un plan de inversión vial para la provincia de Chimborazo.

Terminal Terrestre:

Carece de terminal de embarque. El transporte interno se lo realiza en vehículos individuales no cooperados. El transporte intercantonal es efectuado por las cooperativas de otros cantones que van desde y hacia Guayaquil o Riobamba.

2.1.3 ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA

Se ha realizado la actualización del inventario de la planta, en base al estudio de la metodología sugerida por *Fabio Cárdenas Tábares* en su libro "**PROYECTOS TURÍSTICOS: Localización e Inversión**" donde se divide a la planta en: **equipamiento e instalaciones** en la cual se adoptaron ciertas características a la realidad de la zona y adicionalmente se ha hecho un inventario de los servicios básicos, por lo que se detalla a continuación:

En lo referente al equipamiento e instalaciones, esto se ha realizado en dos pasos:

1. Registro de la información (Matriz de inventario)
2. Evaluación de la planta turística.

La plaza hotelera del cantón se compone de varios hoteles y una residencial, ubicadas dentro del área urbana y una hostería campestre en el Recinto La Esperanza. A continuación se nombran los que cumplen con características básicas de un establecimiento de este tipo:

- Hotel El rey
- Hotel California
- Hotel Central
- Residencial El Paraíso
- Hostería Casa de Piedra
- Hotel Bulubulu
- Hotel EL triunfo

Esparcimiento

Instalaciones deportivas

Liga cantonal

Cancha de fútbol Abierto sin graderías Antiguo Polideportivo con capacidad para 1500 personas.

Clubes nocturnos

Las Vegas:

Moderna sala de baile.

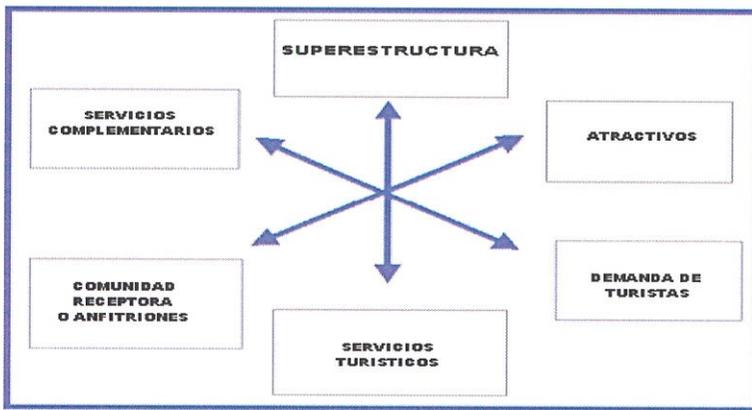
La Castellana

Moderna sala de baile con capacidad para 40 personas.

2.2 ANÁLISIS FODA DEL DESTINO

Se ha realizado un análisis de todo el Sistema Turístico del destino el cual podemos ver a continuación:

Gráfico # 3. Sistema turístico



Fuente: Elaboración propia basado en De la Torre, Francisco, "Introducción al Estudio del Turismo". Pág. 51, 2000.

Se ha elaborado un FODA en base a las oportunidades, debilidades y amenazas relacionadas a los diferentes aspectos del sistema turístico de Bucay, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

Servicios turísticos

Dentro de lo concerniente a hospedaje, restaurantes, transporte terrestre y marítimo, agencias de viaje, discotecas, centros comerciales, bares, entre otros.

Infraestructura o Servicios complementarios

Se ha analizado el estado y la existencia de carreteras y calles, agua potable, energía eléctrica, teléfono, Internet, salubridad, sanidad, bancos y alcantarillado.

Atractivos

Naturales y culturales.

Superestructura

Se ha analizado el desempeño y necesidades con respecto a los organismos reguladores e instituciones que intervienen en el desenvolvimiento turístico cantonal como el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo y Municipio.

Turistas

Los turistas que pernoctan, los visitantes y excursionistas.

Anfitriones

Si son activos o pasivos, si están capacitados e informados, si aceptan el turismo como una actividad positiva.

A continuación presentamos el análisis FODA:

Fortalezas

- Gran cantidad de recursos naturales y paisajísticos con potencial turístico.
- Desarrollo creciente de la actividad comercial en el Cantón.
- Posee una privilegiada ubicación geográfica.
- Entidades reguladoras locales como ASOTUR BUCAY (Asociación Turística Regional Bucay) y el Municipio están interesadas en impulsar la actividad turística en el cantón.
- El cantón es privilegiado por su riqueza cultural e histórica.
- Gran cantidad de especie de flora endémica.
- Espacio natural poco intervenido por el hombre, existiendo aún bosques primarios.
- Clima agradable que favorece la atracción hacia el destino.

Oportunidades

- Apoyo de organismos internacionales a proyectos relacionados con actividades productivas en la zona.

- Rehabilitación del ferrocarril.
- Creciente interés de la demanda por actividades de aventura a nivel nacional.
- Inversión privada en nuevos proyectos turísticos.

Debilidades

- Deficiencia en la infraestructura.
- La oferta de servicios carece de una acción conjunta entre los prestadores, lo cual impide aprovechar de forma eficiente los recursos con que cuenta el cantón.
- La región no cuenta con un plan de promoción establecido.
- La actividad turística actualmente no se desarrolla de forma organizada y planificada.
- Escaso apoyo y control por parte de los organismos reguladores nacionales.
- Falta de interés turístico por parte de la comunidad.

Amenazas

- Estación lluviosa bloquea la accesibilidad, al presentarse derrumbes o deslaves.
- Inestabilidad política y económica.

- Mejor infraestructura y promoción de otros destinos competidores con similares características dentro de la oferta.

2.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

❖ Demanda Turística:

- “Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y se trata de grupo heterogéneo de personas, un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias.

OMT, Introducción al Turismo, 1998. Página 46.

Según, Mathieson y Wall (1982, Pág. 16) “El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual”.

- *BOULLÓN, Roberto, Planificación del Espacio Turístico, Editorial Trillas, 2006. Página 32.*

“El total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan”.

Tal como lo afirma la Secretaría de Turismo de México en el documento competitividad y desarrollo de productos turísticos exitosos: "Los turistas pagan por los servicios que necesitan para disfrutar de su tiempo libre (transporte, actividades, visitas) y para sobrevivir (comer, dormir) en ambientes diferentes y extraños; pero ante todo, buscan experiencias y utilidades, y eso es lo que compran."

Es necesario hacer referencia al principio diferenciador que caracteriza a la demanda: cada turista o grupo de estos requiere productos y servicios cuyas características formales y de calidad difieren en uno u otro sentido; esto lleva a esbozar un segundo planteamiento: la demanda es altamente segmentada. La teoría general de planificación turística ha buscado responder a esta consideración desarrollando conceptos como las tipologías y morfologías turísticas, y ordenadores conceptuales que permiten su conocimiento y análisis, particularmente en el uso de estadísticas. Algunas de las taxonomías consideradas con mayor frecuencia son:

- ↳ Origen y/o destino: nacional o doméstico (local, regional, nacional) e internacional.
- ↳ Nivel de ingresos y gasto turístico: lujo, ejecutivo, económico, clase turista.
- ↳ Medio de transporte utilizado: terrestre, aéreo, marítimo, fluvial.

- ↳ Distancia al punto de destino y estadía: fin de semana, puentes, vacaciones.
- ↳ Grupos de edad: jóvenes, familias, adultos mayores.
- ↳ Motivación turística: naturaleza, cultura, actividades al aire libre, reposo; negocios.

Se ha realizado un análisis de la demanda actual de Bucay, partiendo de la demanda potencial, se ha realizado una segmentación de mercado, y finalmente se ha establecido una demanda real.

2.3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL

En el presente enunciado se establecen los diferentes segmentos de mercado, en los que hemos considerado realizar el estudio de identificación de la demanda, para ello se ha realizado un estudio que definirá las características y preferencias de cada uno de los grupos determinados.

El mercado al que se orienta nuestro servicio es la población de Guayaquil, a la cual ha sido segmentada según factores psicográficos en los siguientes grupos de clientes potenciales:

Estudiantes Universitarios

Un sector importante del mercado lo representan los jóvenes, en virtud de que poseen un espíritu aventurero, y desean poner de manifiesto su capacidad de realizar cualquier actividad que ponga a prueba sus capacidades físicas y psicológicas.

En este segmento se ha identificado a Jóvenes estudiantes entre 18 y 25 años residentes en las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala y Riobamba, de clase media y media alta con ingresos económicos dependientes; ganan entre \$200 y \$300, los mismos que son cubiertos por su padres, planifican sus viajes semestrales o quincenales a diferentes destinos de Ecuador, buscan salir de la rutina, huir de responsabilidades, un poco de libertad, se encuentran en búsqueda de aventura, adrenalina y riesgo, ya que cuentan con la energía para hacerlo, así mismo les gusta lo novedoso, se desplazan constantemente en grupos de amigos.

Profesionales Jóvenes

Profesionales solteros entre 25 y 30 años provenientes de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Manta, Machala y Riobamba, de clase media y media

alta con ingresos económicos promedio de \$500 y \$800, independientes, gustan de viajar con sus amigos, conocer diferentes lugares de Ecuador, pero también de tener un lugar donde escapar los fines de semanas y feriado del stress común de las grandes ciudades; conservan el espíritu aventurero, los deseos de viajar conocer y seguir experimentando el riesgo.

Familias

Dentro de este grupo encontramos a madres y padres de familia que buscan recreación y descanso, un ambiente de paz para compartir con sus hijos, de esta forma escapar del estrés y de las obligaciones diarias, además de respirar un aire más puro.

Practicantes de deportes de aventura

Deportistas jóvenes de las diferentes regiones del Ecuador que están entre los 20 y 30 años, personas que disfrutan del riesgo, que llevan años dedicados a esto y que consideran que no sólo se trata de derramar adrenalina que están a la vanguardia de los diferentes lugares y deportes extremos que se realizan en Ecuador, están constantemente identificados y motivados por la adrenalina, y se encuentran en búsqueda de nuevos lugares donde desarrollar esta actividad. Su principal motivo es la pasión

que siente por realizar los deportes. De clase media y media alta con ingresos económicos promedio de \$600 y \$800 que tenga la posibilidad económica; ya que se requiere de recursos para trasladarse a diferentes lugares donde practicarlos, comprar el equipo necesario, orientación de especialistas y empresas encargadas de guiarlos y cuidar su seguridad.

Estas personas se especializan en uno o dos deportes y pertenecen o tienen a alguien cercano a ellos que pertenece a una Federación deportiva o a un club deportivo como FATIS.

Turistas extranjeros

El proyecto se enfocará a los "Turistas de aventura accesible"⁸, el cual presenta una clara combinación entre el turista de tipo mochilero, el cual viaja en busca de aventuras, de vivencias más reales y el de tipo burbuja, el cual se define por ser exigente, buscar confort y calidad en su experiencia.

Este grupo está conformado por turistas entre los 25 y 45 años, siendo el 52% mujeres. Poseen un mayor dominio personal sobre su tiempo libre, los viajes los realizan generalmente de forma individual, son turistas con un alto nivel educacional, más informados, experimentados y exigentes, sus

⁸ Clasificación determinada por el Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador (FMPT) para referirse al Turismo Receptivo del país.

motivaciones son principalmente de nivel activo, han dejado de “pasar” vacaciones a “vivir” vacaciones, buscan experiencias memorables, emociones auténticas (participar, enriquecerse, etc.), poseen un ingreso promedio anual de USD \$40.000.

Se caracterizan por respetar el ambiente, sus variadas motivaciones los llevan a realizar actividades de alto impacto, así como también actividades ecoturísticas, prefieren una mezcla entre lo extremo y el confort, demandando siempre calidad y garantía en los servicios solicitados.

Son personas que viajan constantemente fuera de su lugar habitual, investigan nuevos destinos, motivados por el interés de conocer nuevas culturas y atraídos por el calor humano que ofrece Latinoamérica y el estilo de vida totalmente diferente al suyo.

Son exigentes a la hora de hallar un lugar ideal donde además de pasarla bien puedan experimentar el riesgo y la aventura.

El 50-60%⁹ de ellos estarían interesados en aspectos sociales, culturales y ambientales del destino turístico y quieren aprender sobre el tema antes de su viaje y mientras lo realizan, más del 75%¹⁰ busca ambientes no explotados y desea que su viaje no dañe los ecosistemas locales, entre el

⁹ Estudios del Ministerio de Turismo, 2006.

¹⁰ Estudios del Ministerio de Turismo, 2006.

67-90%¹¹ quiere patrocinar hoteles comprometidos con la protección del medioambiente y consideran que es importante la administración social y ambiental local.

Excursionistas

Son aventureros que gustan del aire libre, aman por lo general la naturaleza y desean compartir directamente una parte de su vida con ella. Debido a que no hay edad para esta actividad de carácter deportivo y recreativo, permite la sana convivencia entre familiares y amigos de todas las edades.

2.3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA REAL

Para determinar la demanda real, se ha realizado una Encuesta para encontrarla partiendo de la demanda potencial, utilizando la siguiente fórmula la fórmula que usa el Ministerio de Turismo:

$$N = \frac{(K)^2 \times p \cdot q}{E}$$

E

$$N = \frac{(4)^2 \times (0.77 \cdot 0.33)}{0.0096}$$

0.0096

¹¹ Estudios del Ministerio de Turismo, 2006.

N = 241 Personas a encuestar

Com lo cual se obtuvieron los siguientes resultados em cuanto al perfil de nuestro visitante:

- ✓ Genero indiferente
- ✓ Edad: 25 – 35 años
- ✓ Universitario
- ✓ Residente en el Norte de Guayaquil
- ✓ Viaja frecuentemente: Fines de semana
- ✓ Estadía: 2 días
- ✓ Utiliza una empresa de turismo
- ✓ Se informa de nuevos lugares por medio de amigos y conocidos
- ✓ Regularmente viaja con amigos
- ✓ Gasto promedio: \$41 - \$50

Ver Anexo # 1 Encuesta y resultados

2.4 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PRODUCTO PROPUESTO

2.4.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO COMPETITIVO

Actualmente, los turistas buscan que los deportes extremos se desarrollen en un entorno donde encuentren a la naturaleza en su forma más pura, por lo que el CDE¹² en particular, posee gran variedad de ambientes en los cuales se pueden desarrollar muchos de los deportes, ya que en el Sector de Piedra Blanca donde se desarrollarán las actividades existen muchos escenarios naturales en los cuales se puede practicar deportes como Canyoning y excursiones.

La proyección de la demanda que se ha realizado ha dado resultados muy favorables y el principal proveedor de esta actividad es nuestro aliado estratégico.

¹² CDE: Centro de Deportes Extremos

Posibles Competidores:

Se han analizado varios lugares que han implementado en sus instalaciones áreas para la práctica de uno o más deportes extremos, a continuación el detalle de los lugares que se han considerado:

Tabla # 6. Posibles competidores del CDE

| LUGAR | UBICACIÓN | ACTIVIDADES DE AVENTURA |
|-------------------------|--|--|
| Finca La Gloria | Km. 53 Vía a la costa. Provincia del Guayas | Cabalgatas |
| Club del Valle | Provincia del Guayas | Cabalgatas |
| Vulcano Park | Teleférico de Quito, Pichincha. | Canopy |
| Ecoparque Monteselva | Baños – Puyo. | Canopy, Camping. |
| Hostería Alándaluz | Puerto Rico, Manabí | Canopy, Trekking, Observación de aves |

Fuente: Elaboración propia

De estos competidores, hemos identificado que Alándaluz es el más fuerte, porque es el que tiene mayor cantidad de actividades de naturaleza, entre ellas de aventura, y porque está ubicado en la Región Costa.

Fuerzas competitivas

Un primer punto de referencia se centra en el análisis de las llamadas fuerzas competitivas las cuales, en consideración de Michael Porter, determinan la competencia de un sector en particular.

Gráfico # 4. Fuerzas competitivas de Porter



Fuente: Elaborado por las autoras del trabajo de investigación.

Análisis Porter:

➤ Poder de negociación con los proveedores:

Realizaremos una estrategia de integración hacia atrás¹³, como parte fundamental del proyecto

➤ Amenaza de nuevas incorporaciones:

Nuestro servicio busca diferenciarse en su producto ampliado, donde se entrega valor por lo novedoso y único del servicio. Las amenazas de nuevos entrantes en la misma categoría son bajas, porque es un producto que ya existe en el mercado pero con baja demanda por la inseguridad de la práctica de deportes por parte de los operadores.

➤ Poder de negociación de los compradores:

La sensibilidad de los compradores al precio es baja ya que la empresa tendrá un alto grado de diferenciación comparándose con otros competidores debido a varias ventajas competitivas que se crearán, como por ejemplo: los clientes tendrán mayor seguridad al realizar los deportes en el Centro, ya que los instructores serán altamente calificados en los deportes

¹³ Integración hacia atrás: Cuando no hay muchos proveedores, es mejor que estos sean aliados estratégicos. Marketing Estratégico.

que se ofrecerán, y la especialización, la calidad y la diversificación serán parte fundamental de la imagen.

➤ **Amenaza de productos o servicios sustitutos:**

Los sustitutos principales del proyecto son los centros de deportes tradicionales, como por ejemplo: club de tenis, gimnasios, centros de escalada, deportes aéreos, circuitos de Mountain bike, entre otros; además de centros de diversión o recreativos etc., pero también lo es el hecho de ir directamente a un espacio natural como Baños de Agua Santa a realizar cualquiera de los deportes extremos que ofreceremos en el Centro.

Pese a esto la diferencia entre el interés de practicar un deporte tradicional versus un deportes extremo es notoria, pero debemos recordar que no es lo mismo realizarlo en un espacio natural con una persona que con un centro especializado; principalmente por motivos de seguridad, adrenalina, etc.

Lo anterior nos indica que la amenaza de sustitutos posee un nivel medio alto, por lo que el potencial de rentabilidad disminuye.

➤ **Rivalidad entre competidores existentes:**

En estricto rigor no existen competidores perfectos o directos para la empresa ya que es el único en la industria que realiza este tipo de servicio. Pero si se pueden encontrar competidores menos directos, como son los sustitutos del servicio, que se refieren a directamente realizar las actividades en su ambiente natural como lo hacen algunos sustitutos en la ciudad de Baños.

Aunque esto no va a impactar mayormente a la empresa ya que son sólo competidores lejanos del servicio, sustitutos lejanos. La variable con mayor relevancia es la especialización del servicio, debido a que en esta industria se requieren servicios especializados y que a la vez tienen un alto valor. Por lo tanto esto dificulta la salida de los competidores.

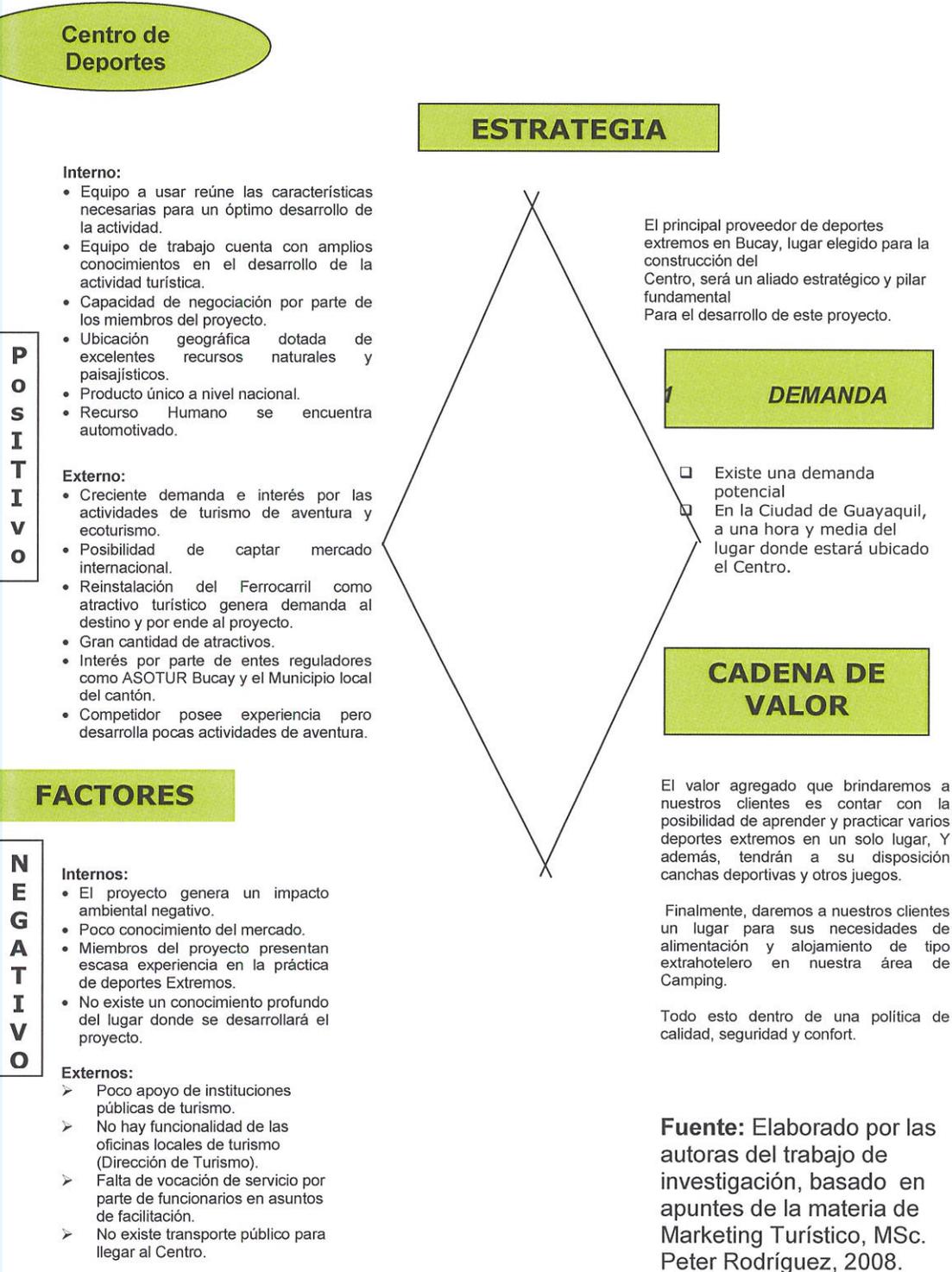
Luego de observar el análisis Porter llegamos a la conclusión de que la industria posee un alto atractivo principalmente por la inexistencia de competidores, clientes que transforman la práctica del deporte extremo en un estilo de vida, por lo cual la demanda por las instalaciones para practicar el deporte es permanente a través del año.

Diamante de la competitividad

Mención obligada merece el llamado diamante de la competitividad, formulación que utiliza Porter para sustentar buena parte de su teoría.

El diamante pone énfasis en lo que dicho autor denomina los determinantes de un sistema conformado por cuatro atributos genéricos que constituyen en el entorno en el que han de competir las empresas locales y que fomentan o entorpecen la creación de ventaja competitiva.

Gráfico # 5. Diamante de la competitividad – CDE



El entorno competitivo

En la actualidad, no existe ningún centro que entregue los productos deportivos en conjunto que ofrecerá este proyecto. Esto se da principalmente porque en los lugares en donde se pueden practicar las distintas modalidades que brindaremos, se dan individualmente y muchas veces sin la alta seguridad que se requiere.

Pero si podemos nombrar a múltiples agentes que operan dentro del mismo segmento de entretenimiento, si bien no son sustitutos perfectos, sí compiten fuertemente por la demanda de ocio de las personas, estos agentes se caracterizan por la diferenciación como su estrategia competitiva.

Los factores críticos de éxito, se basan principalmente en la eficiencia y calidad del servicio prestado a los clientes, los puntos mas importantes, son el precio, la seguridad, la cercanía y la calidad, donde todos los clientes esperan recibir más de lo que buscan, de lo contrario esta necesidad no será satisfecha y el servicio no tendrá el éxito esperado.

2.4.2 FODA DEL PROYECTO

Fortalezas

- Equipo a usar reúne las características necesarias para un óptimo desarrollo de la actividad.
- Equipo de trabajo cuenta con amplios conocimientos en el desarrollo de la actividad turística.
- Capacidad de negociación por parte de los miembros del proyecto.
- Ubicación geográfica dotada de excelentes recursos naturales y paisajísticos.
- Producto único a nivel nacional.
- Recurso Humano se encuentra auto motivado.

Oportunidades

- Creciente demanda e interés por las actividades de turismo de aventura y ecoturismo.
- Posibilidad de captar mercado internacional.
- Reinstalación del Ferrocarril como atractivo turístico genera demanda al destino y por ende al proyecto.
- Gran cantidad de atractivos.
- Interés por parte de entes reguladores como ASOTUR Bucay y el Municipio local del cantón.

- Competidor posee experiencia pero desarrolla pocas actividades de aventura.

Debilidades

- Poco conocimiento del mercado.
- Miembros del proyecto presentan escasa experiencia en la enseñanza de practica de deportes Extremos.
- No existe un conocimiento profundo de los escenarios donde se desarrollará el proyecto.

Amenazas

- Existen bajas barreras de entrada.
- Poca aplicación de las leyes en cuanto a turismo y medio ambiente.
- Inestabilidad política y económica.
- Mejor promoción de otros destinos competidores con similares características.
- Estacionalidad de los atractivos.
- Presencia de nuevos competidores.

Tabla # 7. Matriz FODA del CDE – Estrategias

| | <p align="center">FORTALEZAS</p> <p>1. Equipo a usar reúne las características necesarias para un óptimo desarrollo de la actividad.</p> <p>2. Equipo de trabajo cuenta con amplios conocimientos en el desarrollo de la actividad turística.</p> <p>3. Capacidad de negociación por parte de los miembros del proyecto.</p> <p>4. Ubicación geográfica dotada de excelentes recursos naturales y paisajísticos.</p> <p>5. Recurso Humano se encuentra automotivado.</p> | <p align="center">DEBILIDADES</p> <p>1. El proyecto genera en poca cantidad impactos ambientales negativos.</p> <p>2. Poco conocimiento del mercado.</p> <p>3. Miembros del proyecto presentan escasa experiencia en la práctica de deportes Extremos.</p> <p>4. No existe un conocimiento profundo del lugar donde se desarrollará el proyecto.</p> |
|--|---|---|
| <p align="center">OPORTUNIDADES</p> <p>1. Creciente demanda e interés por las actividades de turismo de aventura y ecoturismo.</p> <p>2. Posibilidad de captar mercado internacional.</p> <p>3. Reinstalación del Ferrocarril como atractivo turístico genera demanda al destino y por ende al proyecto.</p> <p>4. Gran cantidad de atractivos.</p> <p>5. Interés por parte de entes reguladores como ASOTUR Bucay y el Municipio local del cantón.</p> | <p align="center">ESTRATEGIAS FO</p> <p>1. Alianza estratégica con el principal proveedor de Turismo de Aventura en Bucay. (F3, O6).</p> <p>2. Desarrollar un producto estratégico para la práctica de Deportes de aventura. (F2,O4)</p> <p>3. Crear una variedad de oferta para diferentes tipos de clientes. (F4,O1)</p> | <p align="center">ESTRATEGIAS DO</p> <p>1. Fomentar la participación de Organizaciones de Gestion de destinos. y Municipio para desarrollo de Rutas. (D4, O5).</p> <p>2. Realizar un estudio de mercado a fin de conocer las posibles necesidades del consumidor. (D2,O1).</p> |
| | | |

| | | |
|--|--|--|
| 6. Competidor posee experiencia pero desarrolla pocas actividades de aventura. | | |
| <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existen bajas barreras de entrada. 2. Poca aplicación de las leyes en cuanto a turismo y medio ambiente. 3. Inestabilidad política y económica. 4. Mejor promoción de otros destinos competidores con similares características. 5. Estacionalidad de los atractivos. 6. Presencia de nuevos competidores | <p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer canales de distribución para la promoción del proyecto. (F2, A4). 2. Desarrollo de una Campaña de promoción a nivel nacional para introducir el proyecto. (F5, A4, A6) | <p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un presupuesto para viajes de familiarización a personal y miembros del proyecto. (D3, D4, A1). 2. Establecer políticas empresariales de manejo y conservación ambiental. (D1, A2) |

Fuente: Elaborado por las autoras del trabajo de investigación, 2008.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

Se ha realizado un estudio de localización, con el propósito de encontrar la ubicación ideal para el proyecto; cubriendo las exigencias o requerimientos de la demanda potencial, contribuyendo de esta forma a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo de construcción y de operación del proyecto.

El estudio ha comprendido la definición de criterios y requisitos con el fin de ubicar el proyecto en un sector del Cantón General Antonio Elizalde.

La selección de alternativas se la ha realizado en dos etapas. En la primera, se ha analizado y decidido la zona de Bucay en la que se localizará la planta; y en la segunda, se ha analizado y elegido el terreno, considerando los factores básicos como: costos, topografía y situación de los terrenos propuestos. A la primera etapa la hemos definido como estudio de macrolocalización y a la segunda de microlocalización.

Macrolocalización:

Es la selección del sector donde se ubicará el proyecto. Los factores que han influido en nuestro estudio han sido: el Mercado de consumo y las fuentes de recursos y atractivos turísticos. De manera secundaria están: la infraestructura física y de servicios (suministro de agua, facilidades para la disposición y eliminación de desechos, disponibilidad de energía eléctrica, servicios públicos diversos, etc.).

El mercado y las fuentes de recursos turísticos

Consiste en determinar el acceso a los recursos y atractivos existentes en la zona ó si es cercano al mercado en que se venderán los productos turísticos. Por eso se habla de industrias o empresas orientadas al mercado y de industrias o empresas orientadas a los insumos.

La primera condicionante será la facilidad de movilización de los equipos y de los turistas. En nuestro proyecto será mínimo el costo total de transporte de los insumos hacia la empresa.

Disponibilidad del recurso humano

Mano de obra directa

- ❖ Administrador.
- ❖ Jefe de comercialización y marketing.
- ❖ Agente de Asistencia al cliente.
- ❖ Jefe de guianza.

Mano de obra indirecta

- ❖ Contador.
- ❖ Vendedores freelance.
- ❖ Guías.
- ❖ Auxiliar de guianza.

Este factor no ha tenido gran incidencia sobre la localización ya que la mano de obra está disponible y no representa un alto costo, y sobretodo los salarios no varían en las los diferentes sectores del Cantón.

Además, se han determinado cualitativa y cuantitativamente los diversos tipos de mano de obra necesarias en la operación de la futura planta, es decir:

- Personal para la fase de construcción

- Equipo de Guías – instructores de los deportes de aventura a ofrecer.

La infraestructura

La infraestructura mínima necesaria para la ubicación del proyecto está integrada por los siguientes elementos: fuentes de suministro de agua; facilidades para la eliminación de desechos; disponibilidad de energía eléctrica y combustible; servicios públicos diversos; etc.

Fuentes de suministro de agua. El agua es un insumo importante, ya que los turistas realizarán actividades deportivas y también utilizarán el Centro para alojamiento y para esto necesitarán agua para tomar un baño luego de estas actividades.

La influencia como factor de localización depende del balance entre requerimientos y disponibilidad presente y futura. Por lo tanto ésta influencia es mínima, ya que justamente a un lado del Centro contamos con una quebrada.

Facilidades para la eliminación de desechos.

El Centro no generará una cantidad considerable de desechos, por lo cual este factor no ha influido en la decisión.

Disponibilidad de energía eléctrica.

Éste ha sido un factor a considerar en la localización. Si bien es cierto que la energía eléctrica es transportable, la inversión necesaria usualmente puede no justificarse para una sola empresa. Para lo cual, hemos considerado que aunque esto influye como factor decisivo, es uno de los pocos factores negativos.

Servicios públicos diversos.

Otros importantes servicios públicos requeridos son: caminos-vías de acceso y calles, servicios médicos, seguridad pública, facilidades educacionales, red de drenaje y alcantarillado etc. Con respecto a este punto, tenemos una carretera principal que conecta al Centro, pero es necesaria la construcción de una vía secundaria de 300 mts. de largo.

Finalmente, hemos concluido que dentro del Cantón Bucay, el mejor sector para la construcción de un Centro de Deportes Extremos es el Sector de la Esperanza, ya que se encuentra cerca de Piedra Blanca, donde contamos con 12 de 40 cascadas equipadas para la práctica de Canyoning, además también se encuentra cercano al Río Limón, para la práctica de Tubbing, y tiene un espacio disponible para ser adecuada como Área de Camping.

Además, en cuanto a infraestructura como hemos detallado, existe una carretera principal, y facilidades para suministro de agua.

Los factores negativos, requerirán de un valor para formar parte de la inversión inicial, pero no serán un punto negativo.

Microlocalización

Para encontrar cuál sería el mejor terreno, se hizo un inventario de todos aquellos que están disponibles, y al terreno más indicado se lo ha analizado de manera más profunda. A continuación se puede apreciar un cuadro con los aspectos relevantes que llevaron a la decisión del terreno seleccionado.

Tabla # 8. Microlocalización: Criterios de selección de alternativas

| FACTORES | ASPECTOS RELEVANTES | PESO (%) |
|-----------------|---|----------------|
| Comerciales | Proximidad a mercado meta | 20 |
| | Facilidades para comercialización y promoción. | 2 |
| Infraestructura | Disponibilidad de: | |
| | Agua | 18 |
| | Energía eléctrica | 15 |
| | Vía principal y secundaria | 10 |
| Operacionales | Existencia y características de: | |
| | Facilidades de eliminación de desechos | 1 |
| | Proximidad a recursos turísticos | 10 |
| Económicos | Bajo costo de adquisición por medio de un convenio estratégico. | 5 |
| Sociales | Servicios Médicos | 2 |
| | Seguridad Pública | 10 |
| | TOTAL % | Xi=100% |

Fuente: Elaboración propia en base a textos relacionados a "Formulación y Evaluación de Proyectos".

Microlocalización:

Una vez definida a la zona población de localización, hemos determinado el terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto.

Figura # 2. Localización del terreno



| NO. | DESCRIPCION |
|-----|--------------------------|
| 1 | INGRESO GENERAL |
| 2 | CANCHA DE USOS MULTIPLES |
| 3 | INFORMACION |
| 4 | ADMINISTRACION |
| 5 | BODEGA GENERAL |
| 6 | SALA ESTAR/ BAR |
| 7 | MIRADOR |
| 8 | MIRADOR |
| 9 | BATERIAS SANITARIAS |
| 10 | AREA DE CAMPING |
| 11 | PARQUEADERO |

Fuente: Elaborado por las autoras del trabajo de investigación, 2008.

En el gráfico anterior podemos ver el lugar donde se construirá el Centro y las áreas en que será dividido para brindar un mejor servicio y una mejor administración de los recursos.

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CARGA DEL CDE

La OMT (1998) define la capacidad de carga como un concepto ligado a la planificación y el desarrollo sostenible, destacando que al implementar un proyecto también debe tenerse en cuenta la capacidad de carga sociocultural y económica.

METODOLOGÍA TÉCNICA APLICADA

Para efectos del estudio de Capacidad de Carga seguimos la metodología de trabajo de Miguel Cifuentes (1996).

Capacidad de carga física (CCF)

Esta es el límite máximo de visitas que puede hacerse a un sitio con espacio definido, en un tiempo determinado.

Capacidad de carga del terreno

$$CCF \Rightarrow \left(\frac{1vte.}{15m^2} \right) \times (1.065m^2) \times \left(14,29 \frac{vtas.}{día.vte.} \right)$$

$$CCF \Rightarrow 1014,59 \frac{vtas.}{día}$$

Una vez determinado la capacidad física del terreno donde se localizará el CDE, se procede a determinar los factores de corrección, es decir las características intrínsecas del terreno. Aproximadamente el 75% (798,75 mts cuadrados) del área total esta ocupado por zona con mucha vegetación, así como, el 5% (53,25 mts cuadrados) del área total del terreno esta ocupado por accesibilidad, desperdicios 10 %, (106,50 mts cuadrados) y por último se tiene espacio utilizado para actividades no turísticas como ganado, este ocupa el 10% (106,50 mts cuadrados) del área total.

Factor de corrección:

$$FC = (1 - RA)$$

$$RA = \left(\frac{ML}{MT} \right)$$

$$RA_{1(zona,vegetacion)} \Rightarrow \left(\frac{798,75m^2}{1.065m^2} \right) = 0,75\%$$

$$FC_1 \Rightarrow (1 - 0,75) = 0,25$$

$$RA_{2(accesibilidad)} \Rightarrow \left(\frac{53,25m^2}{1.065m^2} \right) = 0,05\%$$

$$FC_2 \Rightarrow (1 - 0,05) = 0,95$$

$$RA_{3(desperdicios)} \Rightarrow \left(\frac{106,50m^2}{1.065m^2} \right) = 0,10\%$$

$$FC_3 \Rightarrow (1 - 0,10) = 0,90$$

$$RA_{4(\text{ganado})} \Rightarrow \left(\frac{106,50m^2}{1.065m^2} \right) = 0,10\%$$

$$FC_3 \Rightarrow (1 - 0,10) = 0,90$$

Con estos datos se puede determinar cual es el número real de personas que el CDE puede recibir, como se muestra a continuación:

$$CCR \Rightarrow 1014,59 \frac{\text{vtas.}}{\text{día}} \times (0,25 \times 0,95 \times 0,90 \times 0,90)$$

$$CCR \Rightarrow 195,18 \text{vtas} / \text{día}$$

Los resultados obtenidos de la Capacidad de Carga Real nos dicen que el CDE puede recibir aproximadamente 195 visitas al día.

Capacidad del camping (CCF)

El área de camping cuenta con $400 m^2$, para cada carpa de cuatro personas se ha calculado un espacio de 5.30×6.40 metros.

$$CCF \Rightarrow \left(\frac{1 \text{carpa}}{33,92m^2} \right) \times 400m^2 \times 10,71 \frac{\text{vtas.}}{\text{día.vte}}$$

$$CCF \Rightarrow 126 \text{carpas} / \text{día}$$

Para esta actividad no existe ningún factor de corrección, por ese motivo la capacidad real, es la misma que la capacidad de carga física, es decir 126 carpas al día.

Para este proyecto, la capacidad operativa está dada para atender 80 carpas, de modo que existe suficiente espacio si se da el caso de que cada turista decida traer su propia carpa.

Capacidad del parqueo (Capacidad de carga efectiva)

Para el área de parqueo se cuenta con 177,50m², con capacidad para 10 vehículos, considerando un área de 12,75m² para cada uno. Asumiendo una media de 4 personas por vehículo, el total de la capacidad del parqueadero va a ser de 40 personas.

$$CCE \Rightarrow 40 \text{vtes} \times 14,29 \frac{\text{vtas}}{\text{día} / \text{vte}}$$

$$CCE \Rightarrow 572 \text{vtas} / \text{día}$$

3.2 DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES Y SERVICIOS A DESARROLLAR

El proceso para obtener los bienes y/o servicios a partir de recursos es:

La ingeniería del proyecto y el análisis de la demanda, indicarán la cantidad, naturaleza y fuente de los insumos requeridos. El estudio de mercado señalará el tipo y cantidades de producto para su venta en distintos segmentos.

Tabla # 9. Procesos del CDE para obtener bienes y/o servicios a partir de recursos

| Estado inicial | = | Proceso de Producción | = | Producto final |
|----------------|---|--------------------------|---|--------------------------|
| | | Equipos deportivos | | Deportes Extremos |
| Recursos | | Equipos de Trabajo | | Infraestructura y Planta |
| | | Preparación del servicio | | Imagen |

Fuente: Elaborado por las autoras del trabajo de investigación, 2008

Servicio principal:

Práctica y entrenamiento de deportes extremos: Se ha realizado un estudio para la selección de los deportes a ofrecer, y luego de analizar el mercado se tomarán en cuenta los siguientes deportes:

- Canyoning.
- Rafting.
- Tubbing.
- Horse riding o Cabalgatas.
- Trekking.

Canyoning

El Canyoning es una experiencia única, sobre todo si se lo realiza en sitios tan llenos de magnetismo y encanto como los que se encuentran en Bucay. Las características de esta zona, para el ejercicio del Canyoning, es que tienen una altitud media entre 2.000 y 2.500 m sobre el nivel del mar; y los ríos descienden por desniveles vertiginosos formando multitud de cascadas.

El Canyoning consistirá en descender por una cascada del Sector de Piedra Blanca, la cual puede tener una altura desde 30 a 160 metros. La elección de la cascada dependerá del conocimiento previo que tenga el participante, de su edad y estado físico. Es una actividad ideal para descargar adrenalina y sentir la emoción de una auténtica aventura.

Duración

- Si es una sola persona la actividad, incluyendo el recorrido puede tomar hasta 2 horas pero si es un grupo el tiempo aproximado es de 5 horas.

Equipo:

El Centro de Deportes proveerá:

- **Casco;** homologado por la **UIAA/CE**, ya que aparte del terreno resbaladizo, pueden caer piedras debido al viento o al tránsito de los compañeros.
- **Guantes** de goma o neopreno; los cuales protegerán del frío y evitarán quemaduras al practicar el deporte y otros pequeños daños como rasguños y cortes.
- **Arnés;** estará en un punto de anclaje alto para evitar el desequilibrio provocado por el peso de la mochila. Será resistente al uso, cómodo y con anillas para llevar materiales.
- **Cuerdas:** Su tamaño dependerá de la cascada a descender.
- **Mosquetones;** Un mínimo de tres unidades homologadas. Uno de gran capacidad y con seguro, otro asimétrico sin seguro para el sistema de frenado suplementario y un último sin seguro.

Foto # 1. Mosquetones a usar en el descenso de cascadas

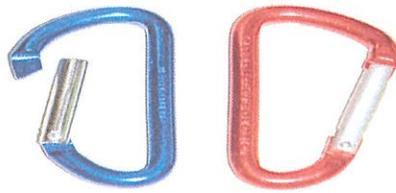


Foto # 2. Descensor de cascadas tipo 8



- **Cabos de anclaje;** Permitirán tener un mosquetón siempre a la mano.
- **Descensor** (tipo "ocho"); Para controlar la velocidad del descenso.
- **Mochila;** Hecha con materiales poco absorbentes aparte de tener agujeros para evacuar el agua fácilmente.
- **Seguro deportivo.**

Indumentaria / equipamiento que se debe llevar:

- Traje de baño
- Zapatos deportivos para mojar
- Toalla
- Ropa interior seca
- Calzado seco

Rafting

Consistirá en descender por ríos y montañas en balsas neumáticas, diseño simétrico y sin piso rígido; con capacidad para 4 a 10 personas, con un guía por balsa, la cual será impulsada por la corriente del río y dirigida por los participantes con pequeños remos. Se proveerá el siguiente equipo: chaleco salvavidas, remo, casco y balsa, y traje de neopreno opcional.

El Rafting, es uno de los deportes de aventura por excelencia, es un actividad que brinda mucha seguridad ya que si el bote se voltea tan solo hay que preocuparse de acercarse a la orilla o a la embarcación.

Gracias al conocimiento y capacitación previa sobre los diferentes tramos del río, el guía se encargará de dirigir el recorrido de la barca buscando seguridad o riesgo, según las circunstancias y el grupo. En todo caso el rafting constituye una de las más mejores experiencias turísticas que se pueden realizar en los ríos de nuestras montañas.

Los ríos en donde se navegarán para el rafting tienen un grado de dificultad, que depende de la velocidad de la corriente, la turbulencia del agua, la presencia y fuerza de remolinos, la existencia de rocas en el recorrido.

Tabla # 10. Clasificación de ríos para la práctica del rafting

➤ **Nivel I.-**

Muy fácil. Fácil.- Corriente lenta, olas pequeñas, es fácil guiar, el riesgo de caerse es bajo.

➤ **Nivel II.-**

Fácil.- Aguas un poco turbulentas con huecos y hoyos de no más de 25 cm, remolinos pequeños sin peligro alguno para un nadador. Para mayores de 18 años.

➤ **Nivel III.-**

Intermedio.- Aguas turbulentas con huecos y olas medianas de no más de 1 m, remolinos de cuidado para un nadador y de alguna consideración para una embarcación. La navegación requiere buena técnica y conocimiento del río.

➤ **Nivel IV.-**

Difícil.- Corrientes rápidas, fuertes y muy irregulares con rocas obstruyendo el camino. En algunas partes la pendiente es muy pronunciada y se requiere resolver maniobras rápidamente y bajo presión. Antes del primer descenso, es recomendable que un kayakista se adelante para reconocer el terreno. Es para mayores de 18 años, con precauciones.

➤ **Nivel V.-**

Experto.- Aguas blancas muy turbulentas poco predecibles con olas y huecos de más de dos metros. Remolinos y cascadas peligrosas. Requiere un grado de técnica experto y muy buen conocimiento del río. Necesidad de maniobras de Rafting extremadamente técnicas.

➤ **Nivel VI.**

Extremadamente difícil o “no navegable”.- Se considera muy difícil o imposible de navegar haciendo rafting.

Fuente: Elaborado por las autoras del trabajo de investigación, 2008

Si hay que otorgar una clase a un río entero, le corresponderá la clase del tramo más difícil de todo su recorrido.

La mayor parte de la actividad en descenso de ríos se realizará en las Niveles III y IV, quedando los Niveles II e inferiores en la categoría de navegación general en la que otras embarcaciones, técnicas y equipos son utilizados. Los ríos de Nivel V son abordados únicamente por los expertos.

Foto # 3. Ríos a usar para la práctica de deportes



Fuente: Sandra Campos, Junio del 2008.

Seguridad y equipo para hacer rafting

Es indispensable el uso del equipo necesario y el conocimiento de las técnicas básicas y de contar con un guía. El equipo apropiado y que

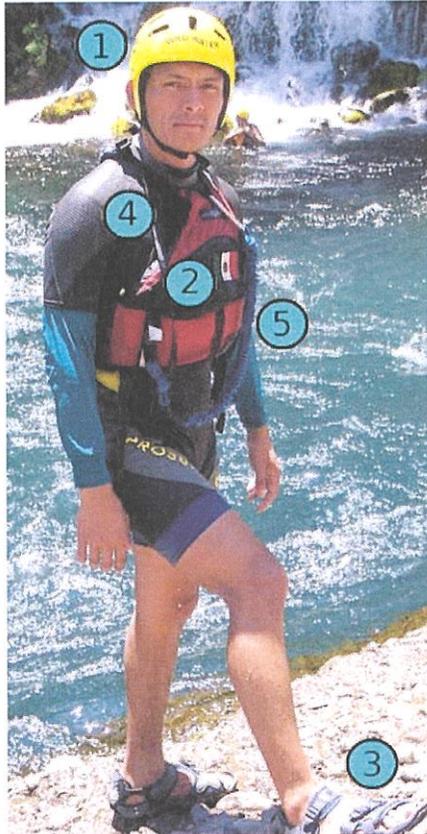
proveeremos en el Centro de Deportes consta de: casco, chaleco salvavidas, ropa y calzado adecuados y según la situación traje de neopreno. Un guía llevará siempre traje de neopreno, un cabo de emergencia y un cuchillo de río.

Además, se incluirá en el equipo colectivo: cuerdas de rescate, bolsas secas, alimentos y bebidas, y botiquín.

Tanto la embarcación usada como los remos estarán acondicionados en el descenso de ríos o rafting.

Una buena medida de seguridad con la que cuenta el Centro de Deportes consiste en navegar siempre con un guía especializado, aunque el participante tenga conocimientos previos y se realizará esta actividad en grupos de dos o más embarcaciones.

Foto # 4. Equipo personal de guía



1. Casco 2. Chaleco salvavidas 3. Calzado apropiado. 4. traje de neopreno.
5. Cabo extensible de emergencia. Cuchillo para río, no mostrado.

Técnicas de rafting

Toda persona que realice el descenso de ríos en el Centro de Deportes Extremos recibirá una inducción donde el Guía le enseñará las siguientes técnicas:

- Voces básicas de remada y su ejecución: “adelante”, “atrás”, “derecha”, “izquierda”, “piso” y “alto”.
- Indicaciones sobre qué hacer en caso de “lado alto” para evitar voltearse o evitar caídas.
- Uso correcto del equipo básico personal: casco, chaleco y remo.
- Qué hacer en caso de caer al agua o cómo ayudar a un compañero que ha caído al agua para incorporarse a la embarcación.

El guía del Centro de Deportes Extremos para Rafting dominará los siguientes aspectos técnicos, por su experiencia previa y por cursos de actualización dictados por la parte administrativa:

- Conocimiento amplio de utilización de todo el equipo de descenso de ríos.
- Saber interpretar adecuadamente las turbulencias del agua: olas, hoyos, remolinos, etc., para así dirigir la embarcación por los lugares adecuados.
- Conocimiento de las señales básicas de comunicación.
- Conocimiento de las técnicas de rescate, tanto de personas como de embarcaciones.
- Al caer al agua, el guía debe saber moverse dentro del agua y reincorporarse a la embarcación.

Detalles

Condiciones de participación:

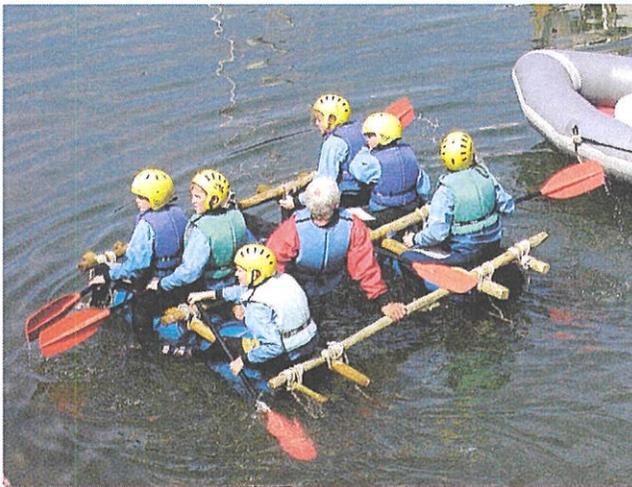
- Saber nadar

Duración

- De 3 a 4 horas aproximadamente.

El Centro de deportes proveerá:

- Inducción.
- Casco.
- chaleco Salvavidas.

Foto # 5. Bote a utilizar para rafting durante el primer año**Indumentaria / equipamiento que se debe llevar:**

- Traje de baño.
- Zapatillas de deporte para mojar.
- Toalla.
- Ropa seca adicional.

Tubbing

Consistirá en girar en neumáticos llenos de aire descendiendo por los rápidos del caudaloso río Chimbo, aventura moderada que nos lleva a conocer un magnífico paisaje con un impresionante verdor.

Una vez listos nos prepararemos para iniciar el descenso, pasando por los rápidos, y sintiendo la adrenalina correr por nuestras venas como corren las aguas del río en dichos rápidos. Toda la jornada nos tomará de 3 a 4 horas según el grupo, de modo que al llegar a aguas tranquilas sentirán el esfuerzo realizado en una real aventura, pero de seguro muy contentos.

Detalles

Condiciones de participación

- Saber nadar

Duración

- Aprox. 3 a 4 horas

El Centro de deportes proveerá:

- Inducción
- Balsa
- Casco
- Salvavidas
- chaleco Salvavidas

Indumentaria / equipamiento que se debe llevar:

- Traje de baño
- Zapatos deportivos para mojar
- Toalla
- Ropa seca adicional
- Calzado seco

Cabalgatas

Consistirá en recorridos a caballo alrededor del CDE, por senderos, arroyos y bosques, con asistencia de guías especializados en la interpretación de la flora, fauna, clima y geología. Es una actividad ideal para quienes disfrutan del contacto directo con la naturaleza.

La duración de la actividad dependerá del recorrido que se escoja y del número de personas que estén disfrutando de la cabalgata.

El turista en estas cabalgatas no solamente podrá recorrer paisajes increíbles, sino también observar de cerca y escuchar el sonido de diversas especies animales típicas en la zona.

Detalles

Participación:

- Toda la Familia

Duración

- Aproximadamente de 2 a 4 horas

El Centro de deportes proveerá

- Caballo
- Inducción

Indumentaria / equipamiento que se debe llevar

- Zapatos deportivos
- Cámara fotográfica

Trekking

Consistirá en recorrer a pie el Sector de La Esperanza, en el cual existen tramos de difícil acceso, que requieren esfuerzo físico.

Dependiendo de la distancia a recorrer (de 5 a 30 Km.) y la duración de la jornada (medio día o día entero), se necesita contar con una mochila y equipo básico para la práctica de esta actividad (provisión de agua y alimentos energéticos).

Ofreceremos dos variantes de Trekking:

- ❖ **Trekking diario:** se realiza con salida y regreso en el día, contando con una base fija para pasar la noche.

- ❖ **Trekking de travesía:** consiste en realizar un recorrido de varios días sin contar con una base fija o estable para pernoctar, siendo generalmente necesario transportar todo el equipo en mochilas o con animales de carga.

Foto # 6. Paisaje del sendero



Foto # 7. Vegetación de la zona



Detalles

Condiciones de participación

- Tener buena condición física.

Duración

- Aprox. 1 o 2 días.

El Centro de deportes proveerá

- Mochila.
- Equipo Básico para la práctica.
- Provisión de Agua.

Indumentaria / equipamiento que se debe llevar:

- Traje de baño.
- Zapatos deportivos para mojar.
- Toalla.
- Ropa interior seca.

Las rutas que ofreceremos son las siguientes:**La Ruta del Aventurero:**

Esta Ruta permitirá al turista practicar todos los deportes extremos en 4 días y 3 noches y será uno de los principales productos del Centro.

Estará dirigido sobretodo a extranjeros con capacidad de gasto bajo – medio.

El Recorrido por las cascadas:

Es una ruta que permitirá al visitante hacer un recorrido por las cascadas de la zona, la duración de este recorrido dependerá del turista y de lo que haya indicado al momento de la contratación.

Incluye:

- Box lunch.
- Guía naturalista.
- Guía para recorridos especiales (parvularias, biólogos, etc.) opcional.

Servicios complementarios:

- Alojamiento de tipo extra hotelero, subtipo Camping.
- Alimentación básica.
- Animación para grupos infantiles, para jóvenes y adultos.

- Actividades vivenciales para grupos de estudiantes y ejecutivos.
- Recorridos por: senderos, recorridos por huertos y/o jardines.
- Centro de Información.
- Recorridos para Observación de Aves o Birdwatching y Turismo científico.
- Cursos y Talleres de Deportes extremos, Motivación personal, Turismo y otros temas de interés del mercado objetivo.

Actividades de esparcimiento y recreación:

- Espacios libres para realizar fogatas temáticas y juegos.
- Espacios libres con hamacas.
- Caminatas en la oscuridad total. Se ofrecerá caminatas con antorcha, en donde se contarán leyendas de esta comunidad junto con los pobladores.
- Recorridos de observación de aves

Área de Camping

Para seleccionar el área del terreno que vamos a utilizar para Camping, se han analizado los siguientes factores:

Que esta área no tenga las siguientes características:

- ↳ En un radio inferior a 150 metros de los lugares de captación de agua para las poblaciones.
- ↳ En las proximidades de industrias insalubres, nocivas o peligrosas.
- ↳ En los terrenos sobre los que discurren líneas eléctricas de alta tensión.

Tratamiento y recolección de basura:

La recolección de basura se efectuará diariamente, mediante recipientes, en número suficiente que garantice la higiene en su almacenamiento.

Garantizaremos su transporte y eliminación en vertedero o instalación de recogida autorizada, sobretodo para no contaminar la quebrada que está cercana al predio, así como la desaparición de todo resto de suciedad en el interior del perímetro del camping.

Servicios higiénicos:

1. El establecimiento de Camping dispondrá dentro de su perímetro, los bloques de servicios higiénicos necesarios de manera que ninguna unidad de acampada del Camping quede a más de 200 metros del bloque de los servicios higiénicos. Estos serán totalmente independientes en cuanto a hombres y mujeres, y dentro de cada bloque de servicios, los inodoros estarán separados.

2. Cada una de ellas estará dotada del correspondiente bloque de servicios higiénicos.

3. Las instalaciones de los servicios higiénicos poseerán una ventilación amplia y directa al exterior.

En la Recepción o en las proximidades de la entrada del Camping, y siempre en lugar visible y de fácil lectura, figurará:

- ↳ Nombre y categoría del Camping.
- ↳ La temporada de funcionamiento.
- ↳ El cuadro de horarios de utilización de los diversos servicios, y de las horas de descanso y silencio.
- ↳ Las tarifas de precios y las correspondientes a los servicios.
- ↳ Un plano general del campamento.
- ↳ Normas de utilización de los servicios e instalaciones.
- ↳ Un plano general de señalización de los sistemas de protección de incendios.
- ↳ Botiquín de primeros auxilios.
- ↳ Un cartel informativo de la existencia de hojas de reclamaciones, sugerencias y cumplidos a disposición de los clientes.

Políticas del servicio de camping

Identificación:

Es necesario que los campistas presenten en la oficina de recepción el documento que acredite la identidad y firmen el correspondiente "parte de entrada".

Los clientes del Camping podrán:

Conocer los precios de los distintos servicios antes de su contratación.

Recibir justificantes de los pagos que se efectúen por los servicios que les serán prestados.

Formular reclamaciones o quejas por el incumplimiento o cumplimiento anormal y/o deficiente de los servicios, en cuyo efecto estarán a su inmediata disposición las hojas de reclamaciones, que deberán ser entregadas en cuanto lo soliciten.

Tener respeto a la intimidad a la morada, prohibiéndose la entrada o permanencia en la misma sin su consentimiento.

Son obligaciones de los clientes del Camping:

1. Mantener las normas usuales de convivencia.

2. Abandonar el alojamiento una vez transcurrido el tiempo previamente pactado salvo que éste sea prorrogado de mutuo acuerdo entre la Empresa y el cliente, y en todo caso, a la presentación de la factura.
3. Abonar previamente el precio de los servicios recibidos.

Prohibiciones a los campistas:

Queda prohibido a los campistas:

- a) Perturbar el silencio o el descanso de los demás campistas en el horario de 21h00 a 05h00.
- b) Hacer fuego.
- c) Estar en compañía de animales que, supongan un peligro o molestia.
- d) Llevar objetos que puedan causar accidente.
- e) Abandonar residuos o basuras fuera de los recipientes destinados a ello, y especialmente, arrojarlos en la quebrada, pozos, fuentes, vías públicas o alrededores del campamento.
- f) Introducir en el Camping a personas no alojadas en él sin la previa autorización del personal del servicio.

- g) Colgar prendas de vestir en lugares no permitidos.
- h) El campista que contraviniera alguna de estas prohibiciones podrá ser expulsado del camping.

Fuente: Elaboración propia basado en CAMPAMENTOS DE TURISMO ("Campings"), PRINCIPADO DE ASTURIAS, Decreto nº 39/2001, de 4 de abril, de Ordenación de los Campamentos de Turismo.

Determinación de precios

El objetivo del precio que hemos fijado se orienta a las utilidades, a alcanzar un rendimiento meta, de mínimo un 25%, procurando siempre maximizar las ventas, por lo tanto las utilidades de la empresa.

Se han considerado precios que puedan hacer frente a la competencia actual.

Estrategias de precios

A pesar de que nuestros productos serán especializados y existe una competencia baja, para la fase de introducción tendremos una estrategia de penetración con precios bajos en función de la competencia.

A esto añadiremos estrategias de descuentos promocionales para fechas festivas y descuentos por edades (niños y tercera edad).

Tabla # 11. Tabla de precios

| PRODUCTOS | Precio por Pax |
|---|----------------|
| CANYONING | \$ 20,00 |
| TUBBING | \$ 10,00 |
| CAMPING SOLO ESPACIO (SIN CARPA) | \$ 4,00 |
| CAMPING CON CARPA | \$ 10,00 |
| TREKKING CASCADAS | \$ 8,00 |
| TREKKING MIRADOR MIRAN ALTO | \$ 8,00 |
| TREKKING RUTA DE LOS CONTRABANDISTAS | \$ 8,00 |
| RUTA DEL AVENTURERO | \$ 40,00 |
| TREKKING AVES | \$ 8,00 |
| TREKKING ORQUÍDIAS Y MARIPOSAS | \$ 8,00 |
| TREKKING ALREDEDORES | \$ 8,00 |
| RAFTING | \$ 20,00 |
| KAYAKING | \$ 20,00 |
| EQUIPOS DEPORTIVOS (CHALECO SALVAVIDAS) | \$ 30,00 |
| FOTO DIGITAL DEL RECUERDO | \$ 1,00 |

Fuente: Elaborado por las autoras del trabajo de investigación, 2008.

La tabla # 11 muestra los precios iniciales (Nacionales y extranjeros por igual), los cuales se incrementarían año a año en función de la inflación y por el incremento de la demanda proyectada. Ver Anexo 14 y 15.

3.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS INSTALACIONES TURÍSTICAS

Todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas (Boullón, 1985).

Las características de la Planta estarán dadas de acuerdo al destino, mediante arquitectura vernácula con elementos de la naturaleza y han sido determinadas de manera que su distribución permita:

- ❖ Integración total
- ❖ Mínima distancia de recorrido
- ❖ Seguridad y bienestar para el trabajador
- ❖ Flexibilidad

Determinación de las áreas y tamaño de la planta:

Para la determinación de las áreas y su tamaño se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

1. Recepción de materiales
 - a) Volumen de maniobra y frecuencia de recepción.
 - b) Tipo de material.
 - c) Forma de recepción y embarque.
2. Almacenes.
3. Producción.
4. Control de calidad.
5. Servicios auxiliares y seguridad.
6. Sanitarios.
7. Oficina.
8. Mantenimiento.

1.- Terreno del Centro:

El terreno es muy amplio tiene casi 6has, pero la dimensión del Centro estará dado porque se construya todo lo necesario, al menor costo.

2.- Características de la obra civil:

- **Sumamente económica**
- **Ecológica y sustentable:** Utilizando materiales de la naturaleza que perduran en el tiempo si son de buen calidad y tratados en un buen proceso, como la caña guadúa para los pilares y paredes y cade para el techo.

3.-Áreas del Centro:

El Centro contará con las siguientes áreas:

- ❖ **Parqueadero:** Aproximadamente para 10 carros en un área de 80 metros, el cual será relleno con piedra chispa.
- ❖ **Centro de información turística:** Es un mostrador de 3 x 3 metros máximo.
- ❖ **Sala de estar:** Contará mesa de billar y 6 hamacas.
- ❖ **Bar:** Tendrá un tamaño de 3 x 3 metros.
- ❖ **Oficina del Gerente**
- ❖ **Baños**

Bodegas:

La Bodega General estará compuesta por las siguientes bodegas correspondientes a cada deporte:

- ❖ Bodega de Canyoning: Será un lugar para colgar los arneses, una caja para los mosquetones, y unos 20 cascos.

- ❖ Bodega de Tubbing: Será de 2 x 2 metros, servirá para guardar los neumáticos inflados (llantas) y los salvavidas.
- ❖ Bodega de Rafting: Con capacidad para almacenar dos Balsas para Rafting inicialmente. Esta bodega debe medir 4 x 4 metros.

- ❖ Bodega de Camping: Esta Bodega debe ser de 4 x 4 metros, para poder almacenar 20 carpas.

- ❖ Bodega de Kayaking: Servirá para almacenar 2 kayak y debe medir 3 metros de largo por 1 metro de ancho.

- ❖ Bodega de Varios: Servirá para guardar los bastones para el Trekking y otros implementos deportivos y administrativos.

Además, se ha considerado construir una cancha de cualquier deporte clásico (Volley o fútbol o ambos) si el proyecto es mas rentable de lo esperado, permitiendo realizar ampliaciones.

Área de camping:

El Área disponible, el cual está señalado en el mapa que le facilité, es de 80 metros x 50 metros, en este lugar pueden entrar 80 carpas.

El Área de Camping también debe contar con sus propias baterías sanitarias.

3.4 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPAMIENTO A REQUERIR

El equipamiento incluye todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que prestan los servicios básicos al turista, tales como hoteles, restaurantes, transporte turístico, agencias de viajes, etc. (Boullón, 1985).

Para el funcionamiento del Centro se requiere:

EQUIPAMIENTO

- 1) Alojamiento
- 2) Camping
- 3) Restaurante

En el Servicio de restaurante se brindarán comida típica del sector, además de ofrecer desayunos típicos, esto será administrado por miembros de la comunidad para garantizar su participación activa con el proyecto.

Es muy importante contar con este servicio, ya que existen muy pocos lugares en que los turistas consuman alimentos y bebidas, y los existentes no son adecuados en cuanto a normas de higiene.

Adicionalmente se ofrecerán actividades tales como:

- Desayuno típico.
- Cócteles elaborados con Aguardiente típico de la zona

Centro de información turística

Será un punto de espera a los visitantes, en donde se darán respuesta a sus solicitudes, y proporcionaremos información actualizada acerca del destino, eventos que se realizarán en el Cantón y sus alrededores durante su estancia y de los servicios que se ofrecerán en el Centro.

El Centro de información turística enfocará su actividad en la atención al visitante.

El objetivo de la creación de este Centro de Información Turística es de colaborar a los turistas para que obtengan la mayor satisfacción posible durante su permanencia en el destino, y sobretodo durante el tiempo que consuma los servicios del Centro de Deportes Extremos.

Importancia del Centro de información turística:

Es el primer punto de contacto que tiene el turista con el Centro de Deportes Extremos, y posiblemente con el destino. Por lo tanto, si se lo atiende e informa de manera adecuada, y se le brinda la ayuda necesaria para organizar su estancia, el viajero se sentirá seguro, con respecto a un nuevo lugar y el resultado será que inconscientemente se preparará para gastar más y con mejor disposición.

La persona que este a cargo del Centro de Deportes Extremos debe persona participar activa y proactivamente suministrando información para que la experiencia sea gratificante y completa.

Herramientas

- Folletería.
- Mapas.

Actividades:

Las actividades del Centro de Información Turística serán divididas en cinco áreas:

- La información
- La promoción de la oferta y de los productos turísticos
- La venta de los servicios y de los productos complementarios

- La actividad de animación en el destino
- La investigación y el desarrollo de nuevos productos o servicios.

El horario:

Estará abierto durante los días Viernes, Sábado y Domingo que son los días que actualmente Bucay está recibiendo visitantes y turistas, ya que facilitará información al turista cuando éste la necesite y solicite.

El personal:

Debe tener buena preparación técnica y profesional en todos los aspectos que constituyen la oferta del destino.

Deberá conocer profundamente los recursos turísticos

Ser capaz de solucionar problemas frecuentes de los clientes.

Existirán dos personas a cargo de este Centro, y los turnos de trabajo estarán organizados de manera que siempre se encuentren en el CIT.

Centro de interpretación

Este Centro funcionará al lado del Centro de Información, como una antesala donde los visitantes y turistas podrán observar todos los deportes que podrán participar activamente y como observadores.

Área de Souvenirs

En esta área los turistas podrán comprar una foto impresa donde aparecerán practicando el deporte que adquirieron y el logo de la empresa en la parte inferior derecha, además en esta foto se colocarán los datos de contacto del Centro, como dirección y teléfonos.

Esta foto tendrá un precio de \$1,00 c/u.

A medida que el Centro se posicione en este lugar se venderán más artículos hechos con caña guadúa, como recuerdos del destino y de la empresa. Se pretende que esta área sea manejada totalmente por la comunidad para generar un ingreso extra para ellos.

Venta de equipos

El Centro de Deportes extremos, también contará con una pequeña área destinada a la venta de Equipos para realizar estas actividades, donde los visitantes y turistas podrán visualizar mediante catálogos por cada deporte extremo, que equipos pueden solicitar y estos serán entregados en un plazo de 48 horas.

El objetivo de esta área será, además de crear otra línea de negocios que pueda ser considerada para ingresos adicionales al centro, será una forma de que los visitantes conozcan que estos deportes pueden empezar a ser un nuevo hobby para ellos, es decir, es algo que podrían no practicarlo solo una vez sino empezar a practicarlo siempre.

3.5 ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Se ha realizado: identificación, descripción del medio afectado, predicción y estimación de impactos.

Metodología:

Los métodos de impacto que utilizaríamos son Check List y Matriz de Leopold, las cuales son recomendadas por Warner (1973) y Warner y Bromley (1974).

Matriz de Leopold et al. (1971)

Esta matriz es un método evaluativo de alto nivel y de primer grado.

Utilizaremos esta matriz, ya que tiene varias ventajas para nuestro estudio:

- Muy útil como elemento de “screening” para desarrollar una identificación de impactos
- Puede utilizarse para identificar impactos beneficiosos y adversos mediante el uso de símbolos adecuados como el + o el –
- Puede emplearse para identificar impactos en varias fases temporales del proyecto (fases de construcción, operación y abandono)
- Para describir impactos asociados a varios ámbitos espaciales, es decir en el emplazamiento y en la región.

Para el desarrollo de esta Matriz seguimos los siguientes pasos:

1. Enumerar todas las acciones del proyecto previsto y agruparlas de acuerdo a su fase temporal, ej.: Construcción, Operación y Abandono.
2. Enumerar todos los factores ambientales y agruparlos: a) de acuerdo a categorías fisicoquímicas, biológicas, culturales, socioeconómicas y b) según consideraciones espaciales tales como emplazamiento y región o aguas arriba, emplazamiento, aguas abajo.
3. Discutir la matriz preliminar con los miembros del equipo y/o asesores del equipo o el coordinador del estudio.
4. Decidir el sistema de puntuación del impacto
5. Realizar la matriz todo el equipo conjuntamente y establecer puntuaciones que identifiquen y resuman los impactos

Al utilizar la matriz de Leopold hemos considerado:

- Cada acción y su potencial impacto sobre cada elemento ambiental.
Cuando se preveer un impacto, la matriz aparece marcada con una línea diagonal en la correspondiente casilla de la interacción.
- Describir la interacción en términos de magnitud e importancia.

Factores Ambientales

I.- Características físico-químicas

- Tierra
- Agua
- Atmósfera
- Procesos

II.- Condiciones biológicas

- Flora
- Fauna

III.- Factores culturales

- Usos de territorio
- Recreativos
- Estético y de interés humano
- Nivel cultural
- Servicios de infraestructura

IV.- Relaciones ecológicas

Acciones o Proyectos

- I Modificación de régimen
- II Transformación del terreno y construcción
- III Extracción de recursos
- IV Procesos
- V Alteración del terreno
- VI Recursos renovables
- VII Cambios de tráfico
- VIII Situación y tratamiento de residuos
- IX Tratamiento químico
- X Accidentes

La Magnitud

- Consideramos a la magnitud de una interacción como su extensión y escala y la describimos mediante la asignación de un valor numérico comprendido entre 1 y 10, donde 10 representa una gran magnitud y 1 una pequeña. Los valores próximos al 5 en la escala de magnitud representan impactos de extensión intermedia.

- La asignación de un valor numérico de la magnitud de una interacción es basada en una valoración objetiva de los hechos relacionados con el impacto previsto.

La Importancia

La importancia de una interacción está relacionada con lo significativa que esta sea, o con una evaluación de las consecuencias probables del impacto previsto. La escala de la importancia también varía de 1 a 10, en la que 10 representa una interacción muy importante y 1 una interacción de relativa poca importancia.

Identificación y valoración de los Impactos ambientales por la implementación de un Centro de deportes extremos en Bucay

Para identificar los impactos ambientales producidos por el desarrollo del proyecto **CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS**, en la zona de Bucay, se recopiló información de la descripción del medio físico circundante y las actividades a realizarse, para de esta manera identificar las acciones subsidiarias, con el objeto de anular, mitigar o compensar impactos negativos.

El análisis se basa en una suposición, que considera en los trabajos llevados a cabo, tomar en cuenta los aspectos ambientales, que en forma general, siempre conlleven a producir, la protección del medio ambiente del área específica y zona de influencia inmediata.

Basados en la Matriz de Leopold modificada, se ha valorado cada posible impacto que podría generar el proyecto, en relación a las diferentes acciones y componentes ambientales, expresados en términos cualitativos y cuantitativos.

Identificación de impactos ambientales

En el siguiente cuadro podremos observar las diferentes actividades, y acciones previstas durante el desarrollo y operación del proyecto y sus posibles efectos, es así como se puede detectar las actividades en el sitio específico, local y regional, como también las acciones que se tomarán y se intercambiarán, entre los distintos aspectos y habitantes fijos y flotantes; todo esto, conlleva a ciertos efectos e impactos en el medio socio ambiental, buscando siempre una relación amable que beneficie no solo al proyecto sino a su entorno, en forma positiva, como a continuación se describe.

Tabla # 12. Identificación de impactos ambientales

| Actividades. | Acciones previstas durante el funcionamiento u operación del proyecto | Posibles efectos que impacten en el medio |
|------------------------------------|---|--|
| Instalaciones Turísticas | Consumo de productos locales. Importación de insumos externos a la zona Afluencia de Pasajeros. Intercambio cultural. | Desarrollo de la actividad comercial y turística de la zona. Posible acumulación de desechos sólidos y líquidos. Estimulación de las relaciones interpersonales, modificación de conductas e integración entre turistas, comunidad y anfitriones. |
| Centro de Deportes Extremos | Incremento en la Demanda y consumo de agua potable. Eliminación de aguas residuales. Cambio de usos del suelo. | Aumento y mejoramiento de la infraestructura de agua potable de la zona y región. Mayor demanda de servicios. Mejoramiento y manejo de las instalaciones de agua residual de la municipalidad. Se genera ingresos por impuestos al municipio. Utilización de agua, y generación de desechos sólidos y líquidos. Generación de empleo local, y embellecimiento paisajístico. |
| Movilización / Traslados | Circulación vehicular, demanda de parque automotor. Vías de acceso: carreteras, caminos, senderos. Generación de Desechos Sólidos. | Aumento en los niveles de ruido y disminución de la calidad del aire por contaminación. Aumento de la polución en el aire y mejoramiento y mantenimiento vial municipal. Generación de basuras por turistas, residentes y transeúntes. |
| Infraestructura Local | Mayor Demanda de servicios públicos urbanos. Incremento de comercio. Demanda de sistemas de comunicación: radio, teléfono, Internet, medios de prensa. Incremento de demanda de Energía Eléctrica. Mantenimiento de obras civiles urbanas y rurales. Capacidad de carga turística. Demanda de artesanía / folklore local. | Mayor atención en el desarrollo de proyectos de acueducto y alcantarillado. Mayor cobertura y calidad de servicio. Contaminación del aire por residuos de diesel producidos en la empresa eléctrica y de gases producidos por los automotores. Aumento temporal de polvo en el aire. Aumento del ruido Desarrollo social y generación de empleo. |

Fuente: Elaborado por las autoras del trabajo de investigación, 2008.

Identificados los recursos naturales afectados por la construcción del **CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS**, se ha elaborado la matriz de identificación de impactos, la misma que relacionando las acciones y los efectos producidos se detallan en el presente informe:

Tabla # 13. Matriz de identificación de impactos ambientales por la implementación Centro de deportes extremos en Bucay

| MATRIZ DE IDENTIFICACION DE IMPACTOS AMBIENTALES POR LA IMPLEMENTACION CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS EN BUCAY | | | | |
|---|--------------------|--------------|-----------|----------|
| IMPACTOS GENERADOS | ETAPA DEL PROYECTO | | | |
| | DISEÑO | CONSTRUCCIÓN | OPERACIÓN | ABANDONO |
| 1. Sobre el Agua | | | | |
| 1.1. Contaminación de agua del río | | | X | |
| 1.2. Eliminación de aguas residuales | | | X | |
| 2. Sobre el aire | | | | |
| 2.1. Contaminación | | X | X | |
| 2.2. Incremento del ruido | | X | X | |
| 2.3. Presencia de malos olores | | X | | |
| 3. Sobre el suelo | | | | |
| 3.1. Pérdida de suelos | | X | X | |
| 3.2 Compactación y contaminación por equipo | | X | X | |
| 4. Sobre vegetación y fauna | | | | |
| 4.1. Pérdida de biodiversidad | | | | |
| 4.2. Efectos sobre especies endémicas | | X | X | |
| 6. Sobre población | | | | |
| 6.1. Generación de empleo | | X | X | |
| 7. Otros | | | | |
| 7.1. Pérdida de paisaje | | X | | |

Fuente: Elaboración propia basada en Apuntes del Ing. Chang, José, Módulo 7 Métodos de Estudio de EIA, Seminario de Graduación # 5, 2008.

Calificación y Evaluación de los Impactos Ambientales

Una vez identificados los impactos es necesario calificarlos y evaluarlos, de tal forma que el estudio pueda definir las características que modificarán o impactarán al medio natural. Para ello, es indispensable establecer una forma de comparación, la misma que en base de una asignación numérica recoge los siguientes criterios: Los impactos detallados en los gráficos adjuntos se han caracterizado de la siguiente manera: Intensidad, Extensión, Duración, Carácter, Reversibilidad, Riesgo, Significancia.

A continuación se describen dichas características:

Intensidad: Expresa qué tan grave es el impacto producido sobre el componente ambiental. Dicho valor depende del conocimiento teórico que se tenga sobre la real gravedad que represente la acción específica sobre el componente analizado. El valor varía de 1 (intensidad baja) a 10 (intensidad alta).

Extensión: Tiene relación con el alcance espacial que tiene el impacto¹⁴ sobre su entorno. Se le puede asignar tres valores determinados: 1 (impacto

¹⁴ Teoría tomada de Estudios de Impacto Ambiental del Banco Central del Ecuador.

puntual – área en el orden de m^2), 5 (impacto local – área en el orden de decenas de m^2) y 10 (impacto regional – área en el orden de km^2).

Duración: Hace relación al tiempo que dura la afectación producida por el impacto ambiental. Al igual que la propiedad anterior, se le puede asignar tres valores específicos: 1 (impactos de corto plazo - menos de 5 años), 5 (impactos de mediano plazo – de 5 a 10 años), 10 (impactos de largo plazo – más de 10 años).

Carácter: Involucra el signo del impacto ambiental. Si el impacto es benéfico, el signo es positivo, caso contrario es negativo.

Reversibilidad: Considera la posibilidad de regeneración de los componentes ambientales perturbados en forma natural. Los valores pueden ser: 1 (impactos altamente reversibles), 5 (impactos parcialmente reversibles), 8 (impactos recuperables a largo plazo – más de 30 años), y 10 (impactos irreversibles).

Riesgo: Involucra la probabilidad de que se produzca un impacto o no. También se le puede asignar cualquiera de tres valores específicos: 1 (ocurrencia baja – menos del 10% de probabilidad), 5 (ocurrencia media – de

10% a 50% de probabilidad) y 10 (ocurrencia alta – más del 50% de probabilidad).

En la estimación del VIA mediante la ecuación, el máximo valor para una interacción puede ser de 10 y el mínimo de 0. A su vez, este valor puede ser clasificado según rangos para así determinar cuales son las interacciones componentes – actividades que son altamente significativas. Dichas interacciones serán las prioritarias a la hora de mitigar el impacto.

La matriz de Leopold es una de las metodologías más utilizadas para realizar Estudios de Impacto ambiental, en la estimación, el máximo valor que se puede dar a una interacción es de 10 y el mínimo de 0, se ha utilizado la significancia para identificar los efectos negativos que requieran ser atendidos con mayor prioridad.

La tabla muestra el rango del Valor de Índice Ambiental:

Tabla # 14. Rango de significancia del valor de índice ambiental (VIA)

| Rango de VIA | Significancia |
|--------------|---------------------|
| 0 | Neutro (NO IMPACTO) |
| 1 – 4 | Baja |
| 4 – 7 | Media |
| 7 – 10 | Alta |

Fuente: Apuntes de la Materia Impacto Ambiental dictada por MSc. Jerry Landivar, 2006.

Utilizando la significancia de la tabla, se elaboró la matriz de Leopold para el proyecto que se propone.

De acuerdo con el estudio de Impacto Ambiental realizado con esta matriz, se efectuó la identificación y evaluación de los impactos ambientales en la situación actual y cuando se ponga en marcha la realización del proyecto, dando como resultado las siguientes propuestas en aquellos impactos negativos.

Impactos al aire: se identifica un impacto negativo, ya que la vía de acceso al lugar es una carretera que necesita de mantenimiento, al pasar los vehículos estos levantan una capa de polvo que puede causar efectos desfavorables para la salud de los habitantes.

Por lo tanto se sugiere que la carretera sea atendida por las autoridades pertinentes, ya que no solo beneficiaría al proyecto propuesto, sino también a los habitantes de Bucay.

Impacto a la vegetación: el lugar que se propone para la construcción del Centro de Deportes Extremos presenta mucha naturaleza, propia del lugar. Es inevitable que durante la construcción sea talada, pero se propone volver a sembrar lo poco talado para mitigar la acción tomada.

Es importante destacar que la realización del proyecto traería como consecuencia una gran cantidad de impactos positivos, a nivel social, ya que sería fuente de trabajo para los habitantes del lugar durante la etapa de construcción y, se pretende incluirlos durante la operación para que sean ellos parte del personal que labore en el CDE.

Es muy notoria la influencia a los servicios turísticos, Bucay como tal, no es capaz de prestar ninguna facilidad a los turistas.

Pero en este aspecto, se ve como una oportunidad de microempresas familiares, que una vez identificadas las necesidades de los turistas, los habitantes del lugar desarrollen negocios que les den beneficios tanto a los turistas, como a ellos.

Es importante destacar que es necesario encaminar a los habitantes para que se muestran dispuestos a la presencia e implantación de proyectos que signifiquen un progreso para la zona, y crearles una consciencia turística y de servicio, así como de proveerles las herramientas necesarias para ponerlas al servicio del turista.

Matriz de Leopold

Mitigación y prevención de los impactos ambientales

Acciones específicas

El estudio realizado determina que las acciones que causan impactos son susceptibles de mitigarse y en algunos casos evitarse totalmente, si se toman medidas apropiadas durante la construcción y operación del proyecto. Para ello, se enlistan a continuación las acciones deberán seguirse en cada caso.

a).- Recursos suelo y agua: La movilización y operación de personal y equipos, produce impactos negativos al medio como contaminación de agua, compactación de la capa vegetal, o acumulación de material en sitios indebidos, durante la construcción.

Medidas de Mitigación:

Todo el material que sea utilizado en la construcción del proyecto, deberá ser desalojado a sitios previstos con anterioridad, tales como el relleno sanitario de Bucay.

En ningún caso será utilizada la vía y el espacio público como medio de eliminación de los desechos.

Mientras durante la operación:

Uno de los principales impactos será el incremento de desechos sólidos y líquidos y la eliminación de los mismos por el incremento de turistas al Centro de Deportes, provocando además deterioro en la calidad del suelo.

Medidas de Mitigación:

La operación de equipos propios del bar se regulará, de tal forma que los desechos, tanto sólidos como líquidos tengan el tratamiento especial.

Todos los desechos sólidos y líquidos, deberán ser recogidos, seleccionados y eliminados. Se ubicaran tachos de basuras en el área del proyecto.

b).- Recurso aire y Ruido: La operación de equipos y volquetes en la fase de construcción, la producción de polvo y de ruido excesivo durante la construcción como en la operación inciden directamente en el deterioro y contaminación del aire.

Medidas de Mitigación:

No se permitirá la operación de equipos en mal estado o con excesiva emanación de gases; y los operadores deberán controlar en lo posible el ruido excesivo, el uso inadecuado de pitos y bocinas.

c).- Flora y Fauna terrestre y acuática:

La presencia o el incremento del número de turistas producen la alteración o pérdida de la flora, así como la posible desaparición temporal o definitiva de las especies.

Medidas de mitigación:

Se realizarán campañas de culturización y concientización, para que los visitantes de nuestro establecimiento respeten las especies y su medio ambiente.

d).- Paisaje:

La alteración del paisaje tiene un aspecto positivo en el proyecto, ya que permitirá observar toda la naturaleza que nos ofrece el paisaje donde estará ubicado el Centro de Deportes Extremos.

Medidas de mitigación:

Para ello un buen diseño del Centro de Deportes Extremos, ayudará a la visualización del entorno y sus alrededores.

Recursos sociales

La creación del Centro de Deportes extremos genera fuentes de trabajo en el sector. Por esa razón se gestionará que la mano de obra no calificada sea contratada en las poblaciones cercanas al sitio de implantación. Adicionalmente, durante todo el proceso se tomarán todas las medidas de seguridad.

Manejo de desechos sólidos

Los Desechos sólidos se producen por las actividades del hombre o por los animales, normalmente son sólidos y son desechados como Inútiles o superfluos.

Para ello se enlistarán un conjunto de medidas para que en lo posible se pueda garantizar que los desechos peligrosos y otros desechos se manejen de manera que queden protegidos el medio ambiente y la salud humana, contra los efectos nocivos que puedan derivarse de tales desechos:

- No adquirir productos nocivos al ambiente.
- Minimizar la compra de insumos que producen desechos.
- Separar los desechos para su reutilización, reciclaje y disposición final adecuada. (Vidrio, plástico, botellas, papel)
- Motivar al personal a reducir desechos.
- Concienciar a los visitantes a apoyar y participar en programas de reciclaje.

- Ubicar tachos de basura en el Centro de Deportes (zona de influencia directa a 250 m) de nuestro proyecto

Tabla # 15. Lista de causas y elementos de impacto para la fase de funcionamiento normal de los desechos de la basura

| CAUSAS | ELEMENTOS DE IMPACTO |
|--|---------------------------------|
| Suministro de material de cobertura | Emisión de polvo y partículas |
| Transporte de la basura | Ruido |
| Tipo de basura | Olores |
| Disposición y esparcimiento de la basura | Biogas |
| Compactación de la basura | Incremento de tráfico |
| Cobertura | Dispersión de material fino |
| Altura de volcamiento | Lixiviado |
| Cobertura final | Estabilidad del terreno/residuo |
| | Ocupación del área |
| | Vectores |

Fuente: Apuntes de la Materia Impacto Ambiental dictada por MSc. Jerry Landivar, 2006.

Manejo del sistema séptico

Se deberá chequear el Sistema Séptico cada tres años.

Reducir la cantidad de agua que se usa para no poner a mucha presión el campo de drenaje, a fin de evitar reparaciones costosas.

No dejar que entre al sistema grasa, manteca, papel periódico, toallas de papel, trapos, granos de cafés molidos, toallas higiénicas, pañales, plásticos y cigarrillos, ya que estas cosas no se descomponen dentro del pozo séptico.

No dejar que químicos dañinos entren en el pozo séptico como: químicos como gasolina, aceite, pesticidas, quita pintura y anticongelante, ya que pueden hacer daño al sistema y matar las bacterias beneficiosas que limpian las aguas residuales.

Mantener el agua lejos del Sistema séptico, para evitar que quede estancada.

Proteger el Sistema de vehículos y animales y de esta manera evitar que se dañen las tuberías

Ajardinar el sistema apropiadamente, para favorecer la evaporación y la cantidad de oxígeno que la tierra necesita.

Cálculo de consumo de agua potable en el CDE

Para este cálculo tomaremos de referencia que en Guayaquil el consumo promedio de agua potable es igual a 200 litros/persona/día, según Interagua.

Para efectos del proyecto se considerará:

40 litros/persona/día

Capacidad máxima (200 personas x 40 litros/persona/día) = 8000litros/día
=8m³/día

Es decir el volumen estimado de agua potable será de 8000litros/día
=8m³/día.

Se deberá considera para el Proyecto CDE 8 tanques de 1000 litros cada uno, o una cisterna de mínimo 8 m³.

CAPITULO IV

4. GESTIÓN Y PROMOCION DEL PROYECTO

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se ha realizado una determinación de la estructura organizacional, en base al análisis de dos opciones: lineal o funcional, y se ha concluido que el tipo de organización será lineal, dividida en una departamentalización funcional.

Para lo cual, se han identificado las siguientes funciones, cargos y jerarquías:

Para el ejercicio de las actividades, se mantendrá el siguiente esquema de división del trabajo y destacando los cargos necesarios para el correcto funcionamiento de la organización.

Administración General

- ❖ Administrador.
- ❖ Contador.

Marketing y comercialización

- ❖ Jefe de Comercialización y Marketing.
- ❖ Vendedores Freelance¹⁵.

Servicio al cliente

- ❖ Agente de Asistencia al cliente

Guianza

- ❖ Jefe de Guianza
- ❖ Guías turísticos
- ❖ Auxiliar de Guianza

¹⁵ Freelance: Los vendedores Freelance recibirán el 10% de cada venta.

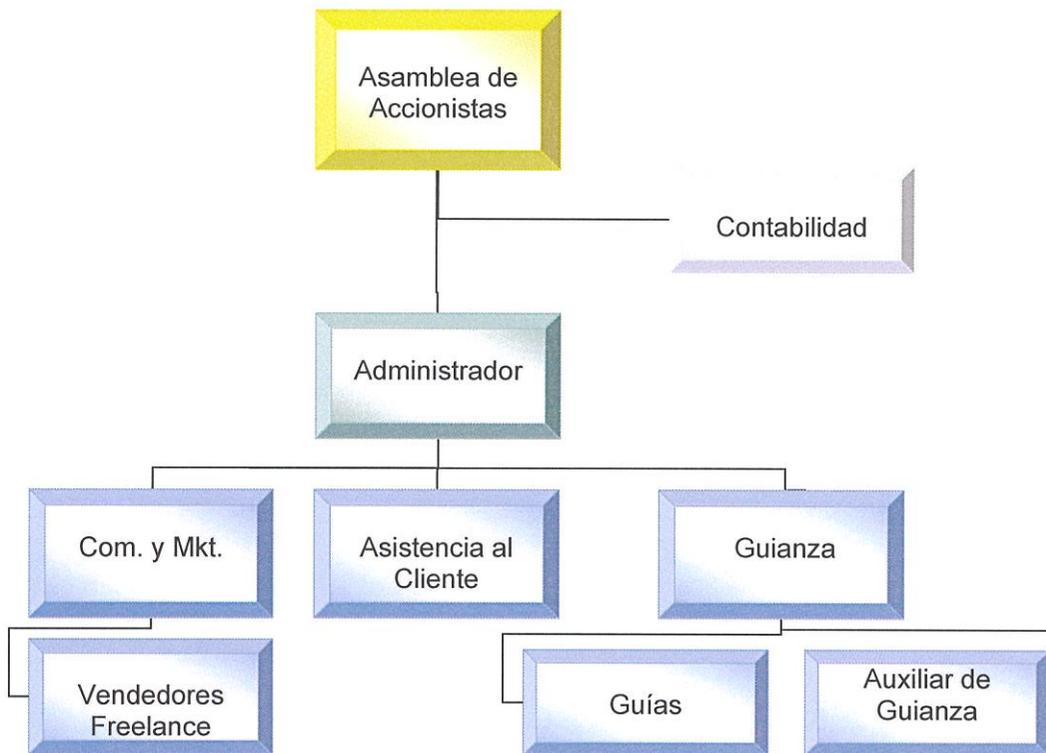


Gráfico # 6. Organigrama de la Organización

Fuente: Elaboración propia.

La técnica que se ha empleado para la organización es el Organigrama, en el cual están representadas las distintas Áreas de la Empresa, que en este caso son Áreas funcionales de acuerdo a su departamentalización.

A continuación, se explica detalladamente la Descripción de los puestos, Perfiles, Requerimientos y funciones básicas, que son la base para el correcta administración de los Recursos Humanos, y que servirían para la elaboración de un Manual de la organización:

Administrador:

Descripción del puesto:

El Administrador general es el líder de la empresa, tendrá a su cargo desarrollar las funciones de administración, en base a las directrices dadas por la Asamblea de Accionistas en las reuniones ordinarias y extraordinarias, con el fin de cumplir su principal responsabilidad: alcanzar los objetivos propuestos.

Perfil:

Hombre o mujer, de 25 a 40 años, con experiencia en cargos medios de Administración, practicante de dos deportes extremos mínimo.

Conocimientos:

- ❖ Estudios en Turismo o Ecoturismo.
- ❖ Conocimientos de Guianza.
- ❖ Conocimientos de RRPP y Marketing.
- ❖ Dominio de idiomas.

Competencias Deseables

- ❖ Flexibilidad mental.
- ❖ Destrezas de negociación.
- ❖ Capacidad de análisis de información.
- ❖ Orientación al cliente interno/externo.
- ❖ Liderazgo.
- ❖ Disponibilidad de tiempo completo.
- ❖ Capacidad de organización.

Funciones básicas:

- ❖ Definir y formular la política de la compañía.
Planificar, dirigir y coordinar el funcionamiento general de la empresa con la asistencia de los demás Jefes de Departamento.
Evaluar las operaciones y los resultados obtenidos, y en su caso informar a la Asamblea de Accionistas.
- ❖ Representar a la empresa en su trato con terceros.
- ❖ Dirigir y controlar todas las actividades de la Empresa en lo concerniente a los aspectos administrativos, financieros, de comercialización de los productos turísticos, elevando la calidad, productividad y competitividad de los diversos procesos, reducir los costos de operación y asegurar mayores utilidades para la Empresa.
- ❖ Asegurar el cumplimiento de los planes, programas y presupuestos de producción, gastos e inversiones, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos al inicio de año.
- ❖ Dotar a las diversas unidades de la empresa de los medios y recursos requeridos para el oportuno cumplimiento de sus obligaciones, planes, programas y presupuestos.

- ❖ Adoptar las decisiones y otorgar las autorizaciones, que faciliten el cumplimiento de los planes, programas y presupuestos de la Empresa.

- ❖ Presentar al Consejo Consultivo, los informes periódicos establecidos, así como todos aquellos de carácter extraordinario o especial que estime necesarios, para mantener debidamente informado al mismo.

- ❖ Celebrar reuniones periódicas de trabajo con el personal de la Empresa, para garantizar la coordinación, integración y complementación de sus competencias y esfuerzos.

- ❖ Impulsar las actividades previstas para cada una de las áreas de la Empresa, propiciando el efecto de un clima laboral más adecuado.

- ❖ Coordinar e impulsar planes y programas de capacitación y desarrollo del recurso humano de la Empresa, con el fin de elevar su capacidad productiva y lograr la adecuada motivación del mismo.

- ❖ Controlar que se cumplan las políticas, objetivos y metas, en materia de personal, logística en la provisión de materiales y recursos físicos, de modo que permitan la operación normal de las diferentes unidades

del Centro, con el fin de alcanzar altos índices de motivación, rendimiento y productividad del personal y sus procesos operacionales, en el marco de un ambiente laboral productivo y armónico.

- ❖ Selección de personal y división de trabajo.

Contador:**Descripción del puesto:**

El contador estará a cargo de llevar los libros de ventas, remuneraciones e impuestos de la empresa además de manejar todas las relaciones con el órgano fiscal de nuestro país.

Perfil:

Hombre o mujer de 25 a 35 años, con estudios secundarios completos o cursando universidad, con altos conocimientos de contabilidad y manejo de nómina.

Además debe ser una persona que este constantemente en la actualización tributaria.

Competencias deseables:

- ❖ Agilidad mental
- ❖ Honestidad
- ❖ Habilidad matemática
- ❖ Organización

Funciones básicas:

- ❖ Desarrollar los presupuestos de la Empresa, realizar flujos de caja previsiones económico-financieras, los balances y estados financieros.
- ❖ Autorizar ordenes de pago, roles, transferencias bancarias y demás desembolsos, verificando la corrección numérica y el cumplimiento de requisitos establecidos en las leyes respectivas y efectuar los pagos, previo las deducciones y retenciones legales correspondientes.
- ❖ Realizar el control permanente de los estados de cuentas corrientes y conciliaciones bancarias, con el fin de satisfacer las necesidades económicas de la empresa.

- ❖ Gestión de los Recursos humanos: Manejo de nómina, relación con proveedores y con clientes internos y externos.

Es importante indicar, que el contador no es parte del equipo de staff de la compañía y por lo tanto no está sujeto a las mismas condiciones que el resto del equipo de trabajo, principalmente en los aspectos de cumplimientos de horarios y presencia física en el negocio.

Departamento de Comercialización y Marketing

Jefe de Comercialización y Marketing

Descripción del puesto:

Es el encargado de crear y difundir las promociones y eventos a realizarse, además será él quien esté a cargo de hacer incrementar periódicamente las ventas con planes de expansión adecuados para ello, además, está a cargo de crear los nexos con las instituciones que quieren hacer convenios de uso de los servicios de la empresa.

Perfil:

Hombre y mujer de 25 a 35 años, con estudios o experiencia en Marketing Turístico, con estudios universitarios completos.

Conocimientos:

- ❖ Estudios de Marketing Turístico.
- ❖ Ventas.
- ❖ Elaboración e Implementación de Planes de Marketing.

Competencias deseables:

- ❖ Altos deseos de superación.
- ❖ Orientación a resultados.
- ❖ Manejo de personal
- ❖ Liderazgo.

Funciones básicas:

- ❖ La investigación de mercados.
- ❖ Buscar nuevos mercados potenciales.
- ❖ Creación de Campañas de publicidad y marketing cada vez que sean necesarias.

- ❖ Fijar técnicas y estrategias de promoción, publicidad y ventas.
- ❖ Realizar previsiones de ventas semestralmente.
- ❖ Selección, capacitación y organización de distribuidores: vendedores freelance.
- ❖ Asignar cuotas de ventas a cada vendedor.
- ❖ Crear paquetes o tarifas especiales para efectos promocionales.
- ❖ Crear y actualizar constantemente un detallado directorio de clientes.
- ❖ Supervisar la correcta presentación del personal de ventas.
- ❖ Organizar un sistema de registro de clientes potenciales y reales.
- ❖ Asegurarse de disponer de material para dotar a sus vendedores del mismo.
- ❖ Participar en juntas con sus superiores y otros jefes de departamento, además, realizar y presidir las juntas con sus vendedores.
- ❖ Captar y manejar las solicitudes de reservas
- ❖ Vigila y controla los cupos de los aliados estratégicos para asegurarse de que no sobrepasen el número de personas para las actividades contratadas.
- ❖ Preparar informes dando especial atención a las tendencias del mercado para prevenir sobreventa y aprovechar la demanda.
- ❖ Verificar el número de clientes que practican uno o más deportes extremos, mediante informes de la persona de Atención al cliente.

- ❖ Diseñar e implementar un adecuado Plan de Incentivos de Ventas para todos los miembros de la organización.

Vendedores freelance

Descripción del cargo:

La función principal de la gestión del equipo de vendedores freelance consiste en vender cada día, el máximo de actividades posibles de la manera más favorable para la empresa y según las políticas establecidas por el Jefe de Comercialización y Marketing.

Perfil:

Hombre o mujer, de 20 a 35 años, con experiencia en ventas de servicios, con cartera de clientes propia, preferiblemente con auto propio y contactos con Empresas de turismo, Instituciones educativas y empresas en general.

Conocimientos:

- ❖ Estudios secundarios completos.
- ❖ Ventas.

Funciones:

- ❖ Buscar clientes potenciales.

- ❖ Asegurarse de que toda solicitud de reserva sea contestada el mismo día.
- ❖ Deberá abrir una tarjeta para cada cliente en la que incluirá: nombre de la empresa, dirección, teléfono, nombre de la persona visitada, su título y puesto.
- ❖ Durante la entrevista con el cliente deberá asegurarse que su portafolio esté dotado de todo el material que ha de servir durante la entrevista, es decir; folletería, tarifarios, literatura relativa a los servicios e instalaciones con que cuenta el Centro.
- ❖ Cierra trato con los clientes una vez que estos queden convencidos de que desean los servicios
- ❖ Informar sobre las ventas al contador.
- ❖ Seguir los lineamientos determinados por el Jefe de Área.

Departamento de guianza

Jefe de guianza

Descripción del puesto:

Está a cargo de la supervisión de la prestación de los servicios relacionados a los diferentes deportes extremos, desde la planificación hasta la ejecución.

Perfil:

Hombre entre 24 – 35 años, con estudios de ecoturismo, de preferencia con formación militar, que conozca todos los deportes de aventura que se ofrecerán en el Centro.

Conocimientos:

- ❖ Culturales: datos, fechas, recursos turísticos, etc.
- ❖ Prácticos: horarios, cambio de moneda, rutas, técnicas de comunicación, dinámica de grupos, adecuación a las circunstancias.
- ❖ Certificación de primeros auxilios.
- ❖ Mínimo 3 años de experiencia.

Competencias deseadas:

- ❖ Capacidad de manejar emergencias
- ❖ Excelencia en técnicas de guianza turística

Funciones básicas:

- ❖ Selección, capacitación y organización de los Guías Freelance.
- ❖ Gestión del personal a su cargo.
- ❖ Controlar el mantenimiento y limpieza de todos los equipos deportivos.

- ❖ Supervisar que los Guías cumplan con todos los procesos de seguridad de los turistas, ajustando correctamente los equipos deportivos y verificando el uso de los mismos en todo momento.
- ❖ Dotar a los Guías de todos los materiales e insumos deportivos y de comunicación para brindar el mejor servicio.
- ❖ Realizar un inventario diario de los equipos deportivos y controlar que estén en buen estado.
- ❖ Realizar un registro rápido de los equipos deportivos y de comunicación que se entregan a los guías cada vez que van a prestar sus servicios.
- ❖ Diseñar un Guión General y Guiones específicos para cada recorrido.
- ❖ Diseñar las Rutas para la práctica de los deportes extremos.
- ❖ Confirmar la disponibilidad de los Guías para la prestación de los servicios, en relación a las Reservas comunicadas por el Jefe de Comercialización y Marketing.

Guías turísticos

Descripción del puesto:

Estarán a cargo de dirigir a todos los practicantes a realizar los deportes elegidos previamente y del mantenimiento de equipos deportivos.

Conocimientos:

- ❖ Conocimientos básicos de aseguramiento y manejo de cuerdas.
- ❖ Conocimientos básicos de Primeros Auxilios.
- ❖ Conocer los nudos básicos: 8, 9, nudo dinámico, fugitivo y pescador doble.

Funciones básicas:

- ❖ Prestación de los servicios de Guianza en Rutas de Trekking.
- ❖ Prestación de Servicios de Asistencia e Instrucción en Deportes de Aventura.
- ❖ Prestación de Primeros Auxilios en caso de Emergencias.
- ❖ Entrega de equipos deportivos.
- ❖ Mantenimiento de equipos.
- ❖ Los servicios de mantenimiento y reparación de equipos.
- ❖ El diseño de productos o servicios.
- ❖ La protección del medio ambiente en la empresa.

Es importante indicar, que el grupo de Guías será de 8 guías, bajo la modalidad de comisionistas por ventas.

Auxiliar de Guianza

Descripción del cargo:

Estará encargado de asistir a los Guías al iniciar y concluir la prestación de los servicios, será quien registre los equipos que utilizará el Guía y de realizar un inventario de estos equipos al finalizar la guianza, posteriormente los almacenará en la Bodega.

Este puesto además estará ocupado por una persona, que tenga habilidades o conocimientos de guianza.

Perfil:

Hombre o mujer de 20 a 30 años, con estudios de Ecoturismo, Turismo, Guianza o idiomas.

Funciones básicas:

- ❖ Asistir en la prestación de servicios cuando exista sobreventa o inasistencia de Guías.
- ❖ Realizar el registro de Equipos deportivos que entra y sale de la Bodega.
- ❖ Mantenimiento semanal de Equipos deportivos.

Departamento de Servicio al cliente

Agente de Servicio al cliente

Descripción del puesto:

Esta persona se encargará de atender al cliente en todas sus necesidades, requerimientos, dudas, compra de servicios, asesoría y solución de problemas, desde el momento en que el visitante ingresa a las instalaciones hasta que sale de la misma.

Esta persona estará a cargo de la venta y registro de los servicios principales y complementarios.

Perfil

De preferencia debe ser mujer, de 20 a 25 años, excelente presencia y habilidades y técnicas de comunicación, preferiblemente con estudios de Turismo, Ecoturismo, Hotelería o Administración de Empresas.

Conocimientos:

- ❖ Atención al cliente.
- ❖ Marketing.
- ❖ Turismo.

- ❖ Manejo de establecimientos extra hoteleros.

Competencias deseables:

- ❖ Orientación al cliente.
- ❖ Amabilidad.

Funciones Básicas

- ❖ Brindar información de los servicios, así como de lugares, transportes o eventos.
- ❖ Receptar sus quejas y solucionar los problemas que los visitantes puedan tener en su estancia.
- ❖ Registro, Facturación y Cobranza de los servicios.
- ❖ Reservas.
- ❖ Encargarse del Centro de Información Turística.
- ❖ Aplicar las tarifas correctamente de acuerdo a la edad y promociones del día.
- ❖ Brinda información (horas de salida, formas de pago, tarifarios)
- ❖ Debe tener en cuenta las reservas, las entradas y las salidas.
- ❖ Asegura que se logre la satisfacción total del cliente.
- ❖ Mantiene informado al personal de las actividades adquiridas por el cliente.

- ❖ Gestionará eficientemente cambios en los servicios contratados, ampliación y disminución del período de estancia.

Otras tareas del personal de Servicio al Cliente, en cuanto a Camping, son :

- a) Llevar el Libro de registro de Entrada y Salida de los campistas y extender los oportunos “partes de Entrada”
- b) Cerciorarse de la identidad de los campistas a la vista de sus documentos nacionales de identidad, pasaportes o carnet de campista.
- c) Atender a los campistas en cuantas peticiones de información les formulen, tanto respecto al funcionamiento del camping como en general respecto a otros particulares de interés turístico.

4.2 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Estrategias de comercialización

Objetivo:

- Posicionar el Centro de Deportes Extremos en el mercado de turismo de aventura.
- Alcanzar las metas determinadas en la proyección de ventas

Las estrategias se basarán en: Canales de Distribución y Alianzas Estratégicas, con el propósito de vender los servicios, utilizando medios adecuados para incrementar el volumen de ventas de los servicios principales y complementarios.

Inicialmente se han considerado como Canales de distribución a las Empresas de Turismo - de tipo Operadoras de Turismo y Hoteles en todas sus categorías- y Escuelas de Español, ubicadas en Guayaquil inicialmente, luego la cobertura de distribución se ampliará a otras ciudades del país e incluso en el extranjero.

El Jefe de Comercialización y Marketing, constantemente brindará información de precios, promociones y nuevos productos para que sean proporcionadas a los Agentes de viajes de estas empresas.

A medida que la Organización alcance prestigio y credibilidad, el Departamento de Comercialización y Marketing tendrá como objetivo principal lograr que estos canales de distribución se conviertan en aliados estratégicos, a través de la firma de convenios.

Canales de distribución

- Crear una pagina Web, donde se hable de los diferentes deportes extremos que se pueden realizar en Bucay, y principalmente en nuestro centro, datos generales de los deportes, información del cantón, como llegar, medios de acceso, etc.

- Invitar a los pocos operadores de Guayaquil y de lugares cercanos a Bucay, a que puedan experimentar los diferentes deportes extremos.

- Visitar las universidades de Turismo y exponerles las ventajas de realizar los diferentes deportes extremos en un centro especializado, y sobre todo que puedan ir a visitarlo por la cercanía del lugar en donde estaría ubicado.

- Dar a conocer a las organizaciones que realicen deportes extremos, que en Bucay existe un centro especializado, y a la vez ellos lo puedan promocionar con sus amigos y así se afianzará poco a poco la práctica de los deportes.

Comercialización directa

Visitas:

Serán realizadas por la fuerza de ventas, y tienen una alta posibilidad de conseguir las metas, pues los vendedores Freelance serán previamente capacitados y contarán con un estratégico Plan de Incentivos.

Las visitas serán realizadas en base a información establecida en la Base de datos de la empresa.

Puntos de venta:

El punto de venta inicial y principal será el Centro de Información Turística, pero se tiene previsto que en el mediano plazo, la organización debe contar con una oficina de representación en la Ciudad de Guayaquil, dado que gran cantidad de clientes potenciales se encuentran en esa ciudad.

Alianzas Estratégicas

- Crear una alianza con la Subsecretaria y la Cámara de turismo para que puedan promocionar el centro a través de videos, folletos para que sean entregados a las agencias de viajes, estudiantes, operadores y publico en general.

- Lograr la captación de los productores de televisión, para que vayan y filmen la practica de los deportes extremos que se realizar en el centro, para que la gente conozca y sepa que existe un lugar donde pueden hacer muchos deportes con un alto nivel de seguridad.

- Con el Municipio del cantón se logrará una alianza la cual nos ayudará a plasmar en un folleto sobre la práctica de deportes extremos en el centro, el cual será muy descriptivo, los folletos serán distribuidos y repartidos en diferentes puntos de información turística del país.

4.3 PLAN DE PROMOCIÓN DEL CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS

Objetivos

Marketing mix

a) Producto

El producto satisface las necesidades y deseos de las personas mediante su adquisición o consumo, éste se definirá mediante los siguientes niveles:

- **Producto genérico:** Corresponde al nivel más básico donde se busca satisfacer la necesidad de practicar todos los deportes de aventura ofrecidos en el centro de deportes extremos sean estos Canyoning, Rafting, Tubbing, Cabalgatas o Horse Riding, Trekking.
- **Producto esperado:** El centro de deportes extremos contará con todos los servicios y seguridad, todos los lugares donde se desarrollaran las actividades están totalmente bien equipados aptos para la práctica. Además, los clientes esperan practicar la mayor cantidad de deportes extremos en un solo lugar, y esto será parte importante de la imagen.
- **Producto ampliado:** Este proyecto busca entregar mayor valor al cliente por medio de entregar servicios adicionales, que se complementan con los deportes antes mencionados tales como Alojamiento de tipo extrahotelero, subtipo Camping, Alimentación (Básica), Actividades de esparcimiento: Recorridos por: senderos, recorridos por huertos y/o jardines, Centro de Información, Recorridos para Observación de Aves o Birdwatching y Turismo científico. La idea es que el centro de deportes extremos aporte mucho más allá de lo que se refiere a la práctica de los deportes, por este motivo están

contemplados tantos servicios adicionales, para marcar la diferencia con la competencia fortaleciendo siempre el servicio ampliado.

b) Precio.

Se fijarán los precios con base en el “valor percibido por los clientes”. Este valor percibido será obtenido por medio del estudio de mercado a realizar. Esto significa ofrecer la combinación correcta de calidad y buen servicio a un precio justo.

c) Distribución.

Debido a que el Centro de Deportes Extremos entrega su producto-servicio directamente a los clientes, entonces éste contará, con un tipo de distribución “directa”.

d) Promoción.

Todos los esfuerzos en comunicación se dirigirán al consumidor final, esto apoyará a que el centro comience a ser conocido y recordado por los clientes, con lo que se logrará obtener una imagen corporativa, creando de este modo una fuente de ventaja competitiva a través del posicionamiento.

En un comienzo serán dos los principales objetivos comunicacionales:

- **Introducir la marca para el mercado objetivo:** Dar a conocer la marca y sus características, presentando ciertos atributos e imágenes que permiten inferir los beneficios que otorga el centro, para que de esta manera los consumidores puedan asociar la marca con la categoría de servicio y así puedan diferenciarla de las demás alternativas dentro de esa misma categoría.
- **Lograr persuadir al público objetivo,** para que de esta manera despierte en ellos el deseo de conocer y probar la experiencia.

Posicionamiento

Hemos decidido enfocarnos en un posicionamiento que se ajuste a las características inherentes o propias de nuestro producto y sus beneficios únicos, o ventaja competitiva, con las necesidades y deseos del grupo objetivo al que queremos servir.

Grupo objetivo – target

Se caracteriza por ser un deportista pasivo o activo, que gusta de los deportes y que busca nuevas emociones y nuevas experiencias recreativas, innovador.

Estrategias generales**Alianzas estratégicas**

Los elementos del mix que se utilizarán para promover el Centro de Deportes Extremos son los siguientes:

- 1) **Publicidad en revistas:** Los deportes que se pueden practicar en el Centro de Deportes Extremos están bien cubiertos por revistas especializadas, o así mismo por revistas de corte juvenil, por tanto se contratará un número de avisos por semestre en revistas como Estadio, Full Deportes, La Verdad, Generación XXI, La Onda, etc. Es relevante este medio ya que las personas que practican o que tienen algún interés en practicar alguno de los deportes, serán quienes lean los avisos publicitarios de este proyecto único.

- 2) **Publicidad en radio:** Se realizarán anuncios por medio de radio para dar a conocer el servicio además de mantener informados a los clientes sobre los resultados de competencias anteriores así como los a realizarse.

- 3) **Publicidad en exteriores:** Se contratará el servicio de publicidad en vallas publicitarias exteriores, la finalidad es dar a conocer el proyecto a un grupo masivo de personas. La ubicación es fundamental para no desperdiciar recursos, las principales ubicaciones serán cerca de universidades y colegios, cerca de centros comerciales y en lugares donde concurra habitualmente el "target" del centro de deportes extremos.

- 4) **Publicidad creativa:** Estas serán distintas en el transcurso de los años, a través de activaciones de marca. La finalidad de éstas es sorprender al público de distintas formas, llamando su atención para posicionar la marca. En el primer año se realizarán las siguientes:

Se considera un plan inicial de promoción de dos meses antes de la inauguración se colocarán afiches en las principales avenidas por la que transita el mercado objetivo. Estos solo llevarán el logo del complejo, la idea con esto es crear una incertidumbre en la población y un efecto cascada de

boca en boca, el cual será que se preguntarán por dos meses de que se trata o que significará ese afiche.

Evento de Inauguración: Una semana antes de la puesta en marcha del centro se realizará un evento con motivos de inauguración. Éste comenzará con algunos deportistas destacados tanto extranjeros como nacionales, se llevará a los invitados al centro de deportes extremos y a los diferentes lugares a realizar los deportes para que puedan observar el funcionamiento de los mismos con una exhibición deslumbrante a cargo de las figuras. Se finalizará con un cóctel, música, promotoras, presentaciones y discursos.

5) Publicidad en Internet: Se creará una página web de alto diseño con la finalidad de publicitar el centro, entregar información sobre los servicios, tarifas, fechas de actividades y competencias, noticias, entre otros.

6) Promociones de ventas: Dirigidas especialmente al consumidor final, a través de incentivos para que ingresen al centro de deportes extremos. Estos pueden ser descuentos por grupos grandes, clases gratis, invitaciones para eventos especiales, descuentos en las tiendas de deporte de los auspiciadores, entre otras opciones que se pueden agregar en el transcurso de la operación del negocio.

- 7) Merchandising:** Alianzas con tiendas especializadas en estos deportes, de modo que ellos puedan publicitar su tienda a través de afiches publicitarios en el Centro de Deportes Extremos y por otra parte permitan colocar trípticos y folletos, en una góndola con diseño especial, que expliquen los atributos y ventajas ofrecidas por el centro.
- 8) Imagen:** Es importante crear una imagen favorable del centro de deportes extremos hacia los clientes, ya que esto ayuda a diferenciarse de la competencia. Por lo tanto se realizarán auspicios a eventos deportivos tales como campeonatos de rafting, kayak, trekking o entre otros que tengan relación. Y además se realizarán campeonatos internos con participantes de distintas destrezas.

4.4 CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS COMO ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN DE BUCAY.

Una de las tendencias actuales para el desarrollo de destinos turísticos es la creación de atractivos los cuales deben ofrecer opciones diferentes y complementarias que enriquezcan la oferta del destino en su conjunto. La creación del Centro de Deportes Extremos en Bucay, obedece a esta tendencia, la misma, que de ser manejada adecuadamente, ofrecerá múltiples beneficios para sus integrantes. Una de los primeros objetivos de

marketing para productos, servicios, y en este caso, destinos, será el de introducir la marca en el mercado para luego, basados en una estrategia de promoción, lograr un posicionamiento en los mercados meta seleccionados y de esta forma empezar a generar las visitas que se programen.

Este es un camino que hay que recorrer respaldados en una planificación estratégicamente diseñada en la que se determinan etapas con metas por alcanzar en un tiempo determinado. El seguimiento sistemático de estas garantiza resultados altamente positivos. Consideramos que en los actuales momentos Bucay debe tomar algunas decisiones que servirán para poner en marcha cualquier plan de promoción del destino.

Uno de esos aspectos es el decidir la imagen unificada que utilizará el destino así como el Centro de deportes extremos (imagen de producto: logo, slogan, línea gráfica, etc.). Si bien en la actualidad ya existe una imagen de Bucay, es necesario conocer si esta es realmente la que cubre las necesidades comunicacionales y si además goza de la aprobación de todos los involucrados, en caso de no ser así, este es el mejor momento para realizar cualquier cambio. Estos pueden ser parciales o totales. Luego de tomar esta decisión, el resto de acciones deberán regirse a la estrategia promocional propuesta. No se debe olvidar que el consenso y la participación de todos los involucrados serán vitales para la obtención de los

resultados finales. En este punto debe considerarse el lograr que los habitantes, empresarios, funcionarios y demás miembros de Bucay, hagan suyo esta nueva imagen y se conviertan en los principales comunicadores de la marca ***Bucay: destino de turismo extremo.***

Cabe resaltar, lo importante que es considerar para el desarrollo del plan estratégico Bucay y el C.D.E, que el país tiene una estrategia promocional que se viene implementando durante los últimos dos años, con alcance internacional, cuyo objetivo principal es el de posicionar al Ecuador como un verdadero destino turístico, logrando obtener resultados alentadores. Por esta razón es recomendable que cada región, destino, atractivo o ciudad del país trabajen en esta línea y así obtener los beneficios de esta labor realizada por el gobierno nacional a través del Ministerio de Turismo y el Fondo Mixto de Promoción turística del Ecuador.

Plan de promoción

Imagen del destino

Una vez decidido el concepto del destino y teniendo el nombre del destino, se procede a la elaboración de las diferentes herramientas de marketing entre las que sugerimos inicialmente, las siguientes:

- Logotipo (en el caso de que se decida cambiarlo)
- Material impreso: papelería (hoja, sobre y tarjeta), folletería, brochures, mapas, etc.

En este caso, por tratarse de la reunión de varios atractivos que conforman el destino, consideramos de suma importancia el desarrollar desde el inicio las siguientes actividades:

- Diseño Iconográfico del destino en unidad con el CDE: siguiendo como parámetro la línea gráfica que se decida para Bucay será necesario asignar un elemento gráfico distintivo.

· Señalización: una señalización unificada que identifique los diferentes atractivos (vallas de carreteras) y servicios (puntos de información, hoteles, restaurantes, hospitales, etc.) será el siguiente paso.

Campaña publicitaria

Con la imagen del destino definida y los principales componentes de ésta, se procederá a desarrollar una completa campaña publicitaria, la misma que incluirá un sugestivo y contagioso lema de campaña que comunique directamente el beneficio de visitar el CDE y por ende Bucay, un slogan, piezas gráficas y audiovisuales.

En una primera etapa, se desarrollará la campaña a nivel nacional, utilizando los principales medios de comunicación como televisión, prensa, radio, vía pública entre otros, con la intención de dar a conocer la nueva imagen y el concepto de Bucay, para en una siguiente etapa, realizar actividades publicitarias más dirigidas y enfocadas a segmentos específicos de los mercados seleccionados, esto enfocado especialmente al CDE. Un generoso presupuesto publicitario, deberá considerarse para alcanzar los principales objetivos de posicionamiento y reconocimiento de la nueva imagen del destino.

Actividades de promoción

Además de la campaña publicitaria tradicional, se deberán desarrollar otras actividades de promoción más dirigidas y especificadas en una estrategia promocional previamente diseñada. Entre las principales actividades y herramientas de promoción mencionamos las siguientes:

Relaciones públicas

- Eventos de lanzamiento, en diferentes ciudades del país con los principales miembros de la industria, con los actores en el destino, con medios de comunicación.
- Presentación de la página Web.
- Eventos para presentación de novedades (ej. Obtención de una certificación para algún atractivo natural).

Herramientas multimedia

- Desarrollo de un portal Web del destino
- Elaboración de un completo CD multimedia
- Elaboración de un video

Press tours

Organizar tours para invitar a los diferentes medios de comunicación, con la finalidad de obtener de ellos la difusión del destino y cada uno de sus atractivos, mediante artículos de prensa o reportajes televisivos. Esta actividad se la puede realizar nacionalmente y en una siguiente etapa dentro del desarrollo del destino, también se la puede realizar internacionalmente.

Fam tours

Una actividad similar a la anterior pero dirigida a la industria turística, específicamente, es otra de las importantes actividades de promoción por realizar. En este caso nuestros invitados serán los diferentes actores de la actividad turística, quienes se convierten en nuestra fuerza de venta pues serán ellos quienes ofrezcan nuestros productos a los compradores finales y por lo tanto deben conocer el producto que ofrecen. Estas dos últimas actividades, los Press y Fam tours, son perfectamente combinables.

Plan de comercialización

Simultáneamente a las actividades propuestas, se debe ir elaborando un completo plan de comercialización, el mismo que debe empezar por la

identificación de la oferta turística existente, principalmente el CDE, para clasificarla y seleccionar aquellos productos que se convertirán en las estrellas, aquellos que se podrán desarrollar únicamente en ciertas temporadas, los que brindan las facilidades para ser ofrecidos a turistas internacionales y nacionales o aquellos que aún necesitan de mayor preparación antes de ser ofrecidos a la venta. La identificación de la oferta existente brindará la posibilidad de agrupar los productos y crear paquetes turísticos para ofrecerlos a los diferentes mercados que se identificaron como metas.

Estos paquetes deberán incluir como principal servicio la visita al CDE así como la práctica de algunos deportes extremos que realizamos en el mismo, además los servicios de transportación, alimentación, hospedaje, guianza y actividades complementarias y especializadas. La aplicación de las tarifas obedecerá a la categorización de los productos ofrecidos, así mismo se podrán aplicar diferentes estrategias de precio como descuentos, noches adicionales a menores precios, niños no pagan, entre otras.

Merchandising

La creación de diferentes herramientas de promoción para ser distribuidas entre los operadores, empresarios de Bucay y los visitantes, será otra de las

acciones a tomar. Se consideraran gorras, camisetas, llaveros, stickers y una larga lista de opciones que se decidirán de acuerdo a las necesidades que se identifiquen de cada mercado.

Alianzas estratégicas

Si el concepto de cluster se lo puede considerar como una alianza entre atractivos para conformar un destino, esta deberá también extenderse ahora a otros sectores de la industria turística regional que se basan en turismo extremo, nacional e incluso internacional, en diferentes momentos del desarrollo del proyecto de promoción. Las alianzas en general se pueden dar con otros destinos, entidades educativas, diversos gremios, entidades estatales, empresas de transportación de la zona, cámaras de la producción, ciudades, etc. La idea general es lograr un beneficio mutuo entre los miembros de las diferentes alianzas que se logren y estos que beneficios obedezcan a las necesidades identificadas al inicio del desarrollo del plan.

Capacitación

Todas las actividades desarrolladas en una estrategia de promoción no surten efecto si todos los involucrados no conocen, manejan y se identifican con el concepto bajo el cual se desea promocionar el destino. Lograr este

objetivo es una tarea ardua pero alcanzable. El desarrollo de un programa de capacitación en diversos ámbitos, acorde al rol que cumple cada prestador de servicio, las autoridades y la población en general, asegura el lograr que el destino se posicione y obtenga reconocimiento, al igual que los estándares de la calidad del servicio se traducirán en la calidad del destino, con las consecuencias lógicas que se reflejarán en ventas y el beneficio multiplicador para los actores de la actividad y de la sociedad en general.

CAPITULO V

5. ASPECTOS FINANCIEROS

5.1 COSTOS

Los Costos de la Obra Civil se cotizaron en base a datos brindados por Arquitectos e Ingenieros Civiles del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda MIDUVI.

Los Equipos y Mobiliarios se han determinado en base a Entrevistas a Expertos y Empresarios dedicados a la práctica de deportes extremos; como el Lic. Roberto Bustamante, Gerente Propietario de la Hostería Casa de Piedra de Bucay, Geovanny Unamuno, Presidente del Comité de Escalada Deportiva del Guayas y Agente de Ventas de una tienda de artículos de deportes extremos.

Estos expertos han indicado los materiales, equipos y mobiliarios necesarios para brindar un servicio adecuado, y se ha realizado una cotización en las principales empresas que ofrecen este tipo de productos: Tadoo y Arcadia;

con el fin de obtener el presupuesto que se presenta en las **Tablas: Obra civil, Equipos y mobiliarios (Ver Anexos N° 10 y 11)**.

Finalmente, en base a un estudio de investigación se ha elaborado la Estructura organizacional, ver Capítulo IV, y con esos datos se ha elaborado la **Tabla Costos Totales mensuales y anuales (Ver Anexos N° 16 y 17)**.

5.2 INVERSIONES

Se ha realizado una Inversión Inicial en Obra civil, Equipos y mobiliarios, Publicidad, Permisos y publicidad.

El terreno será cedido por uno de los accionistas el Lic. Roberto Bustamante, otra parte será financiada por el resto de accionistas, lo que suma el 41,54% de la inversión inicial del proyecto, dejando el 58,46% a financiar con el Crédito CREDIPYME, servicio otorgado por la Corporación Financiera Nacional.

Tabla # 16. Inversión Inicial

| Inversión | Valor en USD | % |
|--|---------------------|----------------|
| Activos Fijos (Obra Civil + Equipos y Mobiliarios) | \$ 82.965,00 | 91,32% |
| Gastos preoperacionales | \$ 7.695,20 | 8,47% |
| Capital de Trabajo | \$ 190,00 | 0,21% |
| TOTAL INVERSION | \$ 90.850,20 | 100,00% |

| INVERSION A FINANCIAR | Valor en USD |
|--|---------------------|
| Activos Fijos (Obra Civil + Equipos y Mobiliarios) - Terreno | \$ 52.965,00 |
| Capital de Trabajo | \$ 190,00 |
| Total | \$ 53.155,00 |

| VALOR APORTADO POR ACCIONISTAS | Valor en USD |
|------------------------------------|---------------------|
| Gastos preoperacionales | \$ 7.695,20 |
| Aportado por Accionistas (Terreno) | \$ 30.000,00 |
| Total | \$ 37.695,20 |

| | |
|-----------------------------------|---------------|
| % APORTADO POR ACCIONISTAS | 41,49% |
|-----------------------------------|---------------|

| | |
|--------------------------------------|---------------|
| % DE LA INVERSION A FINANCIAR | 58,51% |
|--------------------------------------|---------------|

CAPITAL DE TRABAJO

| Descripción | Proveedores | V/total |
|-----------------------------|----------------------|---------------|
| Caja Chica | Vertical - Dunmar | 50,00 |
| Equipos Deportivos y Tintas | | 140,00 |
| TOTAL | | 190,00 |

| Gastos Preoperacionales | |
|------------------------------------|-----------------|
| Obtención del permiso de operación | 690,20 |
| Publicidad | 1.705,00 |
| Celulares | 300,00 |
| Gastos varios | 5.000,00 |
| TOTAL | 7.695,20 |

| Detalle de Publicidad | Costos unitario | | Unid. | Total |
|------------------------------|-----------------|------------|-------|-------------|
| | | | | |
| Radio difusión | 5,00 | \$/minuto | 5 | 25 |
| Prensa escrita | 60,00 | \$/anuncio | 1 | 60 |
| Afiches | 0,10 | \$/ u | 100 | 1000 |
| Hojas Volantes | 10,00 | \$/500 | 1000 | 100 |
| Creación y diseño Página Web | 100,00 | \$/ total | | 40 |
| Actualización Página Web | 30,00 | \$/mensual | | 480 |
| Total Año 1 | | | | 1705 |

5.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

El destino del préstamo de CREDIPYME abarca las siguientes áreas:

Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semovientes.

Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc.

Este crédito PYMES, es para:

- Empresas con ventas de hasta USD 5.000.000
- Personas naturales.

- Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privadas, mixtas o públicas) y cuando se encuentren bajo el control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.
- Cooperativas no financieras, con personería jurídica.

Del Monto:

Desde US\$25.000 hasta US\$7.000.000

Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total):

Hasta el 70% para proyectos nuevos

Hasta el 90% para proyectos de ampliación

Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta.

Plazo:

Activo Fijo: hasta 10 años

Capital de Trabajo: hasta 2 años

Capital de Trabajo para Construcción: hasta 3 años

Asistencia Técnica: hasta 2 años

Periodo de gracia:

Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.

Tasas de interés:

- Capital de trabajo: 8.5%
- Activos Fijos:
 - 8.75% hasta 5 años.
 - 9.25% hasta 10 años.

Garantía:

- Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.
- Las inversiones fijas que se efectúen en bienes inmuebles hipotecados podrán considerarse como mayor valor de la garantía, previo el análisis técnico que efectúe la Corporación.
- La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.

Desembolsos:

De acuerdo a cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.

Situaciones especiales de financiamiento:

Aporte del cliente en:

Construcción: Hasta el 40% del costo del proyecto, conforme a normativa vigente de la CFN (incluye valor de terreno).

Se financia:

Terreno: Solamente en proyectos de reubicación o ampliación, conforme a normativa vigente de la CFN.

Requisitos:

- Para créditos de hasta US \$150.000 no se requiere proyecto de evaluación.
- Para créditos superiores a US \$ 150.000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.

- Estados financieros de los dos últimos años con los sustentos respectivos.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proforma de la maquinaria a adquirir.
- Proforma de materia prima e insumos a adquirir.

Finalmente, se ha elaborado un Plan del financiamiento de la deuda.

Tabla # 17. Plan de Financiamiento

| Capital | | 53.155 | Comprobación | |
|-------------------------|--|-----------|---------------------|-----------|
| Tiempo en años | | 5 | \$ Interés | 14.731,09 |
| Numero de pagos | | 5 | i efectivo | 5,54% |
| Tasa de interes nominal | | 8,75% | I | 14.731,09 |
| Cuota anual | | 13.577,22 | C | 53.155,00 |
| Cuota mensual | | 1.131,43 | años | 5 |

| Tabla # 18. Tabla de Amortización del Préstamo | | | | |
|---|-------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Pagos | Pago anual | Intereses pagados anual | Amortización de Capital | Saldo del capital |
| | | | | 53.155 |
| 1 | 13.577,22 | 4.651,06 | 8.926,16 | 44.228,84 |
| 2 | 13.577,22 | 3.870,02 | 9.707,20 | 34.521,65 |
| 3 | 13.577,22 | 3.020,64 | 10.556,57 | 23.965,07 |
| 4 | 13.577,22 | 2.096,94 | 11.480,27 | 12.484,80 |
| 5 | 13.577,22 | 1.092,42 | 12.484,80 | 0,00 |
| Total | 67.886,09 | 14.731,09 | 53.155,00 | |

5.4 PROYECCIÓN DE ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La Proyección de la demanda ha sido realizada en base a datos estadísticos de llegada de visitantes y turistas nacionales a Bucay, y de turistas extranjeros a la Provincia del Guayas.

Tomando en cuenta temporadas bajas y altas, basadas en feriados y crecimiento de la demanda de turistas extranjeros según datos del Ministerio de Turismo.

Los ingresos se ven incrementados en base a los siguientes factores:

- Inflación: 9,69% aumento anual.
- Crecimiento de la demanda anual: 10%
- Incremento del precio en el año 5 y en el año 10: 15%

El plan financiero ha sido elaborado con una proyección a 10 años, porque la inversión inicial es alta en comparación con los ingresos que genera el proyecto.

Finalmente, presentamos varios indicadores que demuestran la rentabilidad del Proyecto:

Tabla # 19. Indicadores Financieros: VAN y TIR

| | |
|------------|---------------------|
| VAN | \$156.616,53 |
| TIR | 26,14% |

Tabla # 20. Periodo de Recuperación de Capital (PRC O Payback)

| Periodo | Saldo Inversión | Flujo de Caja | Rentabilidad exigida | Recuperacion de inversion |
|---------|-----------------|---------------|----------------------|---------------------------|
| 1 | 90.735 | 796,1509599 | 9.074 | (8.277) |
| 2 | 99.012 | 4953,002723 | 9.901 | (4.948) |
| 3 | 90.736 | 9260,01107 | 9.074 | 186 |
| 4 | 90.550 | 14774,14684 | 9.055 | 5.719 |
| 5 | 90.737 | 30015,31758 | 9.074 | 20.942 |
| 6 | 69.795 | 53390,91955 | 6.980 | 46.411 |
| 7 | 90.738 | 67553,42865 | 9.074 | 58.480 |
| 8 | 32.258 | 84961,29556 | 3.226 | 81.735 |
| 9 | 90.739 | 106315,9535 | 9.074 | 97.242 |
| 10 | (6.503) | 156424,2383 | (650) | 157.075 |

Resultado: El Periodo de recuperación es de 9 años.

CONCLUSIONES

1. En la actualidad el turismo de aventura constituye un importante componente de la oferta turística de nuestro país. Existen, sin duda, grandes oportunidades de crecimiento en este sentido, debido a que Ecuador posee un rico patrimonio natural y una gran diversidad de escenarios que permiten diseñar programas de turismo de aventura.
2. Es así que, siendo la naturaleza el principal componente de la oferta turística del Centro de Deportes Extremos Bucay, resulta importante valorar el aporte que la práctica de este tipo de turismo tiene sobre la preservación del medio ambiente, el mejoramiento en las condiciones de vida de las comunicaciones locales y la mayor calidad en las experiencias de los turistas.
3. Para que el turismo de aventura en nuestro país continúe su exitoso desarrollo, atendiendo a sus principios de sostenibilidad, se sugiere profundizar el trabajo en torno a la implementación de planes de marketing específicos e identificación de nichos tanto en el mercado interno como en el internacional en lo que respecta al turismo de aventura.
4. Centro de Deportes Extremos Bucay, de este modo, viene a ser un nuevo elemento en la industria turística del país que actuará en

concordancia con la sostenibilidad del turismo alternativo en sí, centrándose en la industria nacional específicamente, promoviendo el turismo interno y contribuyendo así al desarrollo continuo y creciente de Ecuador como producto turístico.

5. Hemos identificado que existen varios recursos y atractivos en Bucay, y los hemos unido en una sola empresa que pueda ofrecer el servicio de recorrerlos y disfrutar de ellos mediante la práctica de deportes extremos.

6. Mediante una investigación hemos determinado que es un proyecto innovador, ya que no existe en el país uno con iguales características.

7. Por medio de este proyecto se puede posicionar al Cantón como un destino especializado en turismo de aventura y se fomentará el liderazgo comunitario mediante su participación activa.

8. El análisis del sector turístico al momento de elaborar la propuesta, concluye que si bien el cantón General Antonio Elizalde cuenta con un buen número de atractivos y potenciales productos turísticos, existen debilidades

en cuanto a infraestructura y facilidades para el desarrollo turístico; y es en la desorganización, la débil institucionalidad y representatividad, el bajo nivel de compromiso, y la poca cultura de trabajo en equipo, en donde puede fracasar el proceso, por lo que es necesario trabajar en estos aspectos de manera permanente.

9. Por su naturaleza, esta propuesta de creación de un centro de deportes extremos en Bucay busca convertir o desarrollar el turismo en la zona, por lo cual el proyecto tiene connotaciones muy complejas, debido a la cantidad y variedad de actores que intervienen en el proceso.

10. Sin embargo, existen tres actores claves, quienes deben trabajar en forma conjunta y permanente. Por un lado el Gobierno Municipal del Cantón General Antonio Elizalde, con su representación como Unidad Municipal de Turismo; por otro lado la empresa privada representada por la Cámara de Turismo, y finalmente los centros de Educación Superior que forman profesionales en turismo.

11. Estas instituciones, deberán responsabilizarse por la ejecución de este proyecto, aún cuando existan actividades en las que no tengan competencia directa. La mejor opción, la mas viable, es fortalecer al Consejo

Cantonal de Turismo, como un organismo multisectorial que facilite la coordinación y corresponsabilice a otras instituciones para el efectivo cumplimiento de las actividades planteadas; y que a su vez sirva de instancia consultiva y de vigilancia.

12. Esto permitirá sin duda que la ciudadanía a través de sus diversas instituciones, se interese y motive a participar en el Desarrollo Turístico del cantón, como una oportunidad o alternativa válida y viable para mejorar sus condiciones de vida.

13. Si bien el turismo es una actividad productiva, es necesario recalcar, que el desarrollo del mismo debe ser socialmente justo, económicamente rentable, y ambientalmente favorable. Y en este sentido, todas las actividades que se realice y promueva a través de este proyecto, deberán propender a que se cumplan con estos preceptos.

RECOMENDACIONES

1. El Municipio de Bucay debería elaborar cada año un Plan Operativo Anual POA de desarrollo turístico, en donde se exponga claramente las metas a conseguir, y se definan las responsabilidades y apoyos.
2. Si se elabora un plan, se debe dar a conocer la propuesta de desarrollo turístico del cantón a la ciudadanía en general, y mantenerla permanentemente informada de los avances en su ejecución. Debe existir desde el principio absoluta apertura, transparencia y honestidad, para lograr la credibilidad y el interés ciudadano.
3. El tema económico para el Municipio generalmente se constituye en una barrera más psicológica que real para la ejecución de las actividades y la consecución de los objetivos planteados. Se recomienda hacer uso de los mecanismos de gestión y participación interinstitucional para reducir los costos.
4. En este sentido, se deben optimizar al máximo los recursos tecnológicos, técnicos, humanos y materiales que se tiene en el cantón, y contratar personal, únicamente para los casos excepcionales, en los que se requiera asistencia técnica especializada que no se encuentre disponible en la localidad. Por lo tanto, las organizaciones e instituciones deben asumir el

compromiso de estar prestas a facilitar sus recursos cuando estos sean necesarios.

5. Adicionalmente, es importante también mantenerse informado de las actividades y esfuerzos que se realizan individualmente en el cantón, para incorporarlos en la propuesta del plan, y así fortalecer y apoyar todo esfuerzo que se realice. En la medida que se vayan satisfaciendo estas necesidades, y que la ciudadanía en general se vaya apropiando del tema, serán un verdadero Municipio Turístico.

6. Organización y fortalecimiento del gremio turístico formal cantonal, esto se podría dar con la ayuda de MINTUR, el municipio de Bucay puede pedir cursos de capacitación para el gremio turístico del cantón lo cual dará presencia institucional y respetabilidad.

7. De la misma manera el municipio podría impartir cursos de capacitación para "atención al cliente", dirigido a los Empresarios turísticos de la zona, así Bucay tendría un sector turístico capacitado con turistas y visitantes bien atendidos.

8. El municipio del cantón con la ayuda de otros actores del área de turismo, debería dar un constante mantenimiento de los sitios de interés turístico, así tendrían sitios de interés turístico debidamente mantenidos y bien presentados.

9. El sector público como privado deberían ayudarse mutuamente para elaborar Folletos de información turística del Cantón General Antonio Elizalde y sus atractivos. De esta manera Bucay contaría con folletería turística actualizada y suficiente.

10. Es urgente que la municipalidad con la ayuda de MINTUR implementen la oficina de información turística ITUR. Una oficina ITUR, funcional y equipada, ayudaría en gran manera al desarrollo turístico de la zona.

11. El municipio debería participar en Ferias, Convenciones, Congresos Turísticos y relacionados, con el fin de promocionar a Bucay como un destino de aventura tanto a nivel nacional e Internacional.

12. Se debe hacer una Gestión de mejora de ciertos puntos de interés, a través de la creación de senderos y miradores turísticos, para que los

turistas tengan otras actividades que motiven su visita a Bucay y por lo tanto al CDE, y sobretodo puedan tener acceso a ellos.

13. La práctica de deportes extremos es una motivación para los turistas, pero existe un grupo de ellos para los cuales no justifica la realización de un viaje solo para practicar deportes extremos, para esto se necesita que el destino ofrezca otros tipos de turismo, para que se pueda apreciar de mejor forma el efecto multiplicador del turismo que esta empresa quiere destacar.

ANEXOS

Anexo # 1. Encuesta y resultados

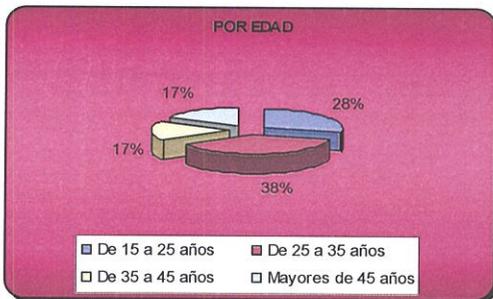


ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL LICENCIATURA EN TURISMO ENCUESTA

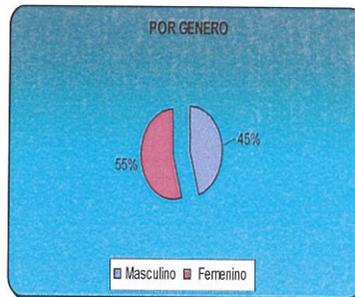
Objetivo: Identificar cuáles son las personas que viajan en grupos de familias y amigos que pueden y quieren consumir servicios turísticos en un lugar especializado en actividades de naturaleza, aventura y recreación en Bucay. Esperamos contar con su ayuda, ya que su opinión es muy importante. Por favor coloque una X en la opción(es) que elija.

DATOS DEL ENCUESTADO

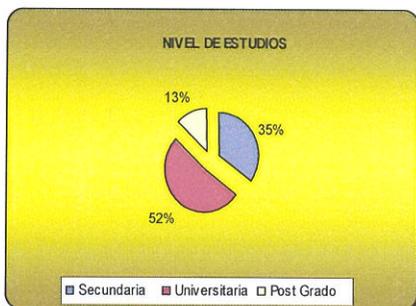
Edad:



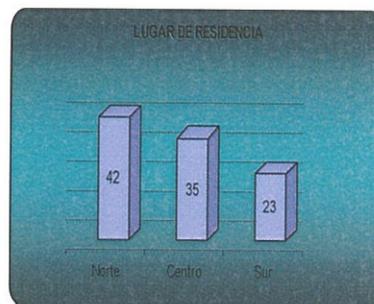
Sexo:



Nivel de estudios:

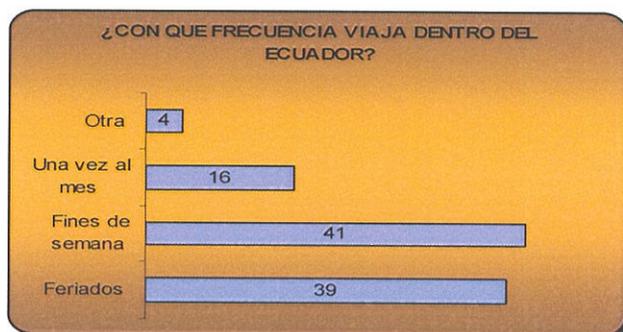


Lugar de Residencia:



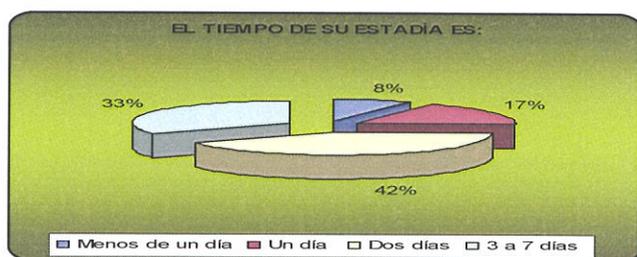
1. ¿Con qué frecuencia usted viaja dentro del Ecuador?:

- Feriados (39%)
- Fines de semana (41%)
- Una vez al mes (16%)
- Otra (4%)



2. ¿El tiempo de estadía en estos viajes es de?:

- Menos de un día (8%)
- Un día (17%)
- Dos días (42%)
- 3 a 7 días (33%)



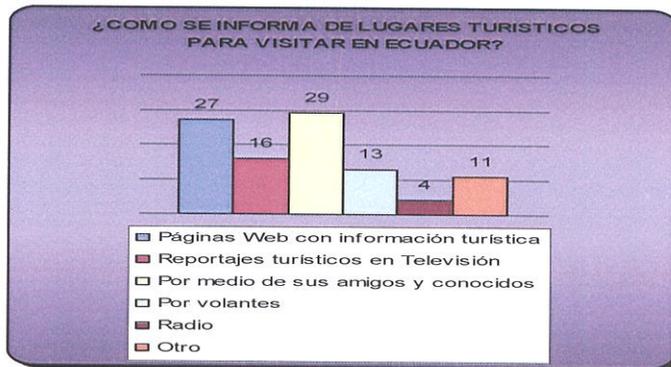
3. ¿Qué medios utiliza la organización de estos viajes?

- Una Empresa de turismo (34%)
- Tour Organizado (22%)
- Independiente (31%)
- Otros (13%)



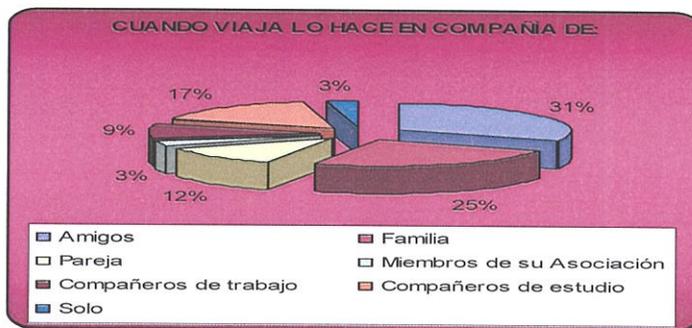
4. Cómo se informa de lugares turísticos para visitar en Ecuador?

- Páginas Web con información turística (27%)
- Reportajes turísticos en Televisión (16%)
- Por medio de sus amigos y conocidos (29%)
- Por volantes (13%)
- Radio (4%)
- Otro (11%)



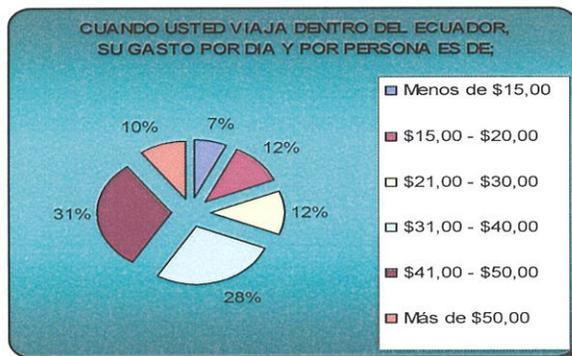
5. Cuando viaja lo hace en compañía de:

- Amigos ()
- Familia ()
- Pareja ()
- Miembros de su Asociación ()
- Compañeros de trabajo ()
- Compañeros de estudio ()
- Solo ()



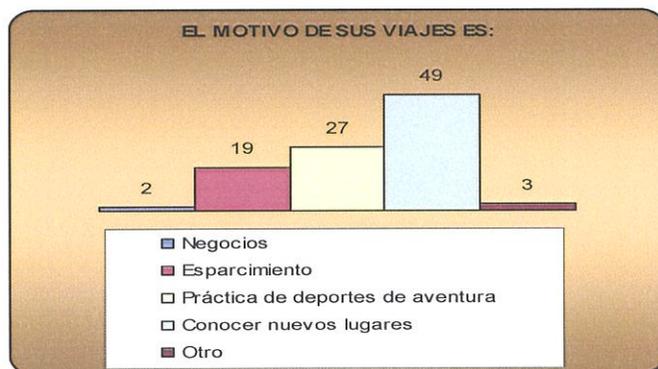
6. Cuando usted viaja dentro del Ecuador, su gasto por día y por persona es de:

- Menos de \$15,00 (7%)
- \$15,00 – \$20,00 (12%)
- \$21,00 – \$30,00 (12%)
- \$31,00 – \$40,00 (28%)
- \$41,00 – \$50,00 (31%)
- Más de \$50,00 (10%)



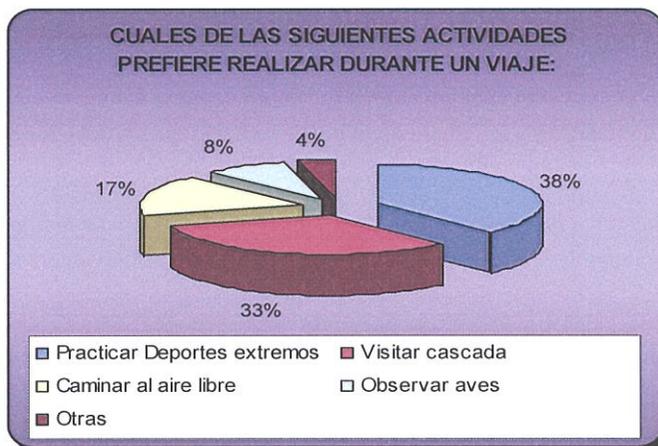
7. El motivo de sus viajes es:

- Negocios (2%)
- Esparcimiento (19%)
- Práctica de deportes de aventura (27%)
- Conocer nuevos lugares (49%)
- Otro (3%)



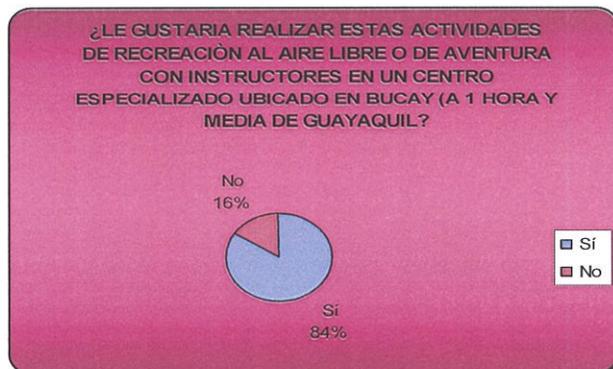
8. Si su respuesta anterior no está vinculada con las opciones “negocios”, cuáles de las siguientes actividades prefiere realizar durante un viaje:

- Practicar Deportes extremos (38%)
- Visitar cascada (33%)
- Caminar al aire libre (17%)
- Observar aves (8%)
- Otras (4%)



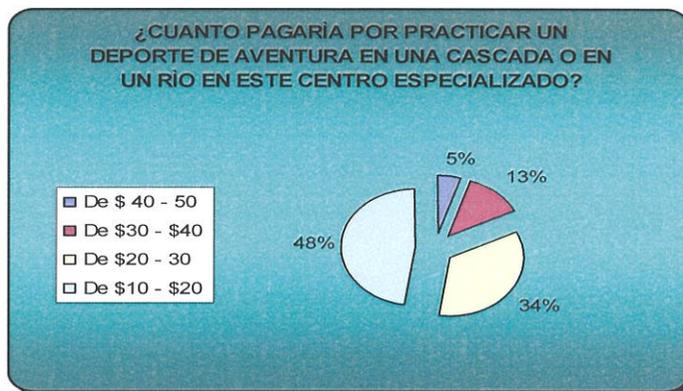
9. ¿Le gustaría a usted realizar estas actividades de recreación al aire libre o de aventura con instructores en un Centro especializado ubicado en Bucay (a 1 hora y media de Guayaquil)?

- Sí (84%)
- No (16%)



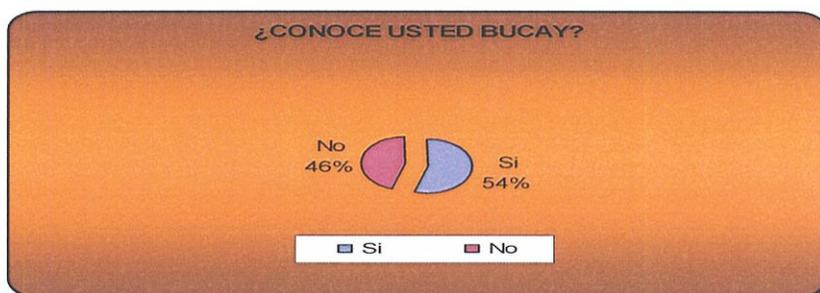
10. Si usted respondió "Sí" a la pregunta anterior, ¿Cuánto pagaría por practicar un deporte de aventura en una cascada o en un río en este Centro especializado?

- De \$ 40 – 50 (5%)
- De \$30 - \$40 (13%)
- De \$20 – 30 (34%)
- De \$10 - \$20 (48%)



11. ¿Conoce usted Bucay?

- Sí (54%)
- No (46%)



Encuestadoras: Sandra Campos; June Hidalgo.

Anexo # 2. Ficha Atractivo Turístico, MINTUR: Balneario Agua Blanca

Ministerio de Turismo
ATRATIVOS TURÍSTICOS

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 1
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Balneario de Agua Clara
CATEGORÍA: Sitio natural
TIPO: Ambiente Lacustre
SUBTIPO: Poza

UBICACION

LATITUD: 2°12'00 S
LONGITUD: 79°07'30 W
PROVINCIA: Guayas
CIUDAD y/o CANTON: General Antonio Elizalde
PARROQUIA: Bucay
DIRECCIÓN: Vía Santa Rosa

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

| | |
|-----------------------|---------------------------|
| POBLADO: Bucay | DISTANCIA: 0.5 Km. |
| Cumandá | 0.5 Km. |

CALIDAD**VALOR INTRÍNSECO****CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO**

ALTURA: 320 msnm
TEMPERATURA: 24°C
PRECIPITACION: 2000 mm

Origen: Formación rocosa natural con una caída de agua que termina en una poza y nutre al río Chimbo.

Dimensiones: aproximadamente 60m²

Calidad del agua: verdosa y transparente, de temperatura fría (23° C)

Flora y Fauna: Vegetación arbustiva y pajonales.

Descripción del entorno: Posee una cascada natural que se forma en época de lluvias fuertes, donde se ha construido una represa. Existe una cabaña donde las personas se reúnen a comer, 4 baños y un parqueadero donde entran diez vehículos y un bus.

Descripción del paisaje: La caída de agua desemboca en el río Chimbo, el cual separa a Bucay y Cumandá. Se aprecia un paisaje con zonas urbanas sobre relieve montañoso.

Islas Existentes: No hay

Actividades varias: Lo usan como balneario en las épocas de calor (enero – junio) con mayor afluencia los fines de semana y feriados (Carnaval, Semana Santa, principalmente)

Muelles: No existen

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Esparcimiento y recreación

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

En proceso de deterioro

CAUSAS:

Presencia de desechos

ENTORNO:

En proceso de deterioro

CAUSAS:

Crecimiento de la zona urbana

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Empedrado

ACUATICO: Marítimo, fluvial

AEREO: Nacional o Internacional

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4x4

TEMP. DE ACCESO:

Es un lugar 100% accesible en toda época del año de lunes a domingo

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DÍA: 08h00 a 18h00

OBSERVACIONES:

Para llegar hasta Bucay se deberá de tomar la Cooperativa de Transporte Santa Marta que sale desde Guayaquil hasta Bucay con frecuencia diaria. El viaje dura 2 horas.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Entubada

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Red Pública

PRECIO: Entrada libre

OBSERVACION: El lugar se está deteriorando por falta de mantenimiento y ausencia de políticas de conservación.

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Malecón del Río Chimbo 0.5 km

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Anexo # 3. Ficha Atractivo Turístico, MINTUR: Bosque húmedo La Esperanza



Ministerio de Turismo
ATRATIVOS TURÍSTICOS

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 2
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bosque de la Esperanza
CATEGORÍA: Sitio natural
TIPO: Bosque
SUBTIPO: Húmedo subtropical occidental

UBICACION

LATITUD: 2°9'10" S
LONGITUD: 79°8'32" O
PROVINCIA: Guayas
CIUDAD y/o CANTON: General Antonio Elizalde
PARROQUIA: Bucay
DIRECCIÓN: Recinto la Esperanza, vía al Cantón Chillanes

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

| | |
|---------------------------------------|-------------------------|
| POBLADO: Bucay | DISTANCIA: 1 Km. |
| POBLADO: Coop. 5 de Septiembre | DISTANCIA: 1 Km. |

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 700 m.s.n.m. (metros sobre el nivel del mar)
TEMPERATURA: 15-25°C

PRECIPITACION: 2000 mm

CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO

Ubicación: Recinto la Esperanza, se encuentra en las estribaciones de la Cordillera Occidental.

Extensión: 500 Has.

Estructura: Bosque Secundario nublado subtropical con remanentes de bosque primario, humedad permanente.

Diversidad de las especies:

Mamíferos: guantas (*Cuniculus paca*), guatusas (*Dasyprocta fuliginosa*), armadillo (*Dasyprocta novemcinctus*), cuchucho (*Nasua narica*), oso hormiguero (*Tamandua mexicana*), tigrillos (*Leopardus pardalis*), venado de cola blanca (*Odocoileus peruvianus*), gato montes (*Herpailurus yaguarondi*), perro de agua, ardillas (*Sciurus sp*), perico ligero (*Choloepus hoffmanni*), cabeza de mate (*Eira barbara*).

Aves: cacique, gallo de la peña (*Rupicola peruviana*), loros, pichilingos, ruiseñor, patillo pescador, lechuzas, pava de monte (*Penelope purpurascens*), tucanes, pericos, colibríes, jilgueros, garza blanca, buhos, azulejo, paloma, cabeza de bandera.

Reptiles: Serpiente equis (*Bothrox sp*), lagartijas, coral verdadera y falsa, escorpiones, sallama, chontas.

Insectos: escarabajos, mariposas, ciempiés, luciérnagas, cucuyos, grillos, caracoles, etc.

Diversidad de Flora asociada: Guayacán (*Tabebuia chrysantha*), limoncillo, candelo, guarumo (*Cecropia sp*), matapalo (*Ficus sp*), balsa, cauchillos, heliconias (*Heliconia sp*).

Diversidad de epifitas: orquídeas, helechos, bromelias.

Cuerpos de agua asociados: Existen diversidad de cascadas destacándose la más alta de 35 m de caída, Río Limón.

Altura: Desde los 700 m.s.n.m. hasta los 1200 m.s.n.m.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Caminatas, observación de flora y fauna, visita de cascadas.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

En proceso de deterioro.

CAUSAS

Debido a la tala indiscriminada del bosque.

ENTORNO

En proceso de deterioro

CAUSAS

Tala de árboles con fines comerciales y no de los habitantes.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Lastrado.

TRANSPORTE: Automóvil 4x4

TEMP. DE ACCESO:

DÍAS AL AÑO: 365 días al año

DÍAS AL MES: 30 días al mes

HORAS AL DIA: 08h00 a 18h00

OBSERVACIONES: Se ingresa por el Recinto La Esperanza, el bosque se encuentra en una zona de litigio entre las provincias de Guayas, Bolívar y Los Ríos.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA: Entubada

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Pozo séptico

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

La cascada 40 minutos caminando

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Anexo # 4. Ficha Atractivo Turístico, MINTUR: Malecón del Río Chimbo

Ministerio de Turismo
ATRATIVOS TURÍSTICOS

DATOS GENERALES**FICHA NÚMERO:** 3**NOMBRE DEL ATRACTIVO:** Malecón Río Chimbo**CATEGORÍA:** Manifestaciones Culturales**TIPO:** Realizaciones Técnicas, Científicas y artísticas contemporáneas**SUBTIPO:** Obras técnicas**UBICACION****LATITUD:** 2°12'00 S**LONGITUD:** 79°08'15 W**PROVINCIA:** Guayas**CIUDAD y/o CANTON:** General Antonio Elizalde**PARROQUIA:** Bucay**DIRECCIÓN:** Av. Raúl Banderas**CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO****POBLADO:** Santa Rosa**DISTANCIA:** 1 Km.**POBLADO:** Cumandá**DISTANCIA:** 0.5 Km.**CALIDAD****VALOR INTRÍNSECO****CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO****ALTURA:** 320 m.s.n.m.**TEMPERATURA:** 24° C**PRECIPITACION:** 2000 mm**CARACTERISTICAS FISICAS DEL ATRACTIVO****Clase de obra:** Malecón lineal

Utilidad: Actividades Varias

Estilo de construcción: Lineal

Área de Construcción: 500 mts de largo y 30 mts de ancho

Área de Influencia: Habitantes de Cumandá y Bucay

Distribución Espacial: Existen áreas verdes, juegos infantiles, tachos de basura, bancos, existe una tarabita la cual esta fuera de funcionamiento pero la van adecuar e implementar dos adicionales, piletas, parqueadero 20 vehículos, limita con el puente del tren.

Materiales de Construcción: Adoquín, cemento, bloque, hierro, etc.

Sistema Constructivo: Estructura y cimientos de hormigón armado.

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Se suele realizar: sesión solemne, desfile cívico, Ágora para presentaciones artísticas, elección de la reina, etc.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Alterado

CAUSAS

Es un malecón que ha sido regenerado

ENTORNO

Conservado

CAUSAS

Esta al pie del Rto Chimbo el cual se mantiene conservado.

APOYO

INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO

VIAS

TERRESTRE: Asfaltado

ACUATICO: Marítimo, fluvial

AEREO: Nacional o Internacional

TRANSPORTE: Bus, carro 4x4, automóvil, taxi,

TEMP. DE ACCESO:

DÍAS AL AÑO: 365 días al año
DÍAS AL MES: 30 días al mes
HORAS AL DÍA: 08h00 a 16h00

OBSERVACIONES: Para llegar hasta Bucay se deberá de tomar la Cooperativa de Transporte Santa Marta que sale desde Guayaquil hasta Bucay con frecuencia diaria. El viaje dura 2 horas.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Potable
ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado
ALCANTARILLADO: Red pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

| | |
|--------------------|------|
| Agua Clara | 10 m |
| Represa Agua Clara | 20 m |

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local

Anexo # 5. Ficha Atractivo Turístico, MINTUR: Río Chimbo



Ministerio de Turismo
ATRATIVOS TURÍSTICOS

DATOS GENERALES

FICHA NÚMERO: 4
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Chimbo
CATEGORÍA: Sitio Naturales
TIPO: Ríos
SUBTIPO: Raudal

UBICACION

LATITUD: 2°12'00 S
LONGITUD: 79°08'15 W
PROVINCIA: Guayas
CIUDAD y/o CANTON: General Antonio Elizalde
PARROQUIA: Bucay
DIRECCIÓN: Al pie del malecón

CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

| | |
|----------------------------|---------------------------|
| POBLADO: El Triunfo | DISTANCIA: 4 Km. |
| POBLADO: Cumandá | DISTANCIA: 0.5 Km. |

CALIDAD

VALOR INTRÍNSECO

CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

ALTURA: 320 msnm
TEMPERATURA: 24°C
PRECIPITACION: 2000mm

Tamaño: En el sitio de interés aproximadamente 1 Km. desde el malecón hasta la vía a Santa Rosa.

Calidad de agua: Color café oscuro, temperatura fría, turbia

Flora y Fauna: No se distinguen especies de flora en el río, sin embargo sus riberas tienen una gran variedad de las especies bromelias y orquídeas. Como parte de la fauna se pueden anotar los azulejos, chagüí, golondrinas.

Descripción del paisaje: El río separa a las ciudades Bucay y Cumandá, las cuales pertenecen a las provincias del Guayas y Chimborazo, respectivamente. Se aprecia el relieve montañoso donde destacan el cerro Suncamal y el Miraflores donde se asientan viviendas y zonas de cultivo.

Descripción de sus riberas: En la ribera de Bucay existen rocas de tamaño medio, mientras en la ribera de Cumandá hay presencia de flora arbustiva y pajonales. Ambas son estrechas, bajas y de corte recto.

Actividades varias: Se practica el rafting y la pesca

Puentes y puertos: Un puente de uso peatonal y automotor

Navegabilidad: No se considera navegable

Rápidos: se aprecian 4 rápidos en el sector indicado

Cañones: No existe

Pongos: No existe

Vados: No existe

VALOR EXTRÍNSECO

USOS (SIMBOLISMO)

Rafting y pesca.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

Conservado.

CAUSAS:

Se mantiene por los pobladores quienes están consientes de la importancia del mismo.

ENTORNO:

Alterado.

CAUSAS:

Impactos generados por el crecimiento urbano de los cantones aledaños.

APOYO**INFRAESTRUCTURA Y VIAL DE ACCESO****VIAS**

TERRESTRE: Asfaltado.

ACUATICO: No.

AEREO: No.

TRANSPORTE: Bus, automóvil, 4x4 y tren.

TEMP. DE ACCESO:

Es un lugar 100% accesible en toda época del año de lunes a domingo.

DÍAS AL AÑO: 365

DÍAS AL MES: 30

HORAS AL DIA: 08h00 a 18h00

OBSERVACIONES:

Para llegar hasta Bucay se deberá de tomar la Cooperativa de Transporte Santa Marta que sale desde Guayaquil hasta Bucay con frecuencia diaria. El viaje dura 2 horas.

INFRAESTRUCTURA BÁSICA:

AGUA: Potable

ENERGÍA ELÉCTRICA: Sistema interconectado

ALCANTARILLADO: Red Pública

ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS:

Balneario Agua clara

0.5 Km

DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local.

Fuente: Gerencia de Recursos Turísticos, Subsecretaria de Turismo del

Litoral, 2008

Anexo # 6. Mitigación y prevención de los impactos ambientales

Medio ambiente Físico - Químico

Calidad del aire: La generación de polvo y ruido tienden a deteriorar la calidad del aire, sumando a la emisión de gases de los equipos de construcción y generación eléctrica.

Niveles de ruido y vibraciones: Involucra la generación de ruido por equipos de sonido a utilizarse en la operación del proyecto y de negocios que se encuentren en los alrededores de la zona del proyecto.

Calidad del agua: Este recurso será afectado puntualmente por bacterias, virus y parásitos, enriquecimiento por nutrientes, sedimentación y turbidez; además de desechos varios, producidos por asentamientos humanos puesto que la materia orgánica también contiene cantidades sustanciosas de nitrógeno y fósforo.

Calidad del Suelo: Este recurso se verá afectado por la acumulación de materiales en forma temporal, el tránsito continuo que reduce en el tiempo, la capacidad de recuperación del suelo.

Medio biótico

Flora terrestre: involucra la alteración o pérdida de la vegetación terrestre incluyendo las afectaciones, cuya ocurrencia se deba al deterioro causado

por residentes o turistas, lo cual se busca mitigar, con información y culturización local.

Fauna terrestre: involucra el ahuyentamiento, reducción de hábitat, reducción de poblaciones, contaminación de hábitat, riesgo de enfermedad y migración de fauna terrestre desde el sitio de proyecto.

Fauna acuática: desaparición temporal o definitiva de especies, alteración de procesos reproductivos, contaminación de ecosistemas acuáticos cercanos al proyecto.

Medio Socioeconómico - Cultural

Calidad de vida de la población flotante (turistas): involucra el bienestar sentido por los turistas al ir al **CENTRO DE DEPORTES EXTREMOS**. Dicho bienestar puede ser potenciado o disminuido dependiendo de las acciones a ser tomadas en el proyecto.

Nivel de Empleo: involucra la influencia en la tasa de empleo y generación de nuevos puestos de trabajo tanto durante la fase de construcción como durante la fase de operación del proyecto.

Salud y seguridad laboral y civil: involucra los riesgos por accidentes dentro o fuera de las instalaciones del proyecto durante las fases constructivas y de operación.

Servicios turísticos: involucra las actividades de empresas turísticas y relacionadas que pueden incrementarse debido a la presencia del proyecto.

Paisaje: involucra la alteración al aspecto visual paisajístico del entorno.

Anexo # 7. Análisis de los Resultados del Estudio del Impacto ambiental

Análisis de los resultados

El diseño de las matrices ambientales mencionadas, permite analizar los resultados obtenidos, como un paso previo fundamental para establecer los criterios de mitigación ambiental y las acciones que deben tomarse. El análisis de los Resultados consolidados de las matrices de calificación de impactos conduce al siguiente resumen:

Se desprende como resultado del resumen de las Matrices de Evaluación de Impactos Ambientales, que la mayoría de los impactos pueden ser mitigados en base a medidas preventivas, ya que son temporales y de magnitud e importancia bajas.

Sin embargo podemos apreciar que con la implementación del CDE en la zona de Bucay, las siguientes interacciones componente – actividad presentan una significancia alta de impacto ambiental:

- 1) La eliminación de aguas residuales que afecta un 11,8 % (**Impacto negativo**), siendo el mayor impacto negativo que se produce durante la operación del CDE
- 2) El manejo de los desechos sólidos con un 10,92 % (**Impacto negativo**).
- 3) La Capacidad de Carga turística aumentara un 8,48 % (**Impacto positivo**).
- 4) La mejora en la infraestructura de servicios públicos 9,96 % (**Impacto positivo**).
- 5) Un incremento de visitantes 9,89 % (**Impacto positivo**), quienes demandaran la calidad de los servicios públicos.
- 6) Mejora de la calidad de vida de la población 10,17% (**Impacto positivo**).
- 7) Generación de empleo y fuente de ingreso para una economía deprimida 8,94 % (**Impacto positivo**).

8) Mejoramiento del entorno, y embellecimiento del paisaje. Produciendo una satisfacción del cliente 3,47 % (**Impacto positivo**) al tener un destino más para visitar en la provincia del Guayas.

Anexo # 8. Cuadro de clasificación de los atractivos turísticos

| CATEGORÍAS | TIPOS | SUBTIPOS |
|---------------------|----------------|-------------------|
| 1. Sitios Naturales | 1.1. Montañas | a) Altas montañas |
| | | b) Cordilleras |
| | | c) Nudos |
| | | d) Volcanes |
| | | e) Colinas |
| | | f) Desfiladeros |
| | | g) Glaciares |
| | 1.2. Planicies | a) Costeros |
| | | b) Salitrales |
| | | c) Valles |
| | | f) Mesetas |
| | 1.3. Desiertos | a) Costeros |
| | | b) De interior |

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| | c) Dunas |
| 1.4. Ambientes | a) Lagos |
| Lacustres | b) Lagunas |
| | c) Ciénegas |
| | d) Pozas |
| | e) Cochas |
| | f) Pantanos |
| | g) Chacras Estacionales |
| 1.5. Ríos | a) Manantial o fuente |
| | b) Riachuelo o arroyo |
| | c) Rápidos o raudales |
| | d) Cascadas, cataratas o |
| | Salto |
| | e) Riberas |
| | f) Deltas |
| | g) Meandros |
| | h) Vados |
| | i) Remansos |
| 1.6 Bosques | a) Páramo |

| | | |
|-------------------------------|----|----------------------------|
| | b) | Ceja de Selva |
| | | Oriental |
| | c) | Ceja de Selva |
| | | Occidental |
| | d) | Nublado Oriental |
| | e) | Nublado Occidental |
| | f) | Montano bajo Oriental |
| | g) | Montano bajo Occidental |
| | h) | Húmedo Tropical |
| | | Amazónico |
| | i) | Húmedo Tropical |
| | | Occidental |
| | j) | Manglar |
| | k) | Seco Tropical |
| | l) | Seco Interandino |
| | m) | Petrificado |
| 1.7 Aguas subterráneas | a) | Aguas Minerales |
| | b) | Aguas Termales |
| | c) | Aguas Sulfurosas |
| 1.8 Fenómenos | a) | Cuevas |

| | | |
|--|---------------------------------|----------------------|
| | espeleológicos | b) Cavernas |
| | | c) Ríos Subterráneos |
| | 1.9 Fenómenos geológicos | a) Cráteres |
| | | b) Calderas |
| | | c) Flujos de lava |
| | | d) Tubos de lava |
| | | e) Géiseres |
| | | f) Escarpas de falla |
| | | g) Solfataras |
| | | h) Fumarolas |
| | 1.10. Costas o litorales | a) Playas |
| | | b) Acantilados |
| | | c) Golfos |
| | | d) Bahías |
| | | e) Cabos |
| | | f) Ensenadas |
| | | g) Fondeaderos |
| | | h) Penínsulas |
| | | i) Promontorios |
| | | j) Puntas |

| | | |
|--------------------------------|----|---------------------|
| | k) | Istmos |
| | l) | Estrechos |
| | m) | Canales |
| | n) | Dunas |
| | o) | Línea de costa |
| | p) | Estuarios |
| | q) | Esteros |
| | r) | Palmeras |
| 1.11. Ambientes marinos | a) | Arrecifes de coral |
| | b) | Cuevas |
| | c) | Cráteres |
| | d) | Acantilados |
| | e) | Fosas |
| | f) | Puntos calientes |
| | g) | Trincheras |
| | h) | Cordilleras |
| | i) | Bentos y Bentónicos |
| 1.12. Tierras Insulares | a) | Islas continentales |
| | b) | Islas oceánicas |
| | c) | Archipiélagos |
| | d) | Islotes |

| | | |
|-------------------------------|----|----------------------------------|
| | e) | Rocas |
| 1.13. Sistema de Áreas | a) | Parque Nacional |
| Protegidas | b) | Reserva Ecológica |
| | c) | Refugio de Vida Silvestre |
| | d) | Reserva Biológica |
| | e) | Área Nacional de Recreación |
| | f) | Reserva de Producción Faunística |
| | g) | Área de Caza y Pesca |
| | h) | Bosque Protector |
| | i) | Reserva Geobotánica |
| | i) | Reserva Geobotánica |
| 2.1. Históricas | a) | Arquitectura |
| | | Civil |
| | | Religiosa |
| | | Militar |

| | | | |
|--------------------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|
| 2. Manifestaciones culturales | | Ciudades | |
| | | Sectores | |
| | | Conjuntos parciales | |
| | | c) Minas Antiguas | |
| | | d) Sitios Arqueológicos | |
| | | Zonas arqueológicas | |
| | | Conjuntos Aislados | |
| | | e) Museos | |
| | | Religiosos | |
| | | Coloniales | |
| | | Arqueológicos | |
| | | Históricos | |
| | | Técnicos | |
| | | Artísticos | |
| | | Generales | |
| | | Etnográficos | |
| | | f) Colecciones | |
| | | Particulares | |
| | 2.2. Etnografía | a) | Grupos étnicos |
| | | b) | Arquitectura vernácula |

| | |
|--|--------------------------------|
| | c) Manifestaciones religiosas, |
| | tradiciones y creencias |
| | populares |
| | d) Música y danza |
| | e) Artesanías |
| | Instrumentos musicales |
| | Tejidos, indumentaria |
| | Máscara |
| | Alfarería |
| | Metales |
| | Cueros Pielés |
| | Madera |
| | Piedras |
| | Tejidos en paja |
| | Objetos rituales |
| | Pintura |
| | Imaginería |
| | Armas |

| | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| | f) Ferias y mercados |
| | g) Comidas y bebidas típicas |
| | h) Chamanismo |
| 2.3. Realizaciones | a) Museos contemporáneos |
| Técnicas | |
| Científicas y artísticas | b) Obras de arte |
| contemporáneas | c) Pintura |
| | d) Escultura |
| | e) Galería |
| | f) Explotaciones mineras |
| | g) Explotaciones |
| | h) Explotaciones agropecuarias |
| | industriales |
| | i) Obras técnicas |
| | j) Centros científicos y técnicos |
| | Zoológicos y acuarios |

| | | |
|-----------------------------|----|-----------------------|
| | | Jardines botánicos |
| | | Bibliotecas |
| | | Viveros-Orquidearios |
| | | Explotación Piscícola |
| 2.4. Acontecimientos | a) | Artísticos |
| Programados | b) | Fiestas |
| | c) | Vida nocturna |
| | d) | Gastronomía |
| | e) | Rodeos |
| | f) | Feria y Congreso |
| | g) | Eventos deportivos |

Fuente: Ministerio de Turismo, Gerencia Nacional de Recursos Turísticos, 2004.

Anexo # 9. Cuadro de características de los atractivos turísticos

| CATEGORÍAS | TIPOS | SUBTIPOS |
|---------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. Sitios Naturales | 1.1. Montañas | a) Altura y morfología |
| | | b) Flora y fauna (biodiversidad) |
| | | c) Descripción del paisaje |
| | | d) Nieves perpetuas |
| | | e) Dimensión de cráteres |
| | | f) Formación geológica |
| | 1.2. Planicies | a) Área y morfología |
| | | b) Flora y fauna (biodiversidad) |
| | | c) Descripción del paisaje |
| | 1.3. Desiertos | a) Área y morfología |
| | | b) Ubicación |
| | | c) Flora y Fauna |
| | | d) Endemismos |
| | | e) Paisaje |
| | 1.4. Ambientes Lacustres | a) Origen |

| | |
|------------------|--|
| | b) Dimensiones |
| | c) Calidad del agua, color, temperatura, transparencia. |
| | d) Flora y fauna (biodiversidad) |
| | e) Descripción del paisaje |
| | f) Descripción de riberas |
| | g) Islas existentes |
| | h) Actividades varias |
| | i) Muelles |
| 1.5. Ríos | a) Tamaño (ancho en el lugar de interés) |
| | b) Calidad del agua (color, temperatura y transparencia) |
| | c) Flora y fauna (biodiversidad) |
| | d) Descripción del paisaje |
| | e) Descripción de sus riberas |

| | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| | f) Islas existentes |
| | g) Actividades varias |
| | h) Puentes y puertos |
| | i) Navegabilidad |
| | j) Rápidos |
| | k) Cañones |
| | l) Pongos |
| | m) Vados |
| 1.6 Bosques | a) Ubicación |
| | b) Extensión |
| | c) Densidad |
| | d) Estructura |
| | e) Altura |
| | f) Diversidad de especies |
| | g) Diversidad de fauna asociada |
| | h) Diversidad de epifitas |
| | j) Cuerpos de agua asociados |
| 1.7 Aguas Subterráneas | a) Origen |
| | b) Calidad del agua (color, |

| | |
|---|---|
| | temperatura y transparencia, minerales en disolución) |
| | c) Propiedad de las aguas |
| | d) Descripción del paisaje |
| 1.8 Fenómenos espeleológicos | a) Dimensiones y conformación Geológica |
| | b) Minerales predominantes |
| | c) Longitudes recorribles sin peligro |
| | d) Facilidades de visita: (equipos, luz, guía, etc.) |
| 1.9 Fenómenos geológicos | a) Dimensiones y conformación Geológica |
| | b) Descripción del fenómeno |
| | c) Facilidades de visita |
| | d) Características sobresalientes |
| 1.10. Costas o litorales | a) Dimensiones |

| | |
|--------------------------------|--|
| | b) Calidad del agua |
| | c) Flora y fauna (biodiversidad) |
| | d) Descripción del paisaje |
| | e) Islas existentes |
| | f) Actividades agropecuarias |
| | g) Ancho de sus playas |
| | h) Islas existentes |
| | i) Calidad de la arena |
| | j) Presencia de dunas |
| 1.11. Ambientes Marinos | a) Descripción del fenómeno |
| | b) Dimensiones y conformación geológica |
| | c) Características sobresalientes |
| 1.12. Tierras Insulares | a) Dimensiones y morfología |
| | b) Calidad del agua |
| | c) Oleaje, mareas |

| | | |
|--|-------------------------------|--|
| | | d) Temperatura ambiente |
| | | e) Playas (dimensiones y calidad de la arena u otro tipo de suelo) |
| | | f) Flora y fauna marinas |
| | | g) Puertos |
| | 1.13. Sistema de Áreas | a) Extensión |
| | Protegidas | b) Biodiversidad |
| | | c) Descripción general del tipo de paisaje |
| | | d) Atractivos individuales que lo conforman |
| | | e) Permisos y restricciones |
| | | f) Estaciones científicas |
| | | Existentes |
| | | g) Centros de interpretación |
| | | g) Centros de interpretación |
| | 2.1. Históricas | a) Estilo |
| | | b) Conservación del estilo |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| | | c) Estilo del entorno |
| | | d) Época de construcción |
| | | e) Colecciones al interior |
| 2. Manifestaciones culturales | | g) Estado de conservación |
| | | h) Distribución espacial |
| | | i) Materiales utilizados |
| | | j) Muestras relevantes, |
| | | k) Clasificación de la muestra |
| | | l) Objetos arqueológicos |
| | | m) Cerámica |
| | | n) Orfebrería |
| | | o) Textiles |
| | | p) Lítica |
| | | q) Objetos varios (armas, documentos, fotografías, instrumentos musicales) |
| | | r) Restos fósiles |
| | | s) Artes plásticas (pintura, escultura, tallado) |
| | | t) Decoración |

| | | |
|--|-------------------------------------|--|
| | | u) Mobiliario |
| | | v) Objetos varios (armas, documentos, fotografías, instrumentos musicales) |
| | 2.2. Etnografía | |
| | 2.2.1 Arquitectura Vernácula | a) Características formales y técnicas |
| | | b) Distribución espacial |
| | | c) Conservación de las formas técnicas |
| | | d) Materiales utilizados |
| | | e) Integración el entorno |
| | | f) Proceso de construcción |
| | 2.2.2 Grupos Étnicos | a) Aspectos notables de sus costumbres |
| | | b) Actividades económicas que desarrollan |
| | | c) Tipos de construcción y materiales utilizados |
| | | d) Comidas y bebidas |
| | | Tradicionales |

| | |
|--|---|
| | e) Mitos y leyendas |
| | f) Principales fiestas |
| | g) Artesanías |
| | h) Indumentaria |
| | i) Origen |
| 2.2.3 Manifestaciones Religiosas, tradicionales y creencias | a) Motivación y época del acontecimiento |
| | b) Oportunidad de presenciarlos |
| | c) Descripción del evento |
| | d) Vestuario |
| | e) Estado de conservación de la tradición |
| 2.2.4 Música y Danza | a) Lugar y época del acontecimiento |
| | b) Oportunidad de presenciarlos |
| | c) Estado de conservación de la tradición |
| | d) Descripción del evento |

| | |
|---|--|
| | e) Indumentaria |
| | f) Instrumentos |
| 2.2.5 Artesanía | a) Procedencia |
| | b) Lugar y venta |
| | c) Calidad del producto |
| | d) Volumen de productos y ventas. |
| | e) Materiales utilizados |
| | f) Persona que elabora |
| 2.2.6 Ferias y Mercados | a) Lugar y fecha (día) |
| | b) Variedad de los productos |
| | c) Instalaciones existentes |
| | d) Grupos participantes |
| | e) Tipos de productos |
| | variedad |
| 2.2.7 Comidas y bebidas producto | a) Calidad y presentación del producto |
| | b) Instalaciones existente |
| | c) Forma de preparación |
| | d) Especialidad |

| | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| | e) Ingredientes |
| 2.2.8 Chamanismo | a) Descripción del ritual |
| | b) Plantas y drogas utilizadas |
| | c) Vestimenta |
| | d) Oportunidad de presenciarlo |
| | e) Lugar y grupo étnico |
| 2.3. Realizaciones Técnicas, | Para los 5 subtipos: 2.3.1-2.3.5 |
| Científicas y Artísticas | a) Tipo de colección |
| Contemporáneas | b) pureza de colección |
| 2.3.1 Museos | c) Estado de Conservación |
| 2.3.2 Obras de arte | d) Muestras relevantes |
| 2.3.3 Pintura | e) Materiales utilizado |
| 2.3.4 Escultura | f) Época de realización |
| 2.3.5 Galería | g) Ubicación de la ciudad |
| | h) Clasificación de las muestras |
| 2.3.6 Explotaciones | a) Área |

| | | |
|--|--|-----------------------------------|
| | mineras, Agropecuarias e industriales | |
| | | b) Descripción del paisaje |
| | | c) Productos y materiales |
| | | d) Instalaciones existentes |
| | | e) Forma de explotación |
| | 2.3.7 Obras Técnicas | a) Clase de obra |
| | | b) Utilidad |
| | | c) Estilo de construcción |
| | | d) Área de construcción |
| | | e) Área de influencia |
| | | f) Distribución espacial |
| | | g) Materiales de construcción |
| | | h) Sistemas constructivos |
| | 2.3.8 Centros Científicos | a) Actividades que se desarrollan |
| | | b) Instalaciones existentes |
| | | c) Objetivos y metas |
| | 2.4. Acontecimientos Programados | |

| | | |
|--|---------------------------------|--|
| | 2.4.1 Artísticos | |
| | 2.4.2 Deportivos | a) Lugar y realización |
| | | b) Periodicidad |
| | | c) Instalaciones existentes |
| | | d) Calidad de vestuario y escenario |
| | 2.4.3 Fiestas | |
| | 2.4.4 Rodeos | a) Motivación |
| | | b) Periodicidad |
| | | c) Lugar de realización |
| | | d) Descripción de programas |
| | | e) Participación |
| | 2.4.5 Ferias y Congresos | a) Calidad y presentación |
| | | b) Periodicidad |
| | | c) Tipos de productos |
| | | d) Calidad de las instalaciones |
| | | e) Motivación |
| | | f) Participación |
| | 2.4.6 Gastronomía | a) Calidad y presentación |

| | | |
|--|--|-----------------------------|
| | | del producto |
| | | b) Instalaciones existentes |
| | | c) Forma de presentación |
| | | d) Especialidad |
| | | e) Ingredientes |

Fuente: Ministerio de Turismo, Gerencia Nacional de Recursos Turísticos,

2004.

Anexo # 10. Obra civil

| OBRA CIVIL | CANTIDAD | MEDIDAS | VALOR UNIT. | VALOR TOTAL | TOTAL |
|--------------------------------|----------|----------------|--------------|--------------|--------------------|
| OBRAS PRELIMINARES | | | | | |
| Terreno | 2 | Has | \$ 15,000.00 | \$ 30,000.00 | |
| Limpieza de terreno y desalojo | 1 | M ² | \$ 1,000.00 | \$ 1,000.00 | |
| Trazado y Replanteo | 1 | M ² | \$ 60.00 | \$ 60.00 | |
| Registro catastral | 1 | | \$ 15.00 | \$ 15.00 | |
| Instalaciones (agua, luz) | 1 | | \$ 1,000.00 | \$ 1,000.00 | |
| Permiso Sanitario | 1 | | \$ 100.00 | \$ 100.00 | |
| SUBTOTAL | | | | | \$32,175.00 |

| | | | | | |
|-----------------------------|---|--|-----------|-----------|------------------|
| MOVIMIENTO DE TIERRA | | | | | |
| Excavación para cimientos | 1 | | \$ 150.00 | \$ 150.00 | |
| Relleno Compactado | 1 | | \$ 300.00 | \$ 300.00 | |
| SUBTOTAL | | | | | \$ 450.00 |

| | | | | | |
|--------------------|-----|--|----------|--------------|--------------------|
| ESTRUCTURAS | | | | | |
| Pilares de Caña | 30 | | \$ 30.00 | \$ 900.00 | |
| Columnas de Caña | 600 | | \$ 30.00 | \$ 18,000.00 | |
| SUBTOTAL | | | | | \$18,900.00 |

Continuación Anexo # 10. Obra Civil

| | | | |
|-----------------|---|----------|--------------------|
| Paredes | 8 | \$ 75.00 | \$ 600.00 |
| Puertas | 2 | \$ 40.00 | \$ 320.00 |
| Ventanas | 4 | \$ 50.00 | \$ 400.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 1,320.00 |

| | | | |
|---------------------------------|---|----------|------------------|
| INSTALACIONES SANITARIAS | | | |
| Lavamanos | 2 | \$ 40.00 | \$ 80.00 |
| Lavaderos de cocina | 2 | \$ 60.00 | \$ 120.00 |
| Puntos de agua | 2 | \$ 40.00 | \$ 80.00 |
| Puntos de agua servida | 2 | \$ 40.00 | \$ 80.00 |
| Caja de registro | 1 | \$ 25.00 | \$ 25.00 |
| Sanitarios | 2 | \$ 80.00 | \$ 160.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 545.00 |

| | | | |
|---------------------------------|---|-----------|------------------|
| INSTALACIONES ELECTRICAS | | | |
| Puntos de luz | 1 | \$ 300.00 | \$ 300.00 |
| Tomacorrientes | 6 | \$ 85.00 | \$ 510.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 810.00 |

| | | | |
|---|---|-----------|------------------|
| PARQUEADERO | | | |
| Área de 150 mts Piedra chispa (8 cms de altura) | 1 | \$ 350.00 | \$ 350.00 |
| SUBTOTAL | | | \$ 350.00 |

Continuación Anexo # 10. Obra Civil

| | | | | | |
|----------------------------|---|--|-------------|--------------|-------------------|
| OFICINA DE GERENCIA | | | | | |
| Construcción | 1 | | \$ 2,000.00 | \$ 20,000.00 | |
| SUBTOTAL | | | | | \$2,000.00 |

| | | | | | |
|-----------------|---|--|-------------|-------------|-------------------|
| BODEGAS | | | | | |
| Canyoning | 2 | | \$ 1,000.00 | \$ 60.00 | |
| Tubbing | 2 | | \$ 1,000.00 | \$ 60.00 | |
| Rafting | 2 | | \$ 1,000.00 | \$ 2,000.00 | |
| Kayaking | 2 | | \$ 1,000.00 | \$ 2,000.00 | |
| Horse riding | 2 | | \$ 1,000.00 | \$ 2,000.00 | |
| Techo de Cade | 1 | | \$ 2,000.00 | \$ 150.00 | |
| SUBTOTAL | | | | | \$6,270.00 |

| | | | | | |
|------------------------|---|--|-----------|-----------|-----------------|
| ZONA DE CAMPING | | | | | |
| Antorchas | 6 | | \$ 10.00 | \$ 60.00 | |
| Relleno Compactado | 1 | | \$ 300.00 | \$ 300.00 | |
| SUBTOTAL | | | | | \$360.00 |

| | | | | | |
|--|--|--|--|-------------|-------------|
| Otras Construcciones y Materiales | | | | | |
| Varios | | | | \$ 8,000.00 | \$ 7,000.00 |

| | | | | | |
|-------------------------|--|--|--|--|--------------------|
| TOTAL OBRA CIVIL | | | | | \$70,180.00 |
|-------------------------|--|--|--|--|--------------------|

Anexo # 11. Equipos y mobiliario

| EQUIPOS Y MOBILIARIO | CANTIDAD | VALOR UNIT. | TOTAL |
|--|----------|-------------|-------------------|
| CENTRO DE INFORMACION | | | |
| Computadora | 1 | \$ 400.00 | \$ 400.00 |
| Escritorio | 1 | \$ 100.00 | \$ 100.00 |
| Celular | 1 | \$ 300.00 | \$ 300.00 |
| Silla de Asistente Cliente | 1 | \$ 20.00 | \$ 20.00 |
| Sillas para clientes | 2 | \$ 15.00 | \$ 30.00 |
| SUBTOTAL | | | \$850.00 |
| SALA DE ESTAR | | | |
| Hamacas | 6 | \$ 9.00 | \$ 54.00 |
| 1 Mesa de Billar | 1 | \$ 1,200.00 | \$ 1,200.00 |
| Mesa de Centro | 1 | \$ 30.00 | \$ 30.00 |
| SUBTOTAL | | | \$1,284.00 |
| OFICINA DE GERENCIA | | | |
| Computadora | 2 | \$ 400.00 | \$ 800.00 |
| Impresora multifunción (Scanner, telefax, copiadora) | 1 | \$ 170.00 | \$ 170.00 |
| Celulares | 3 | \$ 100.00 | \$ 300.00 |
| Archivador | 1 | \$ 50.00 | \$ 50.00 |
| Escritorio | 2 | \$ 50.00 | \$ 100.00 |
| Sillas para Gerente y Jefe de Mktg y Ventas | 2 | \$ 20.00 | \$ 40.00 |
| Sillas para clientes | 2 | \$ 15.00 | \$ 30.00 |
| SUBTOTAL | | | \$1,490.00 |

Continuación de Anexo # 11. Equipos y mobiliario

| | | | | | |
|----------------------------|----|-----------|-----------|--|--------------------|
| EQUIPOS DEPORTIVOS | | | | | |
| CANYOING | | | | | |
| Cascos | 5 | \$ 111.00 | \$ 555.00 | | |
| Mosquetones Petzl | 18 | \$ 30.00 | \$ 540.00 | | |
| Mosqueton Petzl con seguro | 1 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | | |
| Cautino | 1 | \$ 20.00 | \$ 20.00 | | |
| Cuerda 30 metros | 30 | \$ 5.00 | \$ 150.00 | | |
| Cuerda 50 metros | 50 | \$ 5.00 | \$ 250.00 | | |
| Cuerda 90 metros | 90 | \$ 5.00 | \$ 450.00 | | |
| Arnéses para Canyonying | 5 | \$ 125.00 | \$ 625.00 | | |
| Linterna | 1 | \$ 51.00 | \$ 51.00 | | |
| Maleta dry bag | 1 | \$ 55.00 | \$ 55.00 | | |
| SUBTOTAL | | | | | \$ 2,711.00 |
| RAFTING | | | | | |
| Botes | 3 | \$ 140.00 | \$ 420.00 | | |
| Balsas | 3 | \$ 320.00 | \$ 960.00 | | |
| Motor de las Embarcaciones | 1 | \$ 170.00 | \$ 170.00 | | |
| Cascos | 3 | \$ 111.00 | \$ 333.00 | | |
| Chalecos Salvavidas | 3 | \$ 20.00 | \$ 60.00 | | |
| SUBTOTAL | | | | | \$ 1,943.00 |

Continuación de Anexo # 11. Equipos y mobiliario

| | | | | | |
|--|----|-----------|-------------|--|--------------------|
| TUBBING | | | | | |
| LLantas | 5 | \$ 10.00 | \$ 50.00 | | |
| Cascos | 5 | \$ 111.00 | \$ 555.00 | | |
| Chalecos salvavidas | 5 | \$ 20.00 | \$ 100.00 | | |
| Cuerda de 20 metros. | 20 | \$ 5.00 | \$ 100.00 | | |
| SUBTOTAL | | | | | \$ 805.00 |
| CAMPING | | | | | |
| Sleeping bags | 20 | \$ 90.00 | \$ 1,800.00 | | |
| Colchonetas | 20 | \$ 40.00 | \$ 800.00 | | |
| Carpas | 3 | \$ 100.00 | \$ 300.00 | | |
| GPS | 1 | \$ 150.00 | \$ 150.00 | | |
| SUBTOTAL | | | | | \$ 3,050.00 |
| GUIANZA (INCLUYE HERRAMIENTAS PR. AUXILIOS) | | | | | |
| Tensiómetro | 1 | \$ 40.00 | \$ 40.00 | | |
| Walkie talking | 4 | \$ 50.00 | \$ 200.00 | | |
| Botiquin | 1 | \$ 15.00 | \$ 15.00 | | |
| SUBTOTAL | | | | | \$ 255.00 |
| BAR | | | | | |
| Juego de Mesa y sillas para 6 pax | 2 | \$ 80.00 | \$ 160.00 | | |
| Vajilla para 4 pax | 6 | \$ 10.00 | \$ 60.00 | | |
| Vasos | 25 | \$ 0.60 | \$ 15.00 | | |
| Set de cubiertos 4 pax | 6 | \$ 2.00 | \$ 12.00 | | |
| Redondel para pasar pedidos | 3 | \$ 5.00 | \$ 15.00 | | |
| SUBTOTAL | | | | | \$ 262.00 |

Continuación de Anexo # 11. Equipos y mobiliario

| SEÑALIZACIÓN | | | | |
|-------------------------|---|----------|----------|-----------------|
| Letrero Principal | 1 | \$ 80.00 | \$ 80.00 | |
| Letrero Área de Camping | 1 | \$ 25.00 | \$ 25.00 | |
| Letrero Baños | 2 | \$ 15.00 | \$ 30.00 | |
| SUBTOTAL | | | | \$135.00 |

| | |
|------------------------------------|--------------------|
| TOTAL EQUIPOS Y MOBILIARIOS | \$12,785.00 |
|------------------------------------|--------------------|

Anexo # 12. Depreciación de Equipos y mobiliario

| EQUIPOS Y MOBILIARIO | CANT. | VALOR UNIT. | TOTAL | PORCENTAJE | DEPRECIACION ANUAL | | | | | TOTAL | |
|---|-------|-------------|-------------------|------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|--|
| | | | | | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | | |
| CENTRO DE INFORMACION | | | | | | | | | | | |
| Computadora | 1 | \$400.00 | \$400.00 | 0.33 | \$132.00 | \$132.00 | \$132.00 | \$132.00 | \$132.00 | \$660.00 | |
| Escritorio | 1 | \$100.00 | \$100.00 | 0.10 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$50.00 | |
| Celular | 1 | \$300.00 | \$300.00 | 0.10 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$150.00 | |
| Silla de Asistente Cliente | 1 | \$20.00 | \$20.00 | 0.10 | \$2.00 | \$2.00 | \$2.00 | \$2.00 | \$2.00 | \$10.00 | |
| Sillas para clientes | 2 | \$15.00 | \$30.00 | 0.10 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$15.00 | |
| SUBTOTAL | | | \$850.00 | | \$177.00 | \$177.00 | \$177.00 | \$177.00 | \$177.00 | \$885.00 | |
| SALA DE ESTAR | | | | | | | | | | | |
| Hamacas | 6 | \$9.00 | \$54.00 | 0.10 | \$5.40 | \$5.40 | \$5.40 | \$5.40 | \$5.40 | \$27.00 | |
| 1 Mesa de Billar | 1 | \$1,200.00 | \$1,200.00 | 0.10 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$120.00 | \$600.00 | |
| Mesa de Centro | 1 | \$30.00 | \$30.00 | 0.10 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$15.00 | |
| SUBTOTAL | | | \$1,284.00 | | \$128.40 | \$128.40 | \$128.40 | \$128.40 | \$128.40 | \$642.00 | |
| OFICINA DE GERENCIA | | | | | | | | | | | |
| Computadora | 2 | \$400.00 | \$800.00 | 0.33 | \$264.00 | \$264.00 | \$264.00 | \$264.00 | \$264.00 | \$1,320.00 | |
| Impresora Multifunción | 1 | \$170.00 | \$170.00 | 0.33 | \$56.10 | \$56.10 | \$56.10 | \$56.10 | \$56.10 | \$280.50 | |
| Celulares | 3 | \$100.00 | \$300.00 | 0.10 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$30.00 | \$150.00 | |
| Archivador | 1 | \$50.00 | \$50.00 | 0.10 | \$5.00 | \$5.00 | \$5.00 | \$5.00 | \$5.00 | \$25.00 | |
| Escritorio | 2 | \$50.00 | \$100.00 | 0.10 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$50.00 | |
| Sillas para Gerente y Jefe de Mktg y Ventas | 2 | \$20.00 | \$40.00 | 0.10 | \$4.00 | \$4.00 | \$4.00 | \$4.00 | \$4.00 | \$20.00 | |
| Sillas para clientes | 2 | \$15.00 | \$30.00 | 0.10 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$3.00 | \$15.00 | |
| SUBTOTAL | | | \$1,490.00 | | \$372.10 | \$372.10 | \$372.10 | \$372.10 | \$372.10 | \$1,860.50 | |

Continuación de Anexo # 12. Depreciación de Equipos y mobiliario

| EQUIPOS DEPORTIVOS | | | | | | | | | | |
|----------------------------|---|----------|-------------------|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| CANYOYING | | | | | | | | | | |
| Cascos | 5 | \$111.00 | \$555.00 | 0.10 | \$55.50 | \$55.50 | \$55.50 | \$55.50 | \$55.50 | \$277.50 |
| Cautino | 1 | \$20.00 | \$20.00 | 0.10 | \$2.00 | \$2.00 | \$2.00 | \$2.00 | \$2.00 | \$10.00 |
| Arnéses para Canyonying | 5 | \$125.00 | \$625.00 | 0.10 | \$62.50 | \$62.50 | \$62.50 | \$62.50 | \$62.50 | \$312.50 |
| Linterna | 1 | \$51.00 | \$51.00 | 0.10 | \$5.10 | \$5.10 | \$5.10 | \$5.10 | \$5.10 | \$25.50 |
| Maleta dry bag | 1 | \$55.00 | \$55.00 | 0.10 | \$5.50 | \$5.50 | \$5.50 | \$5.50 | \$5.50 | \$27.50 |
| SUBTOTAL | | | \$1,306.00 | | \$130.60 | \$130.60 | \$130.60 | \$130.60 | \$130.60 | \$653.00 |
| RAFTING | | | | | | | | | | |
| Botes | 3 | \$140.00 | \$420.00 | 0.20 | \$84.00 | \$84.00 | \$84.00 | \$84.00 | \$84.00 | \$420.00 |
| Balsas | 3 | \$320.00 | \$960.00 | 0.20 | \$192.00 | \$192.00 | \$192.00 | \$192.00 | \$192.00 | \$960.00 |
| Motor de las Embarcaciones | 1 | \$170.00 | \$170.00 | 0.20 | \$34.00 | \$34.00 | \$34.00 | \$34.00 | \$34.00 | \$170.00 |
| Cascos | 3 | \$111.00 | \$333.00 | 0.10 | \$33.30 | \$33.30 | \$33.30 | \$33.30 | \$33.30 | \$166.50 |
| Chalecos Salvavidas | 3 | \$20.00 | \$60.00 | 0.10 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$6.00 | \$30.00 |
| SUBTOTAL | | | \$1,943.00 | | \$349.30 | \$349.30 | \$349.30 | \$349.30 | \$349.30 | \$1,746.50 |
| TUBBING | | | | | | | | | | |
| LLantas | 5 | \$10.00 | \$50.00 | 0.05 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$2.50 | \$12.50 |
| Cascos | 5 | \$111.00 | \$555.00 | 0.10 | \$55.50 | \$55.50 | \$55.50 | \$55.50 | \$55.50 | \$277.50 |
| Chalecos salvavidas | 5 | \$20.00 | \$100.00 | 0.10 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$10.00 | \$50.00 |
| Subtotal | | | \$705.00 | | \$68.00 | \$68.00 | \$68.00 | \$68.00 | \$68.00 | \$340.00 |

Anexo # 13. Porcentajes de depreciación de activos fijos

| DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS | % ANUAL |
|---|---------|
| Se aplican los siguientes porcentajes | |
| 1. Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares | 5% |
| 2. Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles | 10% |
| 3. Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil | 20% |
| 4. Equipos de cómputo y software | 33% |

Anexo # 14. Supuestos utilizados

| CIFRAS | (Expresado en Dólares) | | | |
|---|--------------------------|----------------|----------------|------------------------|
| | % de Costos sobre ventas | Costo Variable | Precio por Pax | Margen de Contribución |
| PRODUCTOS | | | | |
| CANYONING | 20% | \$4.00 | \$20.00 | \$16.00 |
| TUBBING | 20% | \$2.00 | \$10.00 | \$8.00 |
| CAMPING SOLO ESPACIO (SIN CARPA) | 20% | \$0.80 | \$4.00 | \$3.20 |
| CAMPING CON CARPA | 20% | \$2.00 | \$10.00 | \$8.00 |
| TREKKING CASCADAS | 20% | \$1.60 | \$8.00 | \$6.40 |
| TREKKING MIRADOR MIRAN ALTO | 20% | \$1.60 | \$8.00 | \$6.40 |
| TREKKING RUTA DE LOS CONTRABANDISTAS | 20% | \$1.60 | \$8.00 | \$6.40 |
| RUTA DEL AVENTURERO | 20% | \$8.00 | \$40.00 | \$32.00 |
| TREKKING AVES | 20% | \$1.60 | \$8.00 | \$6.40 |
| TREKKING ORQUÍDIAS Y MARIPOSAS | 20% | \$1.60 | \$8.00 | \$6.40 |
| TREKKING ALREDEDORES | 20% | \$1.60 | \$8.00 | \$6.40 |
| RAFTING | 20% | \$4.00 | \$20.00 | \$16.00 |
| KAYAKING | 20% | \$4.00 | \$20.00 | \$16.00 |
| EQUIPOS DEPORTIVOS | 67% | \$20.00 | \$30.00 | \$10.00 |
| FOTO DIGITAL DEL RECUERDO | 50% | \$0.50 | \$1.00 | \$0.50 |
| Inflación Proyectada (Año 2009 en adelante) | 10% | \$54.10 | \$199.00 | \$144.90 |
| Incremento proyectado en la demanda de turistas | 10% | | | |
| Tasa de crédito estimada | 12% | | | |
| Incremento del precio año 5 y 10 | 15% | | | |

Anexo # 15. Ingresos operacionales - Número de clientes por mes

| PRODUCTOS | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGOS | SEP | OCT | NOV | DIC | TOTAL | PROMEDIO MENSUAL |
|--------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-------|------------------|
| CANYONING | 50 | 80 | 50 | 80 | 80 | 50 | 80 | 90 | 50 | 80 | 50 | 50 | 790 | 66 |
| TUBBING | 40 | 70 | 40 | 70 | 70 | 40 | 70 | 80 | 40 | 70 | 40 | 40 | 670 | 56 |
| CAMPING SOLO ESPACIO (SIN CARPA) | 10 | 15 | 10 | 15 | 15 | 10 | 15 | 20 | 10 | 15 | 10 | 10 | 155 | 13 |
| CAMPING CON CARPA | 160 | 160 | 160 | 20 | 20 | 15 | 80 | 80 | 15 | 20 | 15 | 15 | 760 | 63 |
| TREKKING CASCADAS | 20 | 25 | 20 | 25 | 25 | 20 | 25 | 30 | 20 | 25 | 20 | 20 | 275 | 23 |
| TREKKING MIRADOR MIRAN ALTO | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 |
| TREKKING RUTA DE LOS CONTRABANDISTAS | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 |
| RUTA DEL AVENTURERO | 5 | 10 | 5 | 10 | 10 | 5 | 20 | 20 | 5 | 10 | 5 | 5 | 110 | 9 |
| TREKKING AVES | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 |

Continuación de Anexo # 15. Ingresos operacionales - número de clientes por mes

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| TREKKING ORQUÍDIAS Y MARIPOSAS | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 |
| TREKKING ALREDEDORES | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 60 | 5 |
| RAFTING | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 20 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 152 | 13 |
| KAYAKING EQUIPOS | 4 | 8 | 4 | 8 | 4 | 8 | 8 | 8 | 4 | 8 | 4 | 8 | 4 | 4 | 4 | 72 | 6 |
| DEPORTIVOS | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 24 | 2 |
| FOTO DIGITAL DEL RECUERDO | 20 | 40 | 20 | 40 | 20 | 40 | 40 | 50 | 50 | 40 | 20 | 40 | 20 | 20 | 20 | 400 | 33 |
| | 348 | 447 | 348 | 307 | 287 | 223 | 377 | 425 | 233 | 307 | 203 | 203 | 203 | 203 | 203 | 3,708 | 309 |

Anexo # 16. Ingresos operacionales - Número de clientes por trimestre

| PRODUCTOS | ENE- MAR | ABR- JUN | JUL- SEP | OCT- DIC | SUB- TOTAL 1ER AÑO | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| CANYONING | 180 | 210 | 220 | 180 | 790 | 869 | 956 | 1,051 | 1,157 | 1,272 | 1,400 | 1,539 | 1,693 | 1,863 |
| TUBBING | 150 | 180 | 190 | 150 | 670 | 737 | 811 | 892 | 981 | 1,079 | 1,187 | 1,306 | 1,436 | 1,580 |
| CAMPING SOLO ESPACIO (SIN CARPA) | 35 | 40 | 45 | 35 | 155 | 171 | 188 | 206 | 227 | 250 | 275 | 302 | 332 | 365 |
| CAMPING CON CARPA | 480 | 55 | 175 | 50 | 760 | 836 | 920 | 1,012 | 1,113 | 1,224 | 1,346 | 1,481 | 1,629 | 1,792 |
| TREKKING CASCADAS | 65 | 70 | 75 | 65 | 275 | 303 | 333 | 366 | 403 | 443 | 487 | 536 | 589 | 648 |
| TREKKING MIRADOR MIRAN ALTO | 15 | 15 | 15 | 15 | 60 | 66 | 73 | 80 | 88 | 97 | 106 | 117 | 129 | 141 |
| TREKKING RUTA DE LOS CONTRABANDISTAS | 15 | 15 | 15 | 15 | 60 | 66 | 73 | 80 | 88 | 97 | 106 | 117 | 129 | 141 |
| RUTA DEL AVENTURERO | 20 | 25 | 45 | 20 | 110 | 121 | 133 | 146 | 161 | 177 | 195 | 214 | 236 | 259 |
| TREKKING AVES | 15 | 15 | 15 | 15 | 60 | 66 | 73 | 80 | 88 | 97 | 106 | 117 | 129 | 141 |
| TREKKING ORQUÍDIAS Y MARIPOSAS | 15 | 15 | 15 | 15 | 60 | 66 | 73 | 80 | 88 | 97 | 106 | 117 | 129 | 141 |
| TREKKING ALREDEDORES | 15 | 15 | 15 | 15 | 60 | 66 | 73 | 80 | 88 | 97 | 106 | 117 | 129 | 141 |
| RAFTING | 36 | 36 | 44 | 36 | 152 | 167 | 184 | 202 | 223 | 245 | 269 | 296 | 326 | 358 |

Continuación de Anexo # 16. Ingresos operacionales - Número de clientes por trimestre

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| KAYAKING | 16 | 20 | 20 | 16 | 72 | 79 | 87 | 96 | 105 | 116 | 128 | 140 | 154 | 170 |
| EQUIPOS DEPORTIVOS | 6 | 6 | 6 | 6 | 24 | 26 | 29 | 32 | 35 | 39 | 43 | 47 | 51 | 57 |
| FOTO DIGITAL DEL RECUERDO | 80 | 100 | 140 | 80 | 400 | 440 | 484 | 532 | 586 | 644 | 709 | 779 | 857 | 943 |
| | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL TURISTAS | 1,143 | 817 | 1,035 | 713 | 3,708 | 4,079 | 4,487 | 4,935 | 5,429 | 5,972 | 6,569 | 7,226 | 7,948 | 8,743 |

Anexo # 17. Ingresos operacionales precios por servicios - Expresado en dólares

| PRODUCTOS | ENE- MAR | ABR- JUN | JUL- SEP | OCT- DIC | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| CANYONING | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 21.94 | 24.06 | 26.40 | 32.91 | 36.10 | 39.60 | 43.44 | 47.65 | 59.41 |
| TUBBING | 10.00 | 10.00 | 10.00 | 10.00 | 10.00 | 10.97 | 12.03 | 13.20 | 16.46 | 18.05 | 19.80 | 21.72 | 23.82 | 29.71 |
| CAMPING SOLO ESPACIO (SIN CARPA) | 4.00 | 4.00 | 4.00 | 4.00 | 4.00 | 4.39 | 4.81 | 5.28 | 6.58 | 7.22 | 7.92 | 8.69 | 9.53 | 11.88 |
| CAMPING CON CARPA | 10.00 | 10.00 | 10.00 | 10.00 | 10.00 | 10.97 | 12.03 | 13.20 | 16.46 | 18.05 | 19.80 | 21.72 | 23.82 | 29.71 |
| TREKKING CASCADAS | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.78 | 9.63 | 10.56 | 13.17 | 14.44 | 15.84 | 17.37 | 19.06 | 23.76 |
| TREKKING MIRADOR MIRAN ALTO | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.78 | 9.63 | 10.56 | 13.17 | 14.44 | 15.84 | 17.37 | 19.06 | 23.76 |
| TREKKING RUTA DE LOS CONTRABANDISTAS | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.78 | 9.63 | 10.56 | 13.17 | 14.44 | 15.84 | 17.37 | 19.06 | 23.76 |
| RUTA DEL AVENTURERO | 30.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 43.88 | 48.13 | 52.79 | 65.83 | 72.20 | 79.20 | 86.87 | 95.29 | 118.82 |
| TREKKING AVES | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.78 | 9.63 | 10.56 | 13.17 | 14.44 | 15.84 | 17.37 | 19.06 | 23.76 |
| TREKKING ORQUÍDIAS Y MARIPOSAS | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.78 | 9.63 | 10.56 | 13.17 | 14.44 | 15.84 | 17.37 | 19.06 | 23.76 |
| TREKKING ALREDEDORES | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.00 | 8.78 | 9.63 | 10.56 | 13.17 | 14.44 | 15.84 | 17.37 | 19.06 | 23.76 |
| RAFTING | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 21.94 | 24.06 | 26.40 | 32.91 | 36.10 | 39.60 | 43.44 | 47.65 | 59.41 |
| KAYAKING | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 20.00 | 21.94 | 24.06 | 26.40 | 32.91 | 36.10 | 39.60 | 43.44 | 47.65 | 59.41 |

Continuación de Anexo # 17. Ingresos operacionales precios por servicios - Expresado en dólares

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| EQUIPOS DEPORTIVOS | 30.00 | 30.00 | 30.00 | 30.00 | 30.00 | 30.00 | 32.91 | 36.10 | 39.59 | 49.37 | 54.15 | 59.40 | 65.16 | 71.47 | 89.12 |
| FOTO DIGITAL DEL RECUERDO | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.10 | 1.20 | 1.32 | 1.65 | 1.81 | 1.98 | 2.17 | 2.38 | 2.97 | |
| | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| TOTAL | 193 | 203 | 203 | 203 | 203 | 203 | 223 | 244 | 268 | 334 | 366 | 402 | 441 | 484 | 603 |

**Anexo # 18. Ingresos operacionales mensuales. Numero de clientes * precios por servicios
(Expresado en dólares)**

| PRODUCTOS | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGOS | SEP | OCT | NOV | DIC |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| CANYONING | 1,000.00 | 1,600.00 | 1,000.00 | 1,600.00 | 1,600.00 | 1,000.00 | 1,600.00 | 1,800.00 | 1,000.00 | 1,600.00 | 1,000.00 | 1,000.00 |
| TUBBING | 400.00 | 700.00 | 400.00 | 700.00 | 700.00 | 400.00 | 700.00 | 800.00 | 400.00 | 700.00 | 400.00 | 400.00 |
| CAMPING SOLO ESPACIO (SIN CARPA) | 40.00 | 60.00 | 40.00 | 60.00 | 60.00 | 40.00 | 60.00 | 80.00 | 40.00 | 60.00 | 40.00 | 40.00 |
| CAMPING CON CARPA | 1,600.00 | 1,600.00 | 1,600.00 | 200.00 | 200.00 | 150.00 | 800.00 | 800.00 | 150.00 | 200.00 | 150.00 | 150.00 |
| TREKKING CASCADAS | 160.00 | 200.00 | 160.00 | 200.00 | 200.00 | 160.00 | 200.00 | 240.00 | 160.00 | 200.00 | 160.00 | 160.00 |
| TREKKING MIRADOR MIRAN ALTO | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| TREKKING RUTA DE LOS CONTRABANDISTAS | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| RUTA DEL AVENTURERO | 150.00 | 300.00 | 150.00 | 400.00 | 400.00 | 200.00 | 800.00 | 800.00 | 200.00 | 400.00 | 200.00 | 200.00 |
| TREKKING AVES | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| TREKKING ORQUIDIAS Y MARIPOSAS | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| TREKKING ALREDEDORES | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 | 40.00 |
| RAFTING | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 400.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 |
| KAYAKING | 80.00 | 160.00 | 80.00 | 160.00 | 160.00 | 80.00 | 160.00 | 160.00 | 80.00 | 160.00 | 80.00 | 80.00 |
| EQUIPOS DEPORTIVOS | 20 | 40 | 20 | 40 | 20 | 40 | 40 | 50 | 50 | 40 | 20 | 20 |
| FOTO DIGITAL DEL RECUERDO | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 | 60.00 |
| TOTAL | 3,950 | 5,160 | 3,950 | 3,860 | 3,840.00 | 2,570.00 | 4,860.00 | 5,390.00 | 2,580.00 | 3,860.00 | 2,550.00 | 2,550.00 |

Anexo # 19. Ingresos operacionales anuales - Número de clientes * Precios por servicios / productos. (Expresado en dólares)

| PRODUCTOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|
| CANYONING | 15,800.00 | 19,064.12 | 23,002.58 | 27,754.68 | 38,068.04 | 45,932.52 | 55,421.72 | 66,871.29 | 80,686.23 | 110,668.43 |
| TUBBING | 6,700.00 | 8,084.15 | 9,754.26 | 11,769.39 | 16,142.78 | 19,477.71 | 23,501.62 | 28,356.81 | 34,215.05 | 46,929.02 |
| CAMPING SOLO ESPACIO (SIN CARPA) | 620.00 | 748.09 | 902.63 | 1,089.11 | 1,493.81 | 1,802.42 | 2,174.78 | 2,624.06 | 3,166.17 | 4,342.69 |
| CAMPING CON CARPA | 7,600.00 | 9,170.08 | 11,064.53 | 13,350.35 | 18,311.21 | 22,094.12 | 26,658.55 | 32,165.94 | 38,811.10 | 53,232.92 |
| TREKKING CASCADAS | 2,200.00 | 2,654.50 | 3,202.89 | 3,864.58 | 5,300.61 | 6,395.67 | 7,716.95 | 9,311.19 | 11,234.79 | 15,409.53 |
| TREKKING MIRADOR MIRAN ALTO | 480.00 | 579.16 | 698.81 | 843.18 | 1,156.50 | 1,395.42 | 1,683.70 | 2,031.53 | 2,451.23 | 3,362.08 |
| TREKKING RUTA DE LOS CONTRABANDISTAS | 480.00 | 579.16 | 698.81 | 843.18 | 1,156.50 | 1,395.42 | 1,683.70 | 2,031.53 | 2,451.23 | 3,362.08 |
| RUTA DEL AVENTURERO | 4,400.00 | 5,309.00 | 6,405.78 | 7,729.15 | 10,601.23 | 12,791.34 | 15,433.90 | 18,622.39 | 22,469.58 | 30,819.06 |
| TREKKING AVES | 480.00 | 579.16 | 698.81 | 843.18 | 1,156.50 | 1,395.42 | 1,683.70 | 2,031.53 | 2,451.23 | 3,362.08 |
| TREKKING ORQUÍDIAS Y MARIPOSAS | 480.00 | 579.16 | 698.81 | 843.18 | 1,156.50 | 1,395.42 | 1,683.70 | 2,031.53 | 2,451.23 | 3,362.08 |
| TREKKING ALREDEDORES | 480.00 | 579.16 | 698.81 | 843.18 | 1,156.50 | 1,395.42 | 1,683.70 | 2,031.53 | 2,451.23 | 3,362.08 |

Continuación de Anexo # 19. Ingresos operacionales anuales - Número de clientes * Precios por servicios / productos. (Expresado en dólares)

| | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| RAFTING | 3,040.00 | 3,668.03 | 4,425.81 | 5,340.14 | 7,324.48 | 8,837.65 | 10,663.42 | 12,866.38 | 15,524.44 | 21,293.17 |
| KAYAKING | 1,440.00 | 1,737.49 | 2,096.44 | 2,529.54 | 3,469.49 | 4,186.26 | 5,051.09 | 6,094.60 | 7,353.68 | 10,086.24 |
| EQUIPOS DEPORTIVOS | 400 | 483 | 582 | 703 | 964 | 1,163 | 1,403 | 1,693 | 2,043 | 2,802 |
| FOTO DIGITAL DEL RECUERDO | 720.00 | 829.26 | 955.09 | 1,100.02 | 1,266.95 | 1,267.95 | 1,268.95 | 1,269.95 | 1,270.95 | 1,271.95 |
| TOTAL | 45,320.00 | 54,643 | 65,886 | 79,446 | 108,725 | 130,926 | 157,713 | 190,033 | 229,031 | 313,665 |

Continuación de Anexo # 20. Presupuesto de costos y gastos anuales

| AMORTIZACION SUMINISTROS POR DEPORTE | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGOS | SEP | OCT | NOV | DIC | TOTAL ANUAL |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cuerda Canyonying Cascada Pequeña (30 mts) | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 6.25 | 75.00 |
| Cuerda Canyonying Cascada Mediana (50 mts) | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 10.42 | 125.00 |
| Cuerda Canyonying Cascada Pequeña (90 mts) | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 18.75 | 225.00 |
| Mosquetones Petzl | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 22.50 | 270.00 |
| Sujetadores (Mosquetones con seguro o descensores) | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 0.63 | 7.50 |
| Cuerda para Tubbing (20 mts) | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 50.00 |
| Liantas | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 4.17 | 50.00 |
| TOTAL SUMINISTROS POR DEPORTE | 66.88 | 802.50 |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | 691.58 | 871.08 | 691.58 | 676.08 | 675.08 | 482.58 | 826.08 | 904.58 | 483.08 | 676.08 | 481.58 | 481.58 | 7,940 |
| TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES | 2,649 | 2,829 | 2,649 | 2,634 | 2,633 | 2,440 | 2,784 | 2,862 | 2,441 | 2,634 | 2,439 | 2,439 | 31,431 |

Anexo # 21. Costos y gastos anuales

COSTOS Y GASTOS FIJOS

COSTOS FIJOS EXPRESADO EN DOLARES

| SUELDO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Administrador | 7679.00 | 8423.10 | 9239.29 | 10134.58 | 11116.62 | 12193.82 | 13375.40 | 14671.48 | 16093.15 | 17652.57 | 46592.59 |
| Jefe de Guianza | 3191.60 | 3500.87 | 3840.10 | 4212.21 | 4620.37 | 5068.08 | 5559.18 | 6097.86 | 6688.75 | 7336.89 | 19365.14 |
| Jefe de Marketing y Ventas | 3191.60 | 3500.87 | 3840.10 | 4212.21 | 4620.37 | 5068.08 | 5559.18 | 6097.86 | 6688.75 | 7336.89 | 19365.14 |
| Asistente al Cliente | 1396.64 | 1531.97 | 1680.42 | 1843.26 | 2021.87 | 2217.79 | 2432.69 | 2668.42 | 2925.99 | 3210.61 | 8474.16 |
| Conserje | 200.00 | 219.38 | 240.64 | 263.96 | 289.53 | 317.59 | 348.36 | 382.12 | 419.15 | 459.76 | 1213.51 |
| Total Sueldos | 15658.84 | 17176.18 | 18840.55 | 20666.20 | 22668.76 | 24965.36 | 27274.81 | 29917.74 | 32816.77 | 35996.72 | 95010.54 |

GASTOS FIJOS

| GASTOS ADMINISTRATIVOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| Consumo agua | 120.00 | 131.63 | 144.38 | 158.37 | 173.72 | 190.55 | 209.02 | 229.27 | 251.49 | 275.86 | 728.10 |
| Energía eléctrica | 600.00 | 658.14 | 721.91 | 791.87 | 868.60 | 952.77 | 1045.09 | 1146.36 | 1257.44 | 1379.29 | 3640.52 |
| Consumo Celular | 600.00 | 658.14 | 721.91 | 791.87 | 868.60 | 952.77 | 1045.09 | 1146.36 | 1257.44 | 1379.29 | 3640.52 |
| Suministros de Oficina | 120.00 | 131.63 | 144.38 | 158.37 | 173.72 | 190.55 | 209.02 | 229.27 | 251.49 | 275.86 | 728.10 |
| Suministros por Deportes | 1555.00 | 0.00 | 1555.00 | 0.00 | 1555.00 | 4665.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 4665.00 |
| Gastos de Seguros Varios para Usuarios | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 240.00 | 241.00 | 242.00 | 243.00 | 244.00 | 245.00 | 1200.00 |
| Insumos de limpieza | 600.00 | 658.14 | 721.91 | 791.87 | 868.60 | 952.77 | 1045.09 | 1146.36 | 1257.44 | 1379.29 | 3640.52 |
| Total Gastos Administrativos | 3835.00 | 2477.68 | 2717.76 | 2981.11 | 3269.98 | 3586.85 | 3934.41 | 4315.66 | 4733.84 | 5192.55 | 18242.77 |

Continuación de Anexo # 21. Costos y gastos anuales

| GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Publicidad | 480.00 | 526.51 | 577.53 | 633.49 | 694.88 | 762.21 | 836.07 | 917.09 | 1005.95 | 1103.43 | 2912.42 |
| Facturación | 600.00 | 658.14 | 721.91 | 791.87 | 868.60 | 952.77 | 1045.09 | 1146.36 | 1257.44 | 1379.29 | 3640.52 |
| Total Gastos de Comercialización | 1080.00 | 1184.65 | 1299.44 | 1425.36 | 1563.48 | 1714.98 | 1881.16 | 2063.45 | 2263.39 | 2482.72 | 6552.94 |

| GASTOS FINANCIEROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Gastos Bancarios | 60.00 | 65.81 | 72.19 | 79.19 | 86.86 | 95.28 | 104.51 | 114.64 | 125.74 | 137.93 | 364.05 |
| Gastos de Interés | 4651.06 | 5101.75 | 5596.11 | 6138.37 | 6733.18 | 7385.63 | 8101.29 | 8886.31 | 9747.39 | 10691.92 | 28220.48 |
| Total Gastos Financieros | 4711.06 | 5167.56 | 5668.30 | 6217.56 | 6820.04 | 7480.90 | 8205.80 | 9000.95 | 9873.14 | 10829.84 | 28584.53 |

| GASTOS QUE NO REQUIEREN DESEMBOLSO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------|
| Derpeciación de activos Fijos | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 7978.00 |
| Total Gastos que no requieren Desembolso | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 7978.00 |

| | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS | 26880.50 | 27601.67 | 30121.66 | 32885.84 | 35917.86 | 45626.09 | 41296.19 | 45297.79 | 49687.15 | 54501.83 | 156368.77 |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|

Continuación de Anexo # 21. Costos y gastos anuales

| COMISIONES POR DEPORTES EXTREMOS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Salario de Guía de Canyoning | 1580.00 | 1733.10 | 1901.04 | 2085.25 | 2287.31 | 2508.95 | 2752.07 | 3018.74 | 3311.26 | 3632.12 | 9586.70 |
| Salario de Guía de Tubbing | 670.00 | 734.92 | 806.14 | 884.25 | 969.94 | 1063.92 | 1167.02 | 1280.10 | 1404.14 | 1540.20 | 4065.25 |
| Salario por Mantenimiento y Limpieza Camping | 62.00 | 372.48 | 408.58 | 448.17 | 491.60 | 539.23 | 591.48 | 648.80 | 711.67 | 780.63 | 1782.83 |
| Salario por Mantenimiento y Limpieza C. Carpa | 760.00 | 833.64 | 914.42 | 1003.03 | 1100.23 | 1206.84 | 1323.78 | 1452.05 | 1592.76 | 1747.10 | 4611.33 |
| Salario de Guía de Trekking por Recorrido Casc. (1) | 220.00 | 241.32 | 264.70 | 290.35 | 318.49 | 349.35 | 383.20 | 420.33 | 461.06 | 505.74 | 1334.86 |
| Salario de Guía de Trekking por Recorrido Mirador (2) | 48.00 | 52.65 | 57.75 | 63.35 | 69.49 | 76.22 | 83.61 | 91.71 | 100.60 | 110.34 | 291.24 |
| Salario de Guía de TREKKING por Ruta Contrab. (3) | 48.00 | 52.65 | 57.75 | 63.35 | 69.49 | 76.22 | 83.61 | 91.71 | 100.60 | 110.34 | 291.24 |
| Comisión por Ruta del Aventurero | 420.00 | 460.70 | 505.34 | 554.31 | 608.02 | 666.94 | 731.56 | 802.45 | 880.21 | 965.50 | 2548.36 |
| Salario de Guía de Trekking por Producto (1) | 48.00 | 52.65 | 57.75 | 63.35 | 69.49 | 76.22 | 83.61 | 91.71 | 100.60 | 110.34 | 291.24 |
| Salario de Guía de Trekking por Producto (2) | 48.00 | 52.65 | 57.75 | 63.35 | 69.49 | 76.22 | 83.61 | 91.71 | 100.60 | 110.34 | 291.24 |
| Salario de Guía de Trekking por Producto (3) | 48.00 | 52.65 | 57.75 | 63.35 | 69.49 | 76.22 | 83.61 | 91.71 | 100.60 | 110.34 | 291.24 |
| Salario de Guía de Rafting | 304.00 | 333.46 | 365.77 | 401.21 | 440.09 | 482.73 | 529.51 | 580.82 | 637.10 | 698.84 | 1844.53 |
| Salario de Guía de Kayaking | 144.00 | 157.95 | 173.26 | 190.05 | 208.46 | 228.66 | 250.82 | 275.13 | 301.79 | 331.03 | 873.72 |
| Salarios de Vendedores | 2266.00 | 2485.58 | 2726.43 | 2990.62 | 3280.41 | 3598.28 | 3946.95 | 4329.41 | 4748.93 | 5209.11 | 13749.03 |
| TOTAL GASTOS SALARIOS | 6666.00 | 7616.41 | 8354.44 | 9163.99 | 10051.98 | 11026.01 | 12094.43 | 13266.39 | 14551.90 | 15961.98 | 41852.82 |

Continuación de Anexo # 21. Costos y gastos anuales

| COSTOS VARIABLES POR OTRAS VENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
|---|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Gasto de Venta de EQUIPOS DEPORTIVOS | 482.40 | 529.14 | 580.42 | 636.66 | 698.35 | 766.02 | 840.25 | 921.67 | 1010.98 | 1108.95 | 2926.98 |
| TOTAL | 482.40 | 529.14 | 580.42 | 636.66 | 698.35 | 766.02 | 840.25 | 921.67 | 1010.98 | 1108.95 | 2926.98 |
| AMORTIZACION SUMINISTROS POR DEPORTE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 | TOTAL |
| Cuerda Canyoning Cascada Pequeña (30 mts) | 75.00 | 82.27 | 90.24 | 98.98 | 108.57 | 119.10 | 130.64 | 143.29 | 157.18 | 172.41 | 455.07 |
| Cuerda Canyoning Cascada Mediana (50 mts) | 125.00 | 137.11 | 150.40 | 164.97 | 180.96 | 198.49 | 217.73 | 238.82 | 261.97 | 287.35 | 758.44 |
| Cuerda Canyoning Cascada Pequeña (90 mts) | 225.00 | 246.80 | 270.72 | 296.95 | 325.72 | 357.29 | 391.91 | 429.88 | 471.54 | 517.23 | 1365.20 |
| Mosquetones Petzl Sujetadores (Mosquetones con seguro) | 270.00 | 296.16 | 324.86 | 356.34 | 390.87 | 428.74 | 470.29 | 515.86 | 565.85 | 620.68 | 1638.23 |
| Cuerda para Tubbing (20 mts) | 7.50 | 8.23 | 9.02 | 9.90 | 10.86 | 11.91 | 13.06 | 14.33 | 15.72 | 17.24 | 45.51 |
| Liantas | 50.00 | 54.85 | 60.16 | 65.99 | 72.38 | 79.40 | 87.09 | 95.53 | 104.79 | 114.94 | 303.38 |
| TOTAL | 50.00 | 54.85 | 60.16 | 65.99 | 72.38 | 79.40 | 87.09 | 95.53 | 104.79 | 114.94 | 303.38 |
| AMORTIZACION SUMINISTROS POR DEPORTE | 802.50 | 880.26 | 965.56 | 1059.12 | 1161.75 | 1274.33 | 1397.81 | 1533.25 | 1681.83 | 1844.80 | 4869.20 |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | 7950.90 | 9025.82 | 9900.42 | 10859.77 | 11912.08 | 13066.36 | 14332.49 | 15721.31 | 17244.71 | 18915.72 | 49648.99 |
| TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS Y VARIABLES | 34831.40 | 36627.49 | 40022.08 | 43745.61 | 47829.94 | 58692.45 | 55628.68 | 61019.10 | 66931.85 | 73417.55 | 206017.76 |

Anexo # 22. Punto de Equilibrio

| Rubros | |
|---|--------------------|
| Gasto Fijo (costo fijo) | 24,725.50 |
| Gastos Variables | 9,128.00 |
| precio por unidad | 13.27 |
| costo por unidad | 3.61 |
| Punto de equilibrio $PE=CF/(PvX-PpX)$ | \$ 2,559.58 |

Anexo # 23. Estado de resultados y flujo de caja

| CUENTAS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 | AÑO 6 | AÑO 7 | AÑO 8 | AÑO 9 | AÑO 10 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| INGRESOS | | | | | | | | | | |
| Ventas | 45,320 | 54,643 | 65,886 | 79,446 | 108,725 | 130,926 | 157,713 | 190,033 | 229,031 | 313,665 |
| Costos de Ventas | 1,080 | 1,185 | 1,299 | 1,425 | 1,563 | 1,715 | 1,881 | 2,063 | 2,263 | 2,483 |
| Utilidad Bruta | 44,240 | 53,459 | 64,587 | 78,020 | 107,161 | 129,211 | 155,831 | 187,970 | 226,767 | 311,182 |
| Gastos Operativos | | | | | | | | | | |
| Gastos por salarios | 6,666 | 7,616 | 8,354 | 9,164 | 10,052 | 11,026 | 12,094 | 13,266 | 14,552 | 15,962 |
| Gastos por depreciación | 1,596 | 1,596 | 1,596 | 1,596 | 1,596 | 7,978 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Gastos amortización suministros deportes | 803 | 880 | 966 | 1,059 | 1,162 | 1,274 | 1,398 | 1,533 | 1,682 | 1,845 |
| Gastos Administrativos | 3,835 | 2,478 | 2,718 | 2,981 | 3,270 | 3,587 | 3,934 | 4,316 | 4,734 | 5,193 |
| Gasto de Venta de Equipos Deportivos | 482 | 529 | 580 | 637 | 698 | 766 | 840 | 922 | 1,011 | 1,109 |
| Sueldos del personal Administrativo | 15,659 | 17,176 | 18,841 | 20,666 | 22,669 | 24,865 | 27,275 | 29,918 | 32,817 | 35,997 |
| Gastos Financieros | 4,711 | 5,168 | 5,668 | 6,218 | 6,820 | 7,481 | 8,206 | 9,001 | 9,873 | 10,830 |
| Total Gastos Operativos | 33,751 | 35,443 | 38,723 | 42,320 | 46,266 | 56,977 | 53,748 | 58,956 | 64,668 | 70,935 |
| Otros Ingresos | | | | | | | | | | |
| Concesión del Bar | 960 | 1,053 | 1,155 | 1,267 | 1,390 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total Otros Ingresos | 960 | 1,053 | 1,155 | 1,267 | 1,390 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Utilidad antes de Impptos y Rep.trabaj. | 11,449 | 19,069 | 27,019 | 36,967 | 62,285 | 72,233 | 102,084 | 129,014 | 162,099 | 240,248 |
| 15% trabajadores | 1,717 | 2,860 | 4,053 | 5,545 | 9,343 | 10,835 | 15,313 | 19,352 | 24,315 | 36,037 |
| Utilidad antes de Impuesto a la Renta | 9,731 | 16,208 | 22,966 | 31,422 | 52,942 | 61,398 | 86,771 | 109,662 | 137,784 | 204,210 |
| 25% Impuesto a la Renta | 2,433 | 4,052 | 5,742 | 7,855 | 13,235 | 15,350 | 21,693 | 27,415 | 34,446 | 51,053 |
| Utilidad Neta o Pérdida del Ejercicio | 7,298 | 12,156 | 17,225 | 23,566 | 39,706 | 46,049 | 65,078 | 82,246 | 103,338 | 153,158 |

Continuación de Anexo # 23. Estado de resultados y flujo de caja

| | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| (+) Depreciación | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 1595.60 | 7978.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| (-) Amortización de deuda | 8926.16 | 9707.20 | 10556.57 | 11480.27 | 12484.80 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| (+) Amortización de equipos | 802.50 | 880.26 | 965.56 | 1059.12 | 1161.75 | 1274.33 | 1397.81 | 1533.25 | 1681.83 | 1844.80 | 1844.80 |
| FE periodo | 770.42 | 4924.96 | 9229.45 | 14740.84 | 29979.02 | 55300.94 | 66476.26 | 83779.75 | 105019.92 | 155002.62 | 155002.62 |
| -90850.20 | 770.42 | 4924.96 | 9229.45 | 14740.84 | 29979.02 | 55300.94 | 66476.26 | 83779.75 | 105019.92 | 155002.62 | 155002.62 |

| Periodo | FE |
|---------|-----------|
| 0.00 | -90735.20 |
| 1.00 | 796.15 |
| 2.00 | 4953.00 |
| 3.00 | 9260.01 |
| 4.00 | 14774.15 |
| 5.00 | 30015.32 |
| 6.00 | 53390.92 |
| 7.00 | 67553.43 |
| 8.00 | 84961.30 |
| 9.00 | 106315.95 |
| 10.00 | 156424.24 |

BIBLIOGRAFÍA

- ✍ NAREDO, José (1998). **Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible**. Ciudades para un futuro más sostenible, Madrid: artículo publicado en Internet.
- ✍ Boullón, Roberto (2006) : **Las formas del turismo y la recreación**: Ed. Trillas México
- ✍ Boullón, R.- (2000) **Planificación del Espacio turístico**. Ed. Trillas Mexico
- ✍ Boullón,R- Molina,S – (2000) **Hacia un nuevo tiempo libre**. Ed. Trillas- México
- ✍ OMT, Sancho, Amparo (2002) – **Introducción al Turismo- OMT** Madrid- España
- ✍ Montaner, Jordi (2005) – **Estructura del Mercado turístico**. Ed. Síntesis.Barcelona.
- ✍ OMT, Sancho, Amparo – (2002) **Introducción al Turismo- OMT** Madrid- España
- ✍ Montaner, Jordi – (2005) **Estructura del Mercado turístico**. Ed. Síntesis. Barcelona.
- ✍ Acerenza, Miguel – (1998) **Administración del Turismo Tomo 1** .- Ed. Trillas México