



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

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE**  
**UN ECOPARQUE DE AVENTURA EN EL SECTOR EL BATÁN,**  
**CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**Trabajo de titulación presentado para optar al grado académico de:**  
**INGENIERO EN ECOTURISMO**

**FRANKLIN OMAR LONDO GUAPI**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2016**

## Derechos de Autor de Copyright

---

©2016, Franklin Omar Londo Guapi

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

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOPARQUE DE AVENTURA EN EL SECTOR EL BATÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, de responsabilidad del señor Franklin Omar Londo Guapi, ha sido minuciosamente revisado, por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

**ING. NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA**  
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**



---

**ING. RITA SULEMA LARA VÁSCONEZ**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



---

## **Página de responsabilidad y compartir derechos**

---

Yo, Franklin Omar Londo Guapi soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.



FRANKLIN OMAR LONDO GUAPI

## **DEDICATORIA**

A mi madre Blanca, la mujer más admirable en mi mundo cuya meta todos estos años ha sido prepararnos para la vida, con sus enseñanzas en la cotidianidad de nuestro hogar junto a mis hermanos Geovanna y Willian adquirimos los principios que encaminarán nuestras vidas. Es a quienes dedico este logro, a ellos les debo tantas alegrías, les debo el compartir de la mano el gran camino de la vida, cuyas adversidades nos han fortalecido y permitido formarnos como aquellas personas que valen la pena conocer.

## **AGRADECIMIENTO**

**A mis familiares:** gracias a todos mis familiares que con sus palabras y apoyo, me impulsaron para aprovechar las oportunidades que me permitieron llegar a este día.

**A ti madre:** por haberme educado, por tu sacrificio constante, por soportar mis errores y por encaminarme hacia lo correcto. Gracias por tus consejos, tu incondicional cariño que siempre me has brindado, por cultivar e inculcar el importante valor de responsabilidad.

**A ti hermana:** por ser mi fortaleza en las decisiones familiares, por darme ánimo, apoyarme y darme tu comprensión en todo momento.

**A ti hermano:** por estar siempre conmigo en buenas y malas ideas que nos llevaron a unirnos como buenos hermanos en el camino de la vida.

A todas las personas que he conocido, de alguna manera me han mostrado con sus actitudes y valores las cosas que debería incorporar en mi vida.

## CONTENIDO

<b>I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOPARQUE DE AVENTURA EN EL SECTOR EL BATÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....</b>	<b>1</b>
<b>II.INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
A.JUSTIFICACIÓN.....	2
B.OBJETIVOS.....	4
1. Objetivo general.....	4
2. Objetivos específicos.....	4
C.HIPOTESIS.....	5
<b>III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>6</b>
A.TURISMO.....	6
B. TURISMO SOSTENIBLE.....	6
C. TURISMO DE AVENTURA.....	8
D. ECOPARQUE DE AVENTURA.....	9
E. TRABAJO EN EQUIPO.....	12
F. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	13
G. EVALUACIÓN DE LA ZONA.....	14
1. Concepto.....	14
a. Entorno físico.....	15
b. Entorno ambiental ecológico.....	15
c. Entorno social económico.....	15
H. ESTUDIO DE MERCADO.....	15
1. Generalidades.....	15
2. Análisis de la demanda.....	16
3. Análisis de la oferta.....	19
I. ESTUDIO TÉCNICO.....	20
1. Concepto.....	20
2. Zonificación.....	20
3. Planificación del diseño sustentable.....	22
4. Diseño y construcción del sendero.....	23
5. Construcción de infraestructura ecológica en áreas protegidas sendero.....	26
J. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	29
1. Marketing 3.....	29
a. Validez.....	29
b. Venue.....	29
c. Valor.....	30
b. Vogue.....	30
K. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	30
1. Determinación de actividades.....	30
2. Determinación de componentes ambientales.....	30
3. Parámetros para la evaluación de impactos ambientales.....	31

L. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	33
1. Estudio administrativo.....	33
2. Estudio legal.....	33
M. ESTUDIO ECONÓMICO.....	34
N. ESTUDIO FINANCIERO.....	35
1. Concepto.....	35
2. Indicadores de rentabilidad.....	35
<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>37</b>
A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR.....	37
1. Localización.....	37
2. Ubicación geográfica.....	37
3. Límites.....	37
4. Características climáticas.....	37
5. Clasificación ecológica.....	37
6. Materiales y equipos.....	38
B. METODOLOGÍA.....	39
1. Evaluar el potencial de la zona para la implementación del producto.....	39
2. Determinar la viabilidad técnica del producto.....	45
3. Determinar las estrategias de comercialización del producto.....	46
4. Determinar la viabilidad ambiental y social del producto.....	47
5. Determinar la viabilidad legal, administrativa del producto.....	47
6. Determinar la viabilidad económica, financiera del producto.....	48
<b>V.</b>	
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>49</b>
A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL DE LA ZONA.....	49
1. Entorno físico.....	49
2. Entorno ambiental ecológico.....	50
3. Entorno social económico.....	56
4. Estudio de mercado.....	58
B. ESTUDIO TÉCNICO.....	72
1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística.....	72
2. Características técnicas.....	78
3. Equipamiento.....	106
4. Análisis de costos y cálculo de precios.....	106
5. Requerimientos área operativa.....	113
6. Definición del proceso productivo.....	118
C. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	134
1. Estrategias de posicionamiento.....	134
2. Requerimientos del área comercial.....	148
D. VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL.....	150
1. Medio físico o medio ambiental.....	150
2. Medio socioeconómico cultural.....	152
3. Identificación de las actividades que puedan causar impacto.....	152
4. Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos.....	154
5. Acciones y requerimiento para mitigación de impactos.....	157
E. VIABILIDAD LEGAL, ADMINISTRATIVA.....	159
1. Estudio legal.....	159
2. Estudio administrativo.....	169
3. Requerimientos del área administrativa.....	178
F. VIABILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA.....	182
1. Análisis económico.....	182
2. Análisis financiero.....	188
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>191</b>

<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>193</b>
<b>VIII. RESUMEN.....</b>	<b>194</b>
<b>IX. SUMMARY.....</b>	<b>195</b>
<b>X. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>196</b>
<b>XI. ANEXOS.....</b>	<b>199</b>
A. ANEXO 1 Encuesta turistas nacionales.....	199
B. ANEXO 2 Encuesta turistas extranjeros.....	200
C. ANEXO 3 Encuesta población local.....	201
D. ANEXO 4 Entrevista.....	202
E. ANEXO 5 Matriz análisis competencia.....	203
F. ANEXO 6 Matriz Lazaro lagos.....	203
G. ANEXO 7 Gráficos turistas nacionales.....	205
H. ANEXO 8 Gráficos turistas extranjeros.....	212
I. ANEXO 9 Gráficos población local.....	219
J. ANEXO 10 Catastro establecimientos de alojamiento.....	226
K. ANEXO 11 Catastro establecimientos de alimentos y bebidas.....	234
L. ANEXO 12 Catastro agencias de viajes y tour operadoras.....	251
M. ANEXO 13 Catastro establecimientos de transporte turístico.....	252
N. ANEXO 14 Catastro establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento.....	253
O. ANEXO 15 Catastro Centros de recreación turística registrados a nivel nacional.....	256
P. ANEXO 16 Análisis de costos platos típicos.....	261
Q. ANEXO 17 Ficha de registro de visitantes.....	263
R. ANEXO 18 Ficha de estado de salud.....	264
S. ANEXO 19 Ficha de inspección técnica de la infraestructura.....	265

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-1.</b> Descripción de taxonomía uso de suelo zona de estudio.....	51
<b>Tabla 2-1.</b> Categoría de pendiente por rango .....	52
<b>Tabla 3-1.</b> Registro de establecimientos de salud .....	57
<b>Tabla 4-1.</b> Gustos y preferencias con alto nivel de aceptación del producto.....	63
<b>Tabla 5-1.</b> Establecimientos de alojamiento registrados en el cantón Riobamba.....	226
<b>Tabla 6-1.</b> Establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el cantón Riobamba.....	234
<b>Tabla 7-1.</b> Agencias de viaje y operadoras turísticas registradas en el cantón Riobamba.....	251
<b>Tabla 8-1.</b> Empresas de transporte turístico registradas en el cantón Riobamba.....	252
<b>Tabla 9-1.</b> Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento.....	253
<b>Tabla 10-1.</b> Centros de recreación turística registrados a nivel nacional.....	256
<b>Tabla 11-1.</b> Líneas de productos turísticos del cantón Riobamba.....	67
<b>Tabla 12-1.</b> Caracterización de la competencia del producto Ecoparque de aventura.....	68
<b>Tabla 13-1.</b> Caracterización de la competencia del producto Ecoparque de aventura.....	69
<b>Tabla 14-1.</b> Proyección de la demanda objetivo.....	71
<b>Tabla 15-1.</b> Proyección de la demanda .....	71
<b>Tabla 1-2.</b> Número de visitantes proyectados .....	72
<b>Tabla 2-2.</b> Número de visitantes por el tipo de demanda.....	72
<b>Tabla 3-2.</b> Número de clientes por producto y servicio (demanda nacional).....	73
<b>Tabla 4-2.</b> Número de clientes por producto y servicio (turistas).....	73
<b>Tabla 5-2.</b> Diseño de señalética de direccionamiento e informativa.....	84
<b>Tabla 6-2.</b> Señalética área de camping.....	86
<b>Tabla 7-2.</b> Distribución del área total de construcción.....	87
<b>Tabla 8-2</b> Presupuesto referencial construcción área de ingreso.....	89
<b>Tabla 9-2.</b> Presupuesto referencial construcción puntos de ventas.....	91
<b>Tabla 10-2.</b> Presupuesto referencial construcción servicios higiénicos.....	92

<b>Tabla 11-2.</b> Presupuesto referencial construcción glorieta de sombra 1 .....	93
<b>Tabla 12-2.</b> Presupuesto referencial construcción glorieta de sombra 2 .....	94
<b>Tabla 13-2.</b> Presupuesto referencial construcción mirador .....	95
<b>Tabla 14-2.</b> Presupuesto referencial construcción centro recepción de visitantes .....	96
<b>Tabla 15-2.</b> Presupuesto referencial construcción instalaciones .....	97
<b>Tabla 16-2.</b> Presupuesto referencial construcción bodega .....	98
<b>Tabla 17-2.</b> Presupuesto referencial construcción infraestructura Canopy .....	99
<b>Tabla 18-2.</b> Presupuesto referencial construcción cabaña .....	101
<b>Tabla 19-2.</b> Presupuesto referencial construcción vivero forestal .....	101
<b>Tabla 20-2.</b> Presupuesto referencial construcción sendero .....	103
<b>Tabla 21-2.</b> Presupuesto referencial construcción baño ecológico área de camping .....	105
<b>Tabla 22-2.</b> Equipamiento actividades Ecoparque de aventura .....	106
<b>Tabla 23-2.</b> Presupuesto de equipos para canopy .....	106
<b>Tabla 24-2.</b> Cálculo del precio de canopy .....	107
<b>Tabla 25-2.</b> Presupuesto de equipos para bubble soccer .....	107
<b>Tabla 26-2.</b> Cálculo del precio blubble Soccer .....	107
<b>Tabla 27-2.</b> Presupuesto de equipos para paintball .....	108
<b>Tabla 28-2.</b> Cálculo del precio paintball .....	108
<b>Tabla 29-2.</b> Presupuesto de equipos área de camping .....	109
<b>Tabla 30-2.</b> Cálculo del precio área de camping .....	109
<b>Tabla 31-2.</b> Cálculo del precio ingreso .....	110
<b>Tabla 32-2.</b> Cálculo del precio hospedaje .....	110
<b>Tabla 33-2.</b> Cálculo del precio servicio de alimentación .....	111
<b>Tabla 45-2.</b> Cálculo del precio actividad de reforestación .....	112
<b>Tabla 46-2.</b> Cálculo del precio actividad de interpretación ambiental .....	112
<b>Tabla 47-2.</b> Cálculo del precio excursión .....	113
<b>Tabla 48-2.</b> Activos fijos del área operativa .....	113
<b>Tabla 49-2.</b> Materia prima para el área de alimentación .....	115
<b>Tabla 50-2.</b> Insumos de aseo y limpieza para el área operativa .....	116
<b>Tabla 51-2.</b> Materiales e insumos para el área operativa .....	117
<b>Tabla 52-2.</b> Mano de obra directa para el área operativa .....	117
<b>Tabla 53-2.</b> Servicios básicos .....	118
<b>Tabla 1-3.</b> Lineamientos para el diseño del logo .....	135
<b>Tabla 2-3.</b> Diseño de logo .....	136
<b>Tabla 3-3.</b> Canales e-business online .....	137
<b>Tabla 4-3.</b> Requerimientos reserva instantánea TripConnect .....	138
<b>Tabla 5-3.</b> Precios actividades y servicios a ofertar .....	140
<b>Tabla 6-3.</b> Lineamientos diseño de página web .....	142
<b>Tabla 7-3.</b> Secciones App móvil .....	143
<b>Tabla 8-3.</b> Estrategias de creación de contenidos .....	143
<b>Tabla 9-3.</b> Categorías anuncios de facebook .....	144
<b>Tabla 10-3.</b> Parámetros para el diseño de banners .....	145
<b>Tabla 11-3.</b> Parámetros para publicidad en twitter .....	145
<b>Tabla 12-3.</b> Parámetros para el diseño de e-mails masivos .....	146
<b>Tabla 13-3.</b> Matriz social media analytics .....	147
<b>Tabla14-3.</b> Activos fijos del área comercial .....	148
<b>Tabla 15-3.</b> Talento humano del área comercial .....	148
<b>Tabla 16-3.</b> Gastos por publicidad .....	149
<b>Tabla 17-3.</b> Materiales e insumos .....	149
<b>Tabla 1-4.</b> Evaluación de la matriz ambiental de Lázaro Lagos .....	154
<b>Tabla 2-4.</b> Matriz de cuantificación .....	155
<b>Tabla 3-4.</b> Matriz acciones y requerimientos para mitigación de impactos ambientales .....	156
<b>Tabla 1-5.</b> Funciones y responsabilidades asamblea .....	170
<b>Tabla 2-5.</b> Funciones y responsabilidades directiva .....	171
<b>Tabla 3-5.</b> Funciones y responsabilidades gerente .....	171

<b>Tabla 4-5.</b> Funciones y responsabilidades administrador.....	171
<b>Tabla 5-5.</b> Funciones y responsabilidades recepcionista.....	172
<b>Tabla 6-5.</b> Funciones y responsabilidades seguridad.....	174
<b>Tabla 7-5.</b> Funciones y responsabilidades departamento financiero.....	175
<b>Tabla 8-5.</b> Funciones y responsabilidades departamento comercial.....	175
<b>Tabla 9-5.</b> Talento humano área administrativa.....	176
<b>Tabla 10-5.</b> Talento humano departamento financiero y gerencia.....	176
<b>Tabla 11-5.</b> Talento humano seguridad.....	176
<b>Tabla 12-5.</b> Materiales e insumos para el área administrativa.....	179
<b>Tabla 13-5.</b> Materiales e insumos para el área financiera y gerencia.....	179
<b>Tabla 14-5.</b> Activos fijos para el área administrativa.....	179
<b>Tabla 15-5.</b> Activos fijos para el área financiera y gerencia.....	180
<b>Tabla 16-5.</b> Requisitos para la constitución de la empresa.....	180
<b>Tabla 17-5.</b> Documentos legales para la operación.....	180
<b>Tabla 18-5.</b> Procesos de selección del personal.....	180
<b>Tabla 19-5.</b> Estudios.....	181
<b>Tabla 1-6.</b> Inversiones del proyecto.....	182
<b>Tabla 2-6.</b> Financiamiento.....	183
<b>Tabla 3-6.</b> Depreciación de activos fijos.....	183
<b>Tabla 4-6.</b> Amortización de inversiones nominales.....	184
<b>Tabla 5-6.</b> Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	184
<b>Tabla 6-6.</b> Estructura de ingresos.....	185
<b>Tabla 7-6.</b> Estado de resultados.....	186
<b>Tabla 8-6.</b> Flujo de caja del proyecto.....	186
<b>Tabla 9-6.</b> Punto de equilibrio.....	187
<b>Tabla 10-6.</b> Valor actual neto.....	188
<b>Tabla 11-6.</b> Tasa interna de retorno.....	189
<b>Tabla 12-6.</b> Cálculo de tasa interna de retorno.....	190
<b>Tabla 13-6.</b> Cálculo del período real de recuperación de la inversión.....	190

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-1.</b> Mapa de taxonomía de suelo zona de estudio .....	50
<b>Figura 2-1.</b> Mapa de pendientes zona de estudio .....	52
<b>Figura 3-1.</b> Mapa de uso de suelo y cobertura vegetal zona de estudio.....	53
<b>Figura 4-1.</b> Mapa de uso predial zona de estudio .....	54
<b>Figura 5-1.</b> Distribución del género.....	205
<b>Figura 6-1.</b> Distribución de la edad.....	205
<b>Figura 7-1.</b> Distribución de procedencia.....	205
<b>Figura 8-1.</b> Distribución del motivo de viaje.....	206
<b>Figura 9-1.</b> Distribución de acompañamiento de viaje.....	206
<b>Figura 10-1.</b> Distribución de medios para planificar viaje.....	206
<b>Figura 11-1.</b> Distribución de preferencia agencias de viaje.....	206
<b>Figura 12-1.</b> Distribución de preferencia aplicaciones para viajes.....	207
<b>Figura 13-1.</b> Distribución de preferencia de meta buscadores de viaje online.....	207
<b>Figura 14-1.</b> Distribución de turistas que han planificado algún deporte de aventura.....	207
<b>Figura 15-1.</b> Distribución de preferencia de actividades en el Ecoparque de aventura.....	208
<b>Figura 16-1.</b> Distribución del tipo de deportes de aventura interesados en practicar.....	208
<b>Figura 17-1.</b> Distribución de preferencia de actividades adicionales.....	208
<b>Figura 18-1.</b> Distribución de la preferencia del tipo de instalaciones.....	208
<b>Figura 19-1.</b> Distribución de la preferencia de charlas/talleres de educación ambiental.....	209
<b>Figura 20-1.</b> Distribución del interés por alquilar equipos para deportes de aventura.....	209
<b>Figura 21-1.</b> Distribución de preferencia por el tipo de servicio.....	209

<b>Figura 22-1.</b> Distribución de preferencia tipo de hospedaje.....	210
<b>Figura 23-1.</b> Distribución de preferencia del tipo de comida.....	210
<b>Figura 24-1.</b> Distribución de preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque.....	210
<b>Figura 25-1.</b> Distribución de preferencia del valor por actividades de aventura.....	211
<b>Figura 26-1.</b> Distribución de preferencia del valor por actividades de educación ambiental..	211
<b>Figura 27-1.</b> Distribución de preferencia por el medio de pago.....	211
<b>Figura 28-1.</b> Distribución del género.....	211
<b>Figura 29-1.</b> Distribución de la edad.....	212
<b>Figura 30-1.</b> Distribución de procedencia.....	212
<b>Figura 31-1.</b> Distribución del motivo de viaje.....	212
<b>Figura 32-1.</b> Distribución de acompañamiento de viaje .....	213
<b>Figura 33-1.</b> Distribución de medios de información.....	213
<b>Figura 34-1.</b> Distribución de preferencia agencias de viaje.....	213
<b>Figura 35-1.</b> Distribución de preferencia aplicaciones para viajes.....	213
<b>Figura 36-1.</b> Distribución de preferencia de meta buscadores de viaje online.....	214
<b>Figura 37-1.</b> Distribución de turistas que han planificado algún deporte de aventura.....	214
<b>Figura 38-1.</b> Distribución de preferencia de actividades en el Ecoparque de aventura.....	214
<b>Figura 39-1.</b> Distribución del tipo de deportes de aventura interesados en practicar.....	215
<b>Figura 40-1.</b> Distribución de preferencia de actividades adicionales.....	215
<b>Figura 41-1.</b> Distribución de la preferencia del tipo de instalaciones.....	215
<b>Figura 42-1.</b> Distribución de la preferencia de charlas/talleres de educación ambiental.....	215
<b>Figura 43-1.</b> Distribución del interés por alquilar equipos para deportes de aventura.....	215
<b>Figura 44-1.</b> Distribución de preferencia por el tipo de servicio.....	216
<b>Figura 45-1.</b> Distribución de preferencia tipo de hospedaje.....	216
<b>Figura 46-1.</b> Distribución de preferencia del tipo de comida.....	216
<b>Figura 47-1.</b> Distribución de preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque.....	217
<b>Figura 48-1.</b> Distribución de preferencia del valor por actividades de aventura.....	217
<b>Figura 49-1.</b> Distribución de preferencia del valor por actividades de educación ambiental...217	217
<b>Figura 50-1.</b> Distribución de preferencia por el medio de pago.....	217
<b>Figura 51-1.</b> Distribución del género.....	218
<b>Figura 52-1.</b> Distribución de la edad.....	218
<b>Figura 53-1.</b> Distribución de la ocupación.....	218
<b>Figura 54-1.</b> Distribución del motivo de viaje.....	218
<b>Figura 55-1.</b> Distribución de acompañamiento de viaje .....	219
<b>Figura 56-1.</b> Distribución de medios de información.....	219
<b>Figura 57-1.</b> Distribución del tiempo destinado a informarse a través de internet.....	219
<b>Figura 58-1.</b> Distribución de la hora de conexión a internet .....	219
<b>Figura 59-1.</b> Distribución de preferencia sitios web utilizados para planificar el viaje.....	220
<b>Figura 60-1.</b> Distribución de preferencia emizora de radio.....	220
<b>Figura 61-1.</b> Distribución de los ingresos mensuales.....	220
<b>Figura 62-1.</b> Distribución de la población que ha practicado algún deporte de aventura.....	221
<b>Figura 63-1.</b> Distribución periodicidad con la que practican algún deporte de aventura.....	221
<b>Figura 64-1.</b> Distribución de la preferencia de actividades en el Ecoparque de aventura.....	221
<b>Figura 65-1.</b> Distribución del tipo de deportes de aventura interesados en practicar.....	221
<b>Figura 66-1.</b> Distribución de preferencia de actividades adicionales.....	221
<b>Figura 67-1.</b> Distribución de la preferencia del tipo de instalaciones.....	222
<b>Figura 68-1.</b> Distribución de la preferencia de charlas/talleres de educación ambiental.....	222
<b>Figura 69-1.</b> Distribución del interés por alquilar equipos para deportes de aventura.....	222
<b>Figura 70-1.</b> Distribución de preferencia por el tipo de servicio.....	223
<b>Figura 71-1.</b> Distribución de preferencia tipo de hospedaje.....	223
<b>Figura 72-1.</b> Distribución de preferencia del tipo de comida.....	223
<b>Figura 73-1.</b> Distribución de preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque.....	223
<b>Figura 74-1.</b> Distribución de preferencia del valor por actividades de aventura.....	224
<b>Figura 75-1.</b> Distribución de preferencia del valor por actividades de educación ambiental..	224
<b>Figura 76-1.</b> Distribución de preferencia por el medio de pago.....	224

<b>Figura 1-2.</b> Mapa de localización del proyecto.....	74
<b>Figura 2-2.</b> Mapa de zonificación del Ecoparque de aventura.....	75
<b>Figura 3-2.</b> Plano general.....	88
<b>Figura 4-1.</b> Área de ingreso y administración.....	90
<b>Figura 5-1.</b> Puntos de ventas.....	91
<b>Figura 6-2.</b> Servicios higiénicos.....	93
<b>Figura 7-2.</b> Glorieta de sombra 1 y 2.....	95
<b>Figura 8-2.</b> Centro de recepción de visitantes.....	97
<b>Figura 9-2.</b> Bodega.....	99
<b>Figura 10-2.</b> Infraestructura canopy.....	100
<b>Figura 11-2.</b> Vivero forestal.....	102
<b>Figura 12-2.</b> Planos constructivos pictograma en madera 500 x 700 mm.....	103
<b>Figura 13-2.</b> Planos constructivos señal de direccionamiento 2400 x 600 mm.....	104
<b>Figura 14-2</b> Planos constructivos paneles informativos 2000 x 1000 mm.....	104
<b>Figura 15-2.</b> Planos constructivos baño ecológico.....	105
<b>Figura 16-2.</b> Flujograma de reservaciones online.....	124
<b>Figura 17-2.</b> Flujograma de servicio de hospedaje.....	125
<b>Figura 18-2.</b> Flujograma de servicio de alimentación.....	126
<b>Figura 19-2.</b> Flujograma actividad de canopy.....	127
<b>Figura 20-2.</b> Flujograma actividad de bubble socce.....	128
<b>Figura 21-2.</b> Flujograma actividad de paintball.....	129
<b>Figura 22-2.</b> Flujograma actividad de camping.....	130
<b>Figura 23-2.</b> Flujograma talleres de excursión.....	131
<b>Figura 24-2.</b> Flujograma talleres de interpretación ambiental.....	132
<b>Figura 25-2.</b> Flujograma actividad de reforestación.....	133
<b>Figura 1-5.</b> Organigrama.....	170

# **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ECOPARQUE DE AVENTURA EN EL SECTOR EL BATÁN, CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

## **II. INTRODUCCIÓN**

El turismo es actualmente una de las actividades de rápido crecimiento en el mundo, considerado como un sector que favorece la dinámica social y la reactivación económica de un determinado territorio a través de la generación de empleos, incentiva la inversión pública y fomenta la diversificación de actividades productivas, es por ello que los gobiernos nacionales designan en mayor medida recursos proyectándose a fortalecer este sector productivo.

El turismo de aventura es una categoría de rápido crecimiento. Cada vez son más los países que priorizan la promoción de esta modalidad de turismo ya que se evidencia un aumento progresivo en la demanda de productos turísticos de aventura, además porque reconocen su valor ecológico, cultural y económico.

Ecuador es un país localizado en un lugar privilegiado del planeta, en el noroccidente de Sudamérica y la línea equinoccial siendo uno de los países con mayor biodiversidad del planeta reflejada en sus 4 regiones en las cuales se puede encontrar varios tipos de ecosistemas formados por la presencia de la cordilleras de los Andes y que poseen características ideales para la práctica de deportes de aventura pudiéndose aprovechar para consolidar el desarrollo de esta modalidad de turismo en el país.

Los parques temáticos de diversiones en todo el mundo han sido estructurados siguiendo el modelo Estadounidense de Disney World quienes cada año atraen a millones de personas ofreciéndoles un sin número de actividades en juegos mecánicos, espectáculos artísticos, venta de alimentos, juegos de destreza, desfiles y fuegos artificiales.

Debido a las consideraciones mencionadas anteriormente los Ecoparques de aventura aparecen como nuevas alternativas de parques temáticos, éstos surgen en Europa localizados en países como Alemania, Inglaterra, Bélgica, Suiza y Canadá, son instalados en un espacio natural conformados por una infraestructura que se adapte a los recursos naturales existentes y cuya finalidad no es atraer

un turismo masivo, más bien se enfoca en una demanda que busca productos que consideren criterios de conservación ambiental y responsabilidad sociales. Los Ecoparques de aventura pretenden generar el menor impacto negativo en el ambiente y la cultura y está dirigido a grupos de personas que además de realizar deportes de aventura, se vean inmersos en actividades de trabajo en equipo con alta dosis de esparcimiento y aprendizaje.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

De acuerdo a la información presentada por la OMT en su barómetro Mundial, se puede determinar que durante el año 2011 se registraron 990 millones de llegadas internacionales, 5% más que las contabilizadas en el año 2010. El 51.4% de arribos correspondió a Europa, el 22% a Asia y El Pacífico y el 15.8% a América, entre otros. Con respecto a ingresos obtenidos por los países en la actividad turística, sin considerar la parte generada por el turismo interno, las cifras muestran un crecimiento del 11% con respecto al año 2010, alcanzando los 1.030 billones de dólares en el año 2011 (Ministerio de Turismo, 2013)

El ingreso por turismo a Ecuador reportó en 2014 un total de 1.487,2 millones de dólares mientras que en 2013, la cifra fue de 1.251,2 millones de dólares, Según los registros del Ministerio de Turismo, en 2014 ingresaron en Ecuador 1.557.000 turistas, lo que representó el 14 % más que en 2013 (Naranjo, 2015)

El portal internacional Switchback Travel ubica al Ecuador en quinto lugar como destino de turismo de aventura a nivel mundial. Gracias a su privilegiada ubicación geográfica, la presencia de la cordillera de los Andes, las corrientes marinas que vienen del norte y del sur, hacen de este país un destino incomparable para actividades de aventura y de turismo especializado de toda índole (Ministerio de Turismo, 2015).

Los Parques temáticos según el Top 10 de parques temáticos de América Latina, muestran un considerable aumento de visitas para el 2014 de más del 5% en comparación con el Top 10 en 2013. El mercado de parques temáticos crece aceleradamente, permitiendo incorporar parques con nuevas temáticas al top 10 debido a su creciente rendimiento y actuación. Tal es el caso del Parque eco arqueológico Xcaret del país México, que aparece por primera vez en el Top 10 en el séptimo lugar,

con cerca de 1,2 millones de visitas y alrededor de 1 por ciento de crecimiento (Themed Entertainment Association, 2015)

La creación del Ecoparque de aventura en el cantón Riobamba se respalda en las estadísticas de un sector en constante crecimiento en el Ecuador, frente a una demanda que busca nuevas formas de recreación en las que la actividad física y psicológica son los requisitos necesarios que se ponen a prueba en la práctica de deportes de aventura y que además favorecerá al desarrollo económico y turístico del cantón Riobamba brindando una alternativa de esparcimiento adicional a la oferta existente permitiendo se prolongue el tiempo de estadía de los turistas nacionales y extranjeros, esta nueva línea de oferta provocará la ampliación de la cadena de valor, contribuyendo en la generación de ingresos por turismo a nivel cantonal.

Concomitantemente la creación de un producto turístico basado en un eje temático como éste, pretende incorporar dentro de sus principios, prácticas sostenibles enmarcadas en la responsabilidad social empresarial que brinde un espacio atractivo para la educación ambiental, actividades dirigidas a colaboradores empresariales con la finalidad de fortalecer el trabajo en equipo para una mejor productividad, conjugada con los deportes de aventura, que cultive en sus visitantes la idea de responsabilidad y compromiso a partir del conocimiento reflexivo y crítico de la realidad social, ambiental y cultural de la zona. De manera indirecta buscar se incentive la inversión pública para la mejora de servicios públicos para las poblaciones aledañas permitiéndoles adquirir las condiciones propicias para el emprendimiento.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general**

Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de un Ecoparque de aventura en el sector el Batán, cantón Riobamba provincia de Chimborazo

### **2. Objetivos específicos**

- a. Evaluar el potencial de la zona para la implementación del producto Ecoparque de aventura.
- b. Diseñar técnicamente el producto Ecoparque de aventura.
- c. Establecer las estrategias de comercialización del producto Ecoparque de aventura.
- d. Determinar la viabilidad ambiental y social del producto Ecoparque de aventura.
- e. Determinar la viabilidad legal y administrativa del producto Ecoparque de aventura.
- f. Determinar la viabilidad económica y financiera del producto Ecoparque de aventura.

### **C. HIPÓTESIS DE TRABAJO**

Es factible comercial, ambiental y económicamente la implementación de un Ecoparque de aventura en el cantón Riobamba

### III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

#### A. TURISMO

El Turismo comprende todas las actividades realizadas por las personas durante sus viajes a lugares diferentes de su residencia habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año y para ir de vacaciones, trabajar u otras actividades. Los desplazamientos en el tiempo libre que generen fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos, conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad, con fines de consumo, en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deportes y cultura. (Organización Mundial del Turismo, 2009).

#### B. TURISMO SOSTENIBLE

##### 1. Concepto

Son todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad (Federación de Parques de Nacionales y Naturales, 2013).

El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (Organización Mundial de Turismo, 1993).

##### 2. Beneficios del turismo sostenible

- Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano.
- Asegura un adecuado equilibrio entre beneficios y costos.

- Genera empleo local de manera directa en el sector servicios.
- Estimula la rentabilidad de las industrias domésticas locales.
- Genera entrada de divisas en el país e inversiones en la economía local.
- Diversifica la economía local, particularmente en áreas rurales donde el empleo agrario puede ser esporádico e insuficiente.
- Procura el entendimiento y la toma de decisiones entre todos los colectivos sociales para su coexistencia con otros recursos.
- Controla y valora los impactos provocados por el turismo, desarrolla métodos fiables de responsabilidad ambiental y contrarresta los efectos negativos (World Tourism Organization, 1993).

### **3. Turismo y educación ambiental**

La Educación Ambiental es considerada como una de las principales claves para que el Desarrollo Sostenible sea posible, a partir de un cambio de conciencia. Podría hablarse de Educación Ambiental como aquella que prepara para la acción, facilitando un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales. Debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y habilidades para asumir una responsabilidad ambiental, siendo así una herramienta para mejorar las relaciones de los seres humanos con su medio, y por lo tanto, para incidir en la prevención y resolución de problemas ambientales. Una sociedad educada en la sostenibilidad es de suponer que actuará para tal fin (Castaño, 2005).

Por consiguiente en la vertiente formal como en la no formal, la Educación Ambiental se encuentra en permanente búsqueda de herramientas para llevar a cabo su objetivo general que es educar en el enfoque ambiental, favoreciendo una conciencia en cualquier ámbito humano, para generar preocupación que se transforme en compromiso con el fin de hacer algo por el medio ambiente, tanto individual como colectivamente, en cualquier escala (Castaño, 2005).

## C. TURISMO DE AVENTURA

### 1. Concepto

Turismo de aventura es un tipo de turismo, que implica la exploración o viaje con riesgo percibido (y posiblemente real), y potencialmente requiriendo especializadas habilidades y esfuerzo físico. Turismo de aventura ha crecido en las últimas décadas, como los turistas buscan diferentes tipos de vacaciones, pero medida de tamaño de mercado y el crecimiento es obstaculizado por la falta de una definición operacional clara. Según la Asociación de comercio de viajes de aventura en Estados Unidos, turismo de aventura puede ser cualquier actividad turística, incluyendo al menos dos de los siguientes tres componentes: una actividad física, un intercambio cultural o la interacción y compromiso con la naturaleza (Adventure Travel Trade Association, 2009).

### 2. Elementos a tener en cuenta para el desarrollo de turismo de aventura

Para definir el turismo de aventura se debe tener en cuenta algunos de sus componentes, entre los que se incluyen la actividad, el motivo y medio ambiente, lo que lleva a evaluar el nivel de riesgo, capacidades, desempeño y la experiencia de aquellos que son considerados operadores (Warnes, 1999).

Identificamos otro elemento para distinguir turismo de aventura de la recreación de aventura. La diferencia radica en el grado en que los participantes han viajado desde sus hogares y han participado en actividades formales, comercializadas, basadas en las aventuras. Mientras las actividades sean más comercializadas, es el operador de turismo quien dirige y brinda la experiencia o paquete de aventura. Esto es particularmente cierto cuando la naturaleza de los elementos de riesgo en las actividades de aventura debe presentar peligro percibido controlado por los especialistas de un operador (Warnes, 1999).

Un amplio espectro de actividades turísticas al aire libre, que se comercializan por lo general y que suponen una interacción con el ambiente natural lejos del hogar del participante y que contiene elementos de riesgo donde el participante, el escenario y el manejo de la experiencia del participante influyen en el desenlace, nos proponen herramientas indispensables para la complementación de actividades, a lo cual definimos como valor agregado (Warnes, 1999).

Como resultado hemos concluido que el turismo de aventura consta de seis elementos fundamentales:

- Actividad
- Motivo
- Riesgo
- Desempeño
- Experiencia
- Medio ambiente

También se observan variaciones importantes entre estos seis elementos según los niveles de importancia. Como se sabe que la industria “empaqueta” a este turismo con varias actividades de riesgo, pareciera razonable llegar a la hipótesis de que la aventura es el elemento más importante al definir este tipo de turismo (Warnes, 1999).

## **D. ECOPARQUE DE AVENTURA**

### **1. Concepto**

Es un nuevo concepto de Parque Temático absolutamente respetuoso con la naturaleza y con el medio natural en el que se instala. Es un espacio natural, con una extensión de uno y tres hectáreas, con abundante cantidad de árboles, en el que se realizan, entre ellos, determinados juegos de habilidad y destreza. Estos juegos se preparan con materiales naturales que no agreden el medio ambiente, fundamentalmente madera y cuerda, y presentan un aspecto estéticamente integrado con el bosque (Aventura Sevilla, 2015)

Es una actividad absolutamente enmarcada dentro del concepto de desarrollo sostenible, ya que utiliza elementos naturales, sin generar el más mínimo daño en los árboles, y permite satisfacer las necesidades de ocio en la naturaleza de los ciudadanos, de una manera totalmente respetuosa con el medio natural en el que se asienta, sin generar arribos masivos de público, ni ningún tipo de contaminación acústica, lumínica o por residuos. Por otro lado, las instalaciones no necesitan, ni obviamente consumen, energía eléctrica (García, 2010).

## 2. Características del Ecoparque de Aventura

- Las instalaciones se realizan sin elementos destructivos o que puedan dañar la estructura del árbol.
- Todas las instalaciones se realizan después de estudiar bien cada árbol y utilizando técnicas de presión, inofensivas para ellos.
- No se produce ningún tipo de residuos.
- No se crea contaminación acústica o lumínica.
- No precisa de energía eléctrica.
- No genera asistencia masiva al Ecoparque de Aventura (García, 2010).

## 3. Actividades de Aventura en un Ecoparque

Las actividades de Aventura en los últimos años han tenido una tendencia en creciente gracias a que cada vez existe más adeptos que buscan emociones distintas; en Ecuador hay que citar un evento deportivo denominado Huaira-Sinchi que es famoso a nivel internacional ya que cada año varios equipos de distintos países se reúnen para competir, esta competencia dura tres días y consiste en cruzar una ruta que atraviesa parte de la sierra hasta llegar a descender en la costa, para realizar esta travesía los deportistas deben poseer conocimientos sobre cartografía, manejo de cuerdas, manejo de botes y poseer equipo especial de camping; las actividades de Aventura que se dan en este evento deportivo son las siguientes: Trekking, Ciclismo de montaña, Rapell y Kayak (García, 2010).

- **Trekking o senderismo:** Modalidad turística de aventura cuyo fin es recorrer o visitar un terreno de condiciones geográficas y meteorológicas diversas que puede requerir el uso de equipo especializado de montaña, con o sin pernoctación (Ministerio de Turismo, 2014).
- **Cicloturismo:** Modalidad turística de aventura que consiste en el recorrido de un área urbana, rural o ambiente natural en bicicleta, generalmente por caminos o senderos rústicos a campo traviesa (Ministerio de Turismo, 2014)

- **Rapel:** Actividad consiste en descender diferentes tipos de desnivel vertical con equipos especializados como cuerdas y arneses, utilizando técnicas específicas y procedimiento de seguridad (Ministerio de Comercio Industrias y Turismo, 2007).
- **Kayak de río:** Modalidad turística de aventura que abarca la navegación de ríos mediante el uso de kayak, sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos (Ministerio de Turismo, 2014).

#### 4. Actividades de Educación e interpretación Ambiental dentro de un Ecoparque

Las actividades que se dan dentro de un Ecoparque tienen como fin dar opciones en las cuales las personas al realizarlas aprendan y se concienticen sobre la importancia de la naturaleza en nuestro diario vivir (García, 2010).

- **Talleres ecológicos:** Realizar talleres educativos relacionados con el cuidado de la naturaleza y los parques dentro de las ciudades; para tener una experiencia de aprendizaje significativo; que estimule al alumno emocionalmente a través de todos sus sentidos, y cree de esa manera un vínculo afectivo con la naturaleza; además de promover la inquietud de los estudiantes por adquirir mayores conocimientos sobre los ecosistemas que los rodean, y su propio rol como protector de la naturaleza; pues sólo con el contacto directo con el medio natural, los conocimientos intelectuales que se adquieren en las aulas escolares producirán cambios concretos en los alumnos.
- **Talleres de reciclaje:** En estos talleres los alumnos tendrán la oportunidad de aprender a realizar actividades manuales con materiales reciclados permitiendo que le puedan dar uso a los mismos; además de que aprenderán sobre los efectos contaminantes que causan estos residuos cuando son arrojados en las áreas verdes.
- **Talleres de reforestación:** En estos talleres los estudiantes adquieren conocimientos sobre el gran daño que causa al mundo la tala indiscriminada de árboles; pero también aprenderán sobre reforestación en áreas erosionadas sobre todo en los alrededores de la ciudad, mediante la reforestación adquirirán los estudiantes conocimientos sobre la importancia de los árboles para la ciudad, para las personas y para las especies de flora y fauna que dependen de los mismos.

- **Campismo:** En esta actividad los alumnos aprenderán y desarrollaran destreza como por ejemplo: a tender sus carpas en lugares adecuados, ordenar sus mochilas, hacer una fogata sin peligro de incendio y sin quemar la capa superficial del suelo, y a mantener la limpieza y el orden en su entorno. Además, comparten con sus compañeros y profesores en un ambiente diferente al establecimiento educacional, lo que tiende a fortalecer los lazos de respeto y tolerancia.
- **Excursionismo:** Se realiza una excursión y en el transcurso de esta actividad se enseñaría a los estudiantes a organizar una expedición planificación del recorrido, duración de circuito, técnicas de marcha, elección de calzado y vestuario, uso correcto de mochila y orientación por brújula. Además, los participantes tienen la oportunidad de demostrar compañerismo, trabajo de grupo, y una actitud responsable sobre su seguridad y la de sus compañeros.
- **Geografía:** Esta actividad se desarrolla junto con el excursionismo ya que al hacer el recorrido el instructor enseña a los alumnos sobre accidentes geográficos como por ejemplo: de donde nace los ríos, la importancia de los bosques dentro de la ciudad, explicación sobre las formaciones geológicas.

## **E. TRABAJO EN EQUIPO**

### **1. Definición de equipo**

Es un grupo que se caracteriza por la identificación con el logro de los objetivos, aceptación de los roles, comunicación clara y fluida, involucramiento de diversos componentes afectivos; espontánea colaboración y ayuda mutua; cohesión, afinidad e identificación; conciencia de grupo y buenas relaciones interpersonales. En resumen en un equipo existe alta productividad y su bajo nivel de conflicto interpersonal (Aguilar & Vargas, 2010).

### **2. Funciones de los grupos**

Según expresa Aguilar & Vargas (2010) la integración de un grupo puede servir a nivel organizacional para:

- Realizar una tarea compleja
- Generar soluciones nuevas o ideas creativas
- Coordinar o vincular las funciones de diversos departamentos
- Solucionar problemas que requieren de procesar información compleja
- Facilitar la implementación de decisiones complejas y
- Socializar a los miembros de un grupo o entrenarlos

El grupo también tiene funciones psicológicas, en este sentido el grupo puede servir para:

- Satisfacer las necesidades de filiación
- Incrementar el sentido de identidad
- Establecer y comprobar la realidad social
- Reducir la inseguridad y
- Resolver problemas o realizar tareas del grupo

Sin embargo no es conveniente integrar un grupo de trabajo cuando\_

- Las personas no valoran la importancia de la actividad
- No existe un clima laboral apropiado
- Solo se le quiere utilizar para lograr un consenso
- Los datos que permitan tomar decisiones no sean claros o determinantes
- No existan procedimientos metódicos para analizar la información
- No se esté dispuesto a escuchar opiniones contrarias
- El problema no requiera que se comparta información o se evalúen alternativas
- El problema se preste para que las decisiones se tomen a partir de valores culturales o
- Si el ambiente corre el riesgo de propiciar lo que se conoce opinión de grupo, es decir la unanimidad.

## **F. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad es un instrumento utilizado para determinar la viabilidad de una propuesta empresarial. Aunque la estructura de los estudios de factibilidad puede variar, el análisis debe

evaluar exhaustivamente la propuesta de empresa y concentrarse especialmente en el mercadeo y la viabilidad financiera (Luna & Chaves, 2001).

Para elaborar un estudio de factibilidad útil no se requiere de un título en administración de empresas. Sólo se necesita disciplina para proceder conforme a los pasos descritos en este capítulo y voluntad para solicitar ayuda cuando hace falta un mayor conocimiento sobre algún tópico (Luna & Chaves, 2001).

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente.

Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos (Luna & Chaves, 2001).

Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias (Luna & Chaves, 2001).

## **G. EVALUACIÓN DE LA ZONA**

### **1. Concepto**

Los espacios naturales poseen características únicas e incomparables las cuales requieren ser consideradas para una adaptación pertinente entre Ecoparque de aventura y el área de implementación, buscando reducir los impactos ambientales y sociales negativos. La evaluación es la base para entender las características y conocer la realidad de la zona donde se pretende construir

el Ecoparque de Aventura en las que se consideran de forma integrada el entorno físico, el entorno ambiental ecológico y el entorno social económico.

#### **a. Entorno físico**

La evaluación de entorno físico de un Ecoparque de aventura agrupa parámetros territoriales en el cual se debe considerar las siguientes secciones: Ubicación política, localización geográfica, extensión, límites y vías de acceso.

#### **b. Entorno ambiental ecológico**

La evaluación de entorno ambiental ecológico de un Ecoparque de aventura busca caracterizar la estructura ecosistémica del sitio, para ello se debe considerar las siguientes secciones: Características climáticas, clasificación ecológica, topografía y suelos, el uso actual y predial del suelo, recursos hídricos, los recursos faunístico y florísticos de la zona.

#### **c. Entorno social - económico**

La evaluación de entorno social económico de un Ecoparque de aventura busca determinar la funcionalidad del sitio para ello se debe considerar dos secciones: La primera acerca de la situación del área en la que se determina la tenencia de tierra y servicios básicos y la segunda en la que se consideran los aspectos socioeconómicos del área de influencia.

### **H. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **1. Generalidades**

El estudio de mercado o determinación y análisis de mercados turísticos es el conjunto de variables que permiten precisar cuantitativa y cualitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización. El Estudio de Mercado forma parte integral de la Estrategia de Mercadeo de cualquier proyecto o servicio (ver Área Temática: Manejo Administrativo, Herramienta: Mercadeo para una explicación detallada del término). (Baéz, 2003)

En forma más amplia, el Estudio de Mercado es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto turístico, del oferente al demandante o consumidor, en este caso denominado turista, con el fin satisfacer las expectativas del cliente al tiempo que aumentar las utilidades netas de la empresa u organización (Baéz, 2003).

Finalmente, cabe acotar que la determinación y análisis de mercados (estudio de mercado) es una de las tantas funciones de la investigación de mercados, actividad que se ocupa del estudio de las características, causas y efectos de diversos problemas mercadológicos, entre ellos, ¿a quién vender un producto o servicio? Como resultado de una investigación de este tipo, se obtienen los mercados meta y los perfiles de los consumidores, que son una descripción detallada de las características generales de los grupos de consumidores que se han identificado (Baéz, 2003).

## **2. Análisis de la demanda**

### **a. Concepto**

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores (Contreras, 2005).

Se entiende por Análisis de la Demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (Contreras, 2005).

## **b. Perfil general del consumidor a captar**

Una de las áreas más interesantes, esclarecedoras y definitivas en un estudio de mercado es aquella que está referida al perfil general del consumidor. Para fijarlo se recurre normalmente al proceso de segmentación que consiste básicamente en agrupar por subconjuntos al gran conglomerado de consumidores que conforman la demanda futura, potencial u objetivo. Para dicho agrupamiento se utilizan cinco tipos de variables que son: socioeconómicas, geográficas, motivacionales, de hábitos, gastos, preferencias y de personalidad (Henandes, 1997).

## **c. Muestreo**

Es una herramienta de la investigación científica, su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población (Arboleda, 1998).

## **d. Muestra**

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma (Arboleda, 1998).

### **1) Tamaño de la muestra**

La búsqueda de información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo de información de campo que vamos a buscar y obtener. (Arboleda, 1998).

Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

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

**N** = Universo de estudio

**P** = Probabilidad de éxito

**Q** = Probabilidad de fracaso

**e** = Margen de error

**z** = Nivel de significancia

**n** = Muestra

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo (Arboleda, 1998).

#### **e. Clasificación de la demanda**

##### **1) Demanda potencial**

La demanda potencial viene dada por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado. El mercado potencial real está determinado por el poder de comprar y el deseo de comprar. Es importante saber qué es lo que se quiere medir en relación con el mercado. En este sentido los conceptos esenciales son la demanda del mercado y la de la empresa (Garcés, 1994).

##### **2) Demanda real**

Es la demanda real con capacidad de pago que compra un viaje y genera una reservación de servicios en la oferta (Garcés, 1994).

##### **3) Demanda efectiva**

Es aquella población que consume el producto turístico con los siguientes resultados. Una experiencia intangible para el turismo Un ingreso directo para los prestadores de servicios Un ingreso indirecto para los otros agentes de la producción que han participado en la elaboración de un producto turístico (Garcés, 1994).

### **3. Análisis de la oferta**

La oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer las capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto (Meneses, 2001).

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio (Meneses, 2001).

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes (Contreras, 2005).

#### **a. Análisis de la Competencia**

Meneses, 1998 señala “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados”.

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas (Contreras, 2005).

#### **b. Balance oferta- demanda**

Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto (Yucta, 2002).

## **I. ESTUDIO TÉCNICO**

### **1. Concepto**

Según expresa Rodríguez (2001) “Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren? ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan? ¿Cuánto y cuándo producir?

Las unidades y términos esperados en este estudio son heterogéneos tales como: peso, volumen, distancia, tiempo, unidades monetarias; así como coeficientes e índices de rendimiento; relaciones tales como hora-hombre; hora-maquinaria; etc.

El estudio técnico debe de ser congruente con los objetivos del proyecto de inversión y con los niveles de profundidad del estudio en su conjunto. Este puede desarrollarse en los niveles de idea, pre factibilidad, factibilidad y proyecto definitivo

El estudio técnico aporta información cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: tecnología; magnitud de los costos de inversión; recursos, previsiones para la nueva unidad productiva

El estudio de materias primas localización general y específica del proyecto dimensionamiento o tamaño de la planta; y el estudio de ingeniería del proyecto. Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emane del estudio de mercado. Tendrá sus respectivos objetivos específicos, con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto”.

### **2. Zonificación**

La zonificación general para un área protegida es el proceso de aplicar diferentes objetivos de manejo y relaciones de uso a sitios particulares Por supuesto, sólo se consideran aquellas zonas aplicables a cada área, en función de los objetivos de manejo estipulados (Báez, 2003).

La zonificación constituye una de las actividades más importantes del plan de manejo de un Bosque de Vegetación Protectora, tiene como propósito identificar y delimitar áreas con características similares y con objetivos comunes acordes con sus potencialidades y limitaciones. Con la zonificación debemos garantizar que los usos propuestos no vayan en contra de la visión del Bosque de Vegetación Protectora (Pilco, Gavilanes, Suárez, Castillo, & Poats., 2008). A continuación se identifican los tipos de zonas en los que podrían estar distribuidas en un espacio natural.

- **Zona para plantaciones forestales:** En esta zona encontramos las plantaciones forestales que pueden ser aprovechados sin perjudicar las demás zonas del Bosque de Vegetación Protectora. Las plantaciones pueden existir antes de la declaratoria del Bosque de Vegetación Protectora o puede ser el resultado de acciones estipuladas en el plan de manejo (Pilco, Gavilanes, Suárez, Castillo, & Poats., 2008).
- **Zona de protección permanente:** La zona está conformada por ecosistemas biológicos frágiles que requieren absoluta protección sin permitir modificaciones del ambiente natural. Su localización es estratégica para la conservación de los recursos y la protección de ecosistemas importantes (Pilco, Gavilanes, Suárez, Castillo, & Poats., 2008).
- **Zona para manejo de bosque nativo:** Se consideran a las áreas cubiertas con bosque nativo que no están dentro de la zona de protección permanente o de conversión legal (Pilco, Gavilanes, Suárez, Castillo, & Poats., 2008).
- **Zona para otros usos:** Son áreas no cubiertas con bosque nativo, que están siendo usadas en: agroforestería, agropecuaria, infraestructura para vivienda, desarrollo vial y otras construcciones; áreas para recuperación (rehabilitación), otros fines. Esta zona por sus condiciones naturales permite el desarrollo de actividades de producción sustentable. Aquí podemos encontrar: pastos, potreros, cultivos, sistemas Agrosilvopastoriles y viviendas entre otros (Pilco, Gavilanes, Suárez, Castillo, & Poats., 2008).
- **Zona de conversión legal:** Son áreas cubiertas con bosque nativo que pueden ser convertidas a actividades agropecuarias para sustento familiar previa la autorización del MAE. También para aprovechamiento o corte de madera debe obtener una Licencia de aprovechamiento forestal, esta superficie no podrá ser mayor a 30%. Para lograr esta conversión las personas beneficiarias

necesitan solicitar una licencia de aprovechamiento forestal. En el caso de que la zona ya tenga cultivos, plantaciones u otros usos, la zona puede ser definida con cualquiera de los nombres citados (Pilco, Gavilanes, Suárez, Castillo, & Poats., 2008).

**a. Normas de uso**

Para cada una de las zonas en las cuales hemos dividido el Bosque de Vegetación Protectora es necesario explicitar las normas de uso de los recursos naturales. Las normas que definamos tienen que ir relacionadas con los objetivos de la zona y con la visión del Bosque de Vegetación Protectora. Para esto, es útil enmarcar la norma de uso, a la legislación vigente y los actores sociales que pueden ayudar en el control y cumplimiento de la norma (Pilco, Gavilanes, Suárez, Castillo, & Poats., 2008).

**3. Planificación del diseño sustentable**

Según expresa United States Department of the Interior. National Park Service (1993) “El diseño de sitio debe ser llevado a cabo por un equipo multidisciplinario con la conducción de un especialista en la materia (arquitecto o ingeniero), por lo tanto, lo que aquí se plantea son tan solo lineamientos. Para una mayor profundización en el tema, se recomienda la consulta detallada de “Guiding principles of sustainable design” de donde han sido extractadas las siguientes consideraciones específicas para el diseño de sitio

- El primer paso en el diseño sustentable es el proceso de selección de sitio, entendido como aquél que identifica, sopesa y balancea el atractivo de un sitio (natural y cultural) contra el costo inherente de su desarrollo. Debe considerar los siguientes factores: número de visitantes; densidad de las facilidades y edificaciones; características climáticas; pendientes; vegetación; vistas panorámicas; riesgos naturales; acceso a atractivos naturales y culturales; actividades tradicionales; existencia y requerimientos de servicios básicos; separación de las facilidades de apoyo de las áreas de uso público; proximidad de bienes, servicios y alojamiento.
- El segundo paso es la planeación, diseño y construcción de la infraestructura y facilidades de acceso tanto para el área como para el sitio y los atractivos principales (naturales y culturales).

- El tercer paso es la planeación de los sistemas básicos y de tratamiento de desechos.
- Los sistemas básicos o de utilidades se refieren a las facilidades sanitarias, de provisión de energía, calefacción, iluminación, drenajes, tratamiento de aguas negras y grises, etcétera.
- En cuarto término deben tomarse consideraciones de adaptación del diseño al sitio para lo cual habrán de analizarse las características naturales y culturales del contexto; entre las primeras figuran vientos; insolación y asoleamiento; lluvias; topografía; geología y suelos; ecosistemas acuáticos; vegetación; fauna y características visuales (del paisaje). Por su parte, en el contexto cultural se analiza la arqueología e historia de la zona, así como las culturas indígenas y otros grupos comunitarios que vivan actualmente en la zona.
- El quinto paso es la consideración de los métodos y materiales constructivos para lo cual deberá establecerse un programa del proceso constructivo; determinar los límites de la construcción y los rasgos del paisaje.
- Establecer un plan de preservación/recuperación del paisaje natural y cultural.
- Finalmente, el diseño sustentable deberá considerar los aspectos de seguridad del visitante que sean pertinentes”.

#### **4. Diseño y construcción del sendero**

Según propone la Secretaria de turismo (2004). Se debe considerar los siguientes parámetros

##### **a. Diseño**

El objetivo principal del diseño del sendero, es establecer el tipo recorrido del sendero y las zonas que lo conformaran a partir del diagnóstico y los atractivos identificados.

Los criterios básicos de diseño a considerar, tienen que ver con el emplazamiento, zonificación, tipos de recorrido y las modalidades del sendero.

## 1) Emplazamiento

Se refiere al lugar en donde estará asentado el sendero

## 2) Zonificación

Es conveniente que en los senderos interpretativos, en su etapa de diseño se establezca una zonificación básica, que permita identificar los aspectos que facilitarán la estancia del visitante durante su recorrido.

- **Zona de estacionamiento:** En caso de requerirse, se deberá destinar un espacio para el estacionamiento de los automóviles. De preferencia los carros y autobuses, deberán quedarse en el centro urbano más cercano.
- **Zona de acceso, entrada y salida:** Es el espacio de concentración de visitantes, ya sea a su llegada o salida. En esta zona se recomienda tener la señalización informativa del lugar así como las restricciones.
- **Zona administrativa y de servicios:** Instalaciones para servicios informativos, taquilla, de seguridad y sanitarios para los visitantes. En este espacio se puede ubicar el Centro de Interpretación Ambiental.
- **Estación interpretativa:** Se entiende como el espacio en donde se ubica el atractivo focal o complementario, o en su caso, desde esta zona se puede apreciar a la distancia el atractivo. En las estaciones interpretativas, generalmente el guía hace una pausa para dar una explicación en especial, o se colocan mamparas o material informativo en caso de ser sendero autoguiado. Generalmente se cuenta en las estaciones interpretativas con el espacio suficiente para que el grupo pueda estar lo suficientemente cerca del guía, en forma cómoda, así como permitir la instalación de mobiliario y equipamiento.
- **Inter-estación:** Es el espacio que hay entre las estaciones interpretativas y que son recorridas por los visitantes. En las inter-estaciones también se pueden dar explicaciones por parte del

guía, sin embargo se reconoce que ya hay identificadas otras áreas con mayor interés (estaciones interpretativas).

- **Inter-estación alternativa:** Son aquellas rutas o senderos que se pueden utilizar para acortar el camino en caso de que no se quiera recorrer en forma completa el sendero por la ruta tradicional. También son útiles en caso de emergencias o primeros auxilios.
- **Zona de actividades complementarias:** Generalmente utilizadas para actividades de educación ambiental, viveros, talleres, o para la recreación.

#### **b. Consideraciones técnicas y de conservación ambiental en la construcción del sendero.**

Según expresa Riter, et al (2000). Se debe tener en cuenta criterios antes y después de la construcción del sendero como:

- La erosión es un proceso natural que sucede todo el tiempo, los usuarios aflojan el suelo, pero son el agua y el viento los que lo arrasan. Por lo que se deberán dar las recomendaciones a los senderistas sobre las medidas conservacionistas durante su recorrido.
- Los senderos son una creación artificial. Cuando se construye o repara un sendero la meta deberá ser complementar los procesos y paisajes naturales.
- Determinar qué es lo que sucede naturalmente en un área específica y tratar de imitar hacia dónde corre el agua, el viento, cómo crece la vegetación, etc.
- Caminar la totalidad del área de principio a fin.
- Identificar geográficamente sobre mapas y en el terreno los sitios de interés para los visitantes, así como aquellas áreas restringidas, ya sea por seguridad u otras razones (miradores, ciénegas, áreas de cultivo cercadas, etc.).
- Los sitios de interés y áreas restrictivas ayudarán a conducir el sendero hacia lugares que la gente quiera visitar, es decir serán socialmente aceptados por los usuarios.

- Limpiar la vegetación a un metro de cada lado del sendero, partiendo desde el centro. No cortar los árboles o renuevos sin permiso. Sólo remover las malezas a los lados. Salvar la mayoría de reforestación o renuevos, si están pequeños se podrían trasplantar.
- Si existen raíces o tocones no dejarlos al ras del suelo, se deben remover totalmente.
- Podar de manera adecuada las ramas previniendo putrefacción. Es decir, hacerlo en la “y”.

## **5. Construcción de infraestructura ecología en Áreas protegidas**

Según expresa Ministerio del Ambiente (2015) “Actualmente el Ministerio de Ambiente está poniendo en práctica diversos criterios para la construcción de edificaciones sostenibles en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado. A continuación los criterios de carácter ambiental que se están tomando en cuenta:

### **a. Criterio 1**

Establecimiento de necesidades

- Cantidad de visitantes anuales.
- Cantidad de personal administrativo existente.
- Proyecciones a futuro.
- Modelo de gestión de la infraestructura.

### **b. Criterio 2**

Estandarización de líneas arquitectónicas y señalización

- Cada área protegida tiene una sola línea arquitectónica estandarizada.
- Existe un Manual de Señalización para la estandarización de todos los letreros
- Letreros en alto y bajo relieve que pueden ser mantenidos permanentemente
- Letreros de fácil compresión
- Paneles bien elaborados

**c. Criterio 3**

Establecimiento de jardinería nativa

- Se siembra únicamente especies nativas o endémicas en los espacios verdes junto a las instalaciones.

**d. Criterio 4**

Seguridad

- Se ofrece infraestructura segura para las visitas de todo tipo de personas.

**e. Criterio 5**

Optimización en el uso de materiales de construcción

- Las nuevas construcciones se las realiza en función a los tamaños de los materiales para disminuir el desperdicio.

**f. Criterio 6**

Uso exclusivo de maderas de plantaciones

- Se usan únicamente madera de árboles introducidos o especies nativas cultivadas.

**g. Criterio 7**

Reciclaje de desechos sólidos

- Se van a instalar estaciones de reciclaje estandarizadas en todas las áreas protegidas.

**h. Criterio 8**

Diseño de infraestructura de fácil mantenimiento y larga duración

- Bases de hormigón y cubierta impermeabilizada.
- Los tabloncillos de plástico reciclado son un material eco-responsable de muy larga duración.

**i. Criterio 9**

Proveer de confort necesario a los usuarios

- En los servicios higiénicos existen mesones de mármol, cerámicas y porcelanatos de primera calidad para facilitar una desinfección total
- Oficinas con aislamiento térmico en zonas altoandinas
- Las garitas de ingreso prestan las facilidades necesarias al personal de control
- Mirador protegido y con casetas no metálicas

**j. Criterio 10**

Ahorro energético

- Se están instalando calefactores solares
- Se están instalando solatubes
- Se están instalando lámparas solares automáticas
- En zonas calientes la ventilación cruzada es una forma económica de refrescar las habitaciones.
- En zonas frías las claraboyas causan un efecto invernadero que calienta las instalaciones
- El aislamiento térmico es ideal para reducir el gasto energético de calefacción o acondicionamiento de aire

**k. Criterio 11**

Ahorro de agua

- Se están instalando únicamente servicios higiénicos ahorradores
- Se instalan únicamente urinarios secos.

**l. Criterio 12**

Mitigación de impactos ambientales

- Se mitigan impactos ambientales construyendo sistemas de tratamiento de aguas negras.
- Servicios higiénicos con tratamiento de aguas negras y fáciles de desinfectar.

**m. Criterio 13**

Mitigación de impactos visuales

- Los colores naturales de la madera y la teja oscura se mitigan con el entorno

**n. Criterio 14**

Facilidades incluyentes

- Las instalaciones de uso público tienen espacios aptos para personas en sillas de ruedas”.

**J. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN****1. Marketing 3.0**

El marketing 3.0 es el de la sociedad actual, particularmente sensible a las ofertas que tienen una dimensión trascendental: asegurar el bienestar presente y futuro de la humanidad al protegerla contra todos los riesgos económicos, ecológicos y sociales y, de ser posible, conducirla hacia el mejor y más placentero de los mundos sin afectar la libertad individual. (Kotler, 2011)

**a. Validez**

En el marketing 3.0 las compañías exitosas deben entender que las marcas ya no pertenecen a ellos y por ende, tener el control es casi imposible. Las marcas pertenecen a los consumidores, la misión de la marca es ahora su misión.

**b. Venue (Conveniencia)**

Es necesario que las compañías hagan una búsqueda de cuáles son sus canales adecuados para llegar al consumidor anteponiendo que dicho canal debe tener un propósito similar, identidad y valores semejante a los de la compañía que le contrata.

### **c. Valor**

En este capítulo, podemos subrayar la importancia de los valores en compañías que están mutando hacia un compromiso verde. Los beneficios de esta transformación incluyen menores costos, mejor reputación y empleados más motivados.

### **d. Vogue (Moda)**

Es de cajón: ¡las experiencias de otros consumidores son naturalmente más creíbles que la publicidad! El internet, las redes sociales han permitido u ocasionado que el marketing cambie por completo en su dinámica y surja el Marketing 3.0.

## **K. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL**

“La Matriz de Lázaro Lagos Pérez consta de dos tablas, identifica, describen, evalúan y otra donde se cuantifican los impactos. Utiliza 9 criterios de evaluación entre cualitativos y cuantitativos”. (Chacón, 2015)

### **1. Determinación de las actividades**

Las actividades a desarrollarse dentro del proyecto se encuentran enlistadas en la matriz del método de Lázaro Lagos.

### **2. Determinación de los componentes ambientales**

La manera de determinar es viendo los aspectos positivos y negativos que suscitan con la elaboración del proyecto, todo esto es reflejado bajo el mismo método de Lázaro Lagos.

### **3. Parámetros para la evaluación de impactos ambientales**

#### **a. Naturaleza**

Se marcará con un signo (+) si el impacto es positivo o de lo contrario se marcará con un signo (-) si el impacto es negativo.

#### **b. Magnitud**

Se la puede determinar a través de tres rangos:

1= Baja intensidad, cuando el área afectada es menor a 1ha.

2= Moderada intensidad, cuando el área afectada está entre 1 a 10has.

3= Alta intensidad, cuando el área afectada es mayor a 10has

#### **b. Importancia**

Es establecida mediante cuatro rangos de evaluación:

0 = Sin importancia

1 =Menor importancia

2 =Moderada importancia

3 =Importante importancia

#### **c. Certeza**

Es determinada a través de tres rangos definidos con letras:

**C** = (certeza) si el impacto ocurre con un nivel de probabilidad del 75%.

**D** = (duda) si el impacto ocurre con un nivel de probabilidad entre el 50-75%.

**I** = (indeterminado) cuando son necesarios estudios científicos más profundos para establecer la certeza del impacto.

#### **d. Tipo**

Se define de la siguiente manera:

**(Pr)** Primario. Si el impacto es provocado por la creación del proyecto.

**(Sc)** Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.

**(Ac)** Acumulativo. Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

#### **e. Reversibilidad**

Puede ser de dos tipos:

**1=** Reversible. Si el impacto se puede solucionar mediante elementos naturales.

**2=** Irreversible. Si el impacto no se puede cambiar mediante elementos naturales.

#### **f. Duración**

Se determina a través del tiempo en:

**1=** A corto plazo. Si el impacto permanece menos de un año.

**2=** A mediano plazo. Si el impacto persiste entre 1 a 10 años.

**3=** A largo plazo. Si el impacto continúa por más de 10 años.

#### **g. Tiempo en Aparecer**

Determinado por el tiempo se clasifica en:

**C:** Corto plazo. Si el impacto ocurre dentro del primer semestre posterior a la ejecución del proyecto.

**M:** Mediano plazo. Si el impacto ocurre entre los 9 meses hasta los 5 años de haber implementado el proyecto.

**L:** Largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

#### **h. Considerado en el proyecto**

Se define por:

**S:** Si. Si el impacto fue considerado en el proyecto.

**N:** No. Si el impacto no fue considerado en el proyecto.

La última columna del cuadro corresponde a la ponderación de los factores, en donde se considera a “Magnitud” e “Importancia” como valores claves para el proceso. En consecuencia para el cálculo de los criterios de evaluación estos factores son multiplicados. Por otro lado los factores de Reversibilidad y Duración dentro del cálculo solo se suman al producto de los criterios de evaluación anteriores”.

## **L. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

### **1. Estudio administrativo**

En una empresa, la administración consiste en la manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeado), llamado en su conjunto “Proceso administrativo” o “funciones de la administración” (Valdivieso, 2000).

Es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionará el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en: planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboradores y otros (Valdivieso, 2000).

### **2. Estudio legal**

El ámbito legal de un proyecto implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio (Henandes, 1997).

Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la

ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería (Henandes, 1997).

Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarros, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos (Contreras, 2005).

## M. ESTUDIO ECONÓMICO

Según expresa Sendín (2006). El estudio económico de un proyecto se compone por:

Uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, tenemos tres elementos monetarios importantes:

- **Inversiones.-** Se refieren a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio en cada empresa.
- **Gastos.-** Se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc.).
- **Ingresos.-** Se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto.

## N. ANÁLISIS FINANCIERO

### 1. Concepto

El análisis financiero constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u alguna otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión (James, 2007).

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones. Una de las evaluaciones que deben de realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto (James, 2007).

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto (James, 2007).

Sus fines son, entre otros: (James, 2007)

- Establecer razones e índices financieros derivados del balance general.
- Identificar la repercusión financiar por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.
- Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- Determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.
- Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

## 2. Indicadores de rentabilidad

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

Es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. Al contrario del VAN (valor actual neto), que entrega como resultado una magnitud, el TIR entrega un porcentaje, por lo que muchos analistas lo prefieren, aunque es más preciso como indicador el VAN. En otras palabras, el TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión (James, 2007).

Se considera que si el TIR es mayor que el costo del capital para un proyecto, este último entrega valor a la compañía. Desde otro punto de vista, un proyecto es bueno siempre y cuando su TIR sea mayor al retorno a la inversión que se pueda obtener en inversiones alternativas, como por ejemplo depósitos a plazo (James, 2007).

### b. **VAN, valor actual neto**

Es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo). Es por otro lado una de las metodologías estándar que se utilizan para la evaluación de proyectos (James, 2007).

### c. **Relación Costo /Beneficio**

Está representada por la relación: Ingresos / Egresos: En donde los ingresos y los egresos deben ser calculados de un modo que no genere pérdidas para la empresa y por el contrario tenga un criterio de ganancias para poder que uno de los objetivos se cumplan como el de generar beneficios a la empresa y su personal. El análisis de la relación beneficio costo implica que: (James, 2007).

#### IV. MATERIALES Y MÉTODOS

##### A. **CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

###### 1. Localización

El presente trabajo tendrá lugar en el sector el Batán, cantón Riobamba perteneciente a la provincia de Chimborazo.

###### 2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17 SUR, Datum WGS84

X = 757922 E

Y = 9814816 N

###### 3. Límites

El Sector el Batán está limitado al Norte por el río Chibunga; al Sur por el barrio San José de Chibunga; al Este por la quinta Macaji; y al Oeste por el Barrio San Vicente.

###### 4. Características climáticas

De acuerdo al (Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal, 2008). Estas se componen por:

Temperatura promedio: 18°C a 20°C.

Humedad relativa: 76% a 94 %.

Precipitación anual: 1200 a 1700 mm anuales.

Clima: Mesotérmico semi-húmedo

###### 5. Clasificación ecológica

De acuerdo al Ministerio del Ambiente del Ecuador (2013) el área de objeto de estudio pertenece al bosque y arbustal semideciduo del norte de los Valles.

## **6. Materiales y equipos**

### **a. Materiales**

Hojas de papel bon, lápiz, libreta de campo, Cds, tinta de impresora, esferos, carpetas.

### **b. Equipos.**

Computadora, impresora, cámara digital, flash memory 4GB, GPS.

## **B. METODOLOGÍA**

La presente investigación se fundamenta en el método no experimental y se la llevará a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo, cuyos objetivos se cumplirán de la siguiente manera:

### **1. Evaluar el potencial de la zona para la implementación del producto Ecoparque de aventura**

Para el cumplimiento de este objetivo se recopiló y levantó información que forma parte de los parámetros establecidos en las secciones consideradas en los tres (3) entornos:

#### **a. Entorno físico**

Dentro de este ámbito se recabó información acerca de la ubicación política administrativa, localización geográfica, extensión, límites y vías de acceso. Esta información se recopiló mediante una investigación bibliográfica basada en la revisión de fuentes secundarias, la determinación de la superficie y límites se realizó mediante el análisis de información cartográfica.

#### **b. Entorno ambiental ecológico**

Este ámbito abarca información referente a las características climáticas, clasificación ecológica, topografía y suelos, el uso actual y predial del suelo, recursos hídricos y los recursos faunístico y florísticos de la zona:

Parte de esta información se recopiló mediante una investigación bibliográfica basada en la revisión de fuentes secundarias, documentación del registro de propiedad así como también se levantó información de recursos naturales a través de la georreferenciación para el diseño de mapas.

### **c. Entorno social económico**

Este ámbito abarca la evaluación de dos (2) secciones: La primera acerca de la situación del área en la que se determinó la tenencia de tierra y servicios básicos y la segunda en la que se consideró los aspectos socioeconómicos del área de influencia.

Esta información se recopiló mediante una investigación bibliográfica basada en la revisión de fuentes secundarias de registros municipales, además mediante visitas de campo se determinó la funcionalidad socioeconómica de la zona de estudio.

### **d. Estudio de mercado**

Para la realización del estudio de mercado se revisó fuentes de información secundaria sobre datos estadísticos existentes en entidades locales y regionales como el Ministerio de Turismo, anuario de estadísticas turísticas. También mediante investigación primaria se analizó el comportamiento de la demanda y de la oferta turística.

#### **1) Análisis de la demanda**

Para el cumplimiento del segundo objetivo se consideró las siguientes fases:

##### **a) Técnica de muestreo**

Las técnicas de muestreo que se utilizaron son: para el primer grupo el muestreo por conglomerados, para el segundo grupo de muestreo se utilizó el muestreo aleatorio estratificado.

##### **b) Determinación del universo**

Se tomó como referencia tres universos siendo el primero los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, el segundo la población local conformado por grupo de jóvenes que tienen un rango de edad de veinte (20) a treinta y cinco (35) años que se encuentren afiliados al seguro social y el tercero conformado por grupos empresariales.

**c) Cálculo de la muestra**

Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula estadística que establece (Arboleda, 1998).

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

Dónde:

**N** = Universo de estudio

**P** = Probabilidad de éxito = 0.5

**Q** = Probabilidad de fracaso = 0.5.

**e** = Margen de error 5%.

**z** = Nivel de significancia = 1.96

**n** = Tamaño de la muestra.

**i. Turistas Nacionales y extranjeros**

Según datos obtenidos del boletín de estadísticas turísticas 2009 – 2013. En la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo se han registrado la visita de 59.344 turistas nacionales y 9.279 turistas extranjeros dándonos un total de 68.623 turistas para el año 2013

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

$$n = \frac{9.279 * (0.5) * (0.5)}{(9.279 - 1) * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)} \qquad n = \frac{68.623 * (0.5) * (0.5)}{(68.623 - 1) * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 382$$

$$n = 369$$

En donde 382 encuestas fueron dirigidas a turistas nacionales y 369 a turistas extranjeros

## ii. Población local

Según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). Se encuentran registrados 16.325 habitantes ubicados entre los veinte (20) a treinta y nueve (39) años afiliados al seguro social procedentes del cantón Riobamba. Se ha determinado este universo debido a que las actividades de aventura exigen tener la mayoría de edad, además se consideró que este grupo posee mayor capacidad de gasto.

$$n = \frac{16.325 * (0.5) * (0.5)}{(16.325 - 1) * \left(\frac{0.05}{1.96}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 375$$

## iii. Grupos empresariales

Para seleccionar los grupos empresariales se consideraron criterios como su situación legal (en actividad) y empresas pertenecientes a cuatro (4) ramas o actividades de gran importancia y que suponen gran potencial para el producto

- a) Actividades de atención de la salud humana
- b) Suministro de electricidad, gas, vapor y aire
- c) Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
- d) Enseñanza

## d) Técnica e instrumento

Las técnicas que se utilizaron para recolectar información sobre la demanda turística fueron la encuesta y como instrumento el cuestionario dirigida a los turistas nacionales, extranjeros y la población local y fue diseñada de acuerdo a los requerimientos de la investigación considerando variables sociodemográficas y psicográficas, estructurada en español para los turistas nacionales (**Ver anexo 1**), en inglés para turistas extranjeros (**Ver anexo 2**) y para la población local (**Ver anexo 3**).

Para los grupos empresariales se recolectó información mediante la entrevista y como instrumento al guía de entrevista (**Ver anexo 4**).

#### **e) Determinación del perfil de la demanda**

Una vez aplicadas las encuestas se determinaron los gustos y preferencias que permitió generar una base de datos en el programas estadístico Spss y mediante un análisis de gráficos poder establecer el perfil del consumidor.

### **2) Análisis de la Oferta**

Se definieron los competidores actuales y potenciales, productos turísticos, establecimientos que conforman la planta turística local. Dentro del análisis de la oferta se analizó:

#### **a) Planta turística**

Se recopiló información del catastro de la Dirección de Regulación y Control del Ministerio de Turismo.

#### **b) Productos turísticos**

En este aspecto se identificó los productos turísticos en el contexto cantonal y provincial a través de una revisión bibliográfica

#### **c) Análisis de la competencia**

Por medio de la investigación directa de productos similares a nivel regional - provincial se analizaron los siguientes elementos: el nombre, tipo, categoría, instalaciones, clientes anuales, servicios, capacidad, precio, ubicación, demanda, formas de comercialización y observaciones; para lo cual se diseñó la siguiente matriz (**Ver Anexo 5**).

### 3) Confrontación oferta vs. Demanda

Para las proyecciones se utilizó el método del incremento compuesto; el cual considera la siguiente fórmula  $C_n = C_o (1+i)^n$ , donde:

**C<sub>n</sub>** = Población futura, resultado de la proyección

**C<sub>o</sub>** = Población al inicio del período

**i** = Tasa media anual de crecimiento

**n** = Número de años que se va proyectar la población

Se cumplió con las siguientes fases:

- **Proyección de la demanda.-** se proyectó la demanda, para ver el mercado que abarca los 5 años posteriores, utilizando el método del incremento compuesto.
- **Proyección de la oferta.-** se proyectó la oferta, para ver el mercado correspondiente a los cinco (5) años posteriores, utilizando el método del incremento compuesto.
- **Demanda insatisfecha.-** se confrontó la proyección de la demanda con la de la oferta para ver el mercado que abarca los cinco (5) años posteriores, para así, poder determinar la cuota de demanda objetivo.
- **Demanda objetivo.-** se realizó una aproximación en función del tamaño del producto (capacidad instalada).

## **2. Determinar la viabilidad técnica del producto Ecoparque de aventura**

### **1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística**

#### **a. Localización del producto**

Para definir la localización del producto se consideró dos aspectos: La macro localización y micro localización para ello se realizó una proyección del sitio donde se pretende implementar el producto, a través del análisis cartográfico utilizando el programa ArcGis 10.1

#### **b. Zonificación**

Se realizó mediante el levantamiento de información cartográfica con gps y se pudo establecer la normativa de uso, no uso, caracterización y objetivos para cada zona que comprende el producto.

### **2. Características técnicas**

En esta etapa se detalló datos de altura, distancia y viento los cuales fueron determinados mediante la revisión de informes de la estación meteorológica de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Estas características se definieron acorde al tipo de actividad definida como apta por cada zona establecida en la etapa de zonificación.

### **3. Equipamiento**

Se detalló el mobiliario y equipos que el producto requiere. La propuesta se estableció en dos ámbitos, el primero relacionado con las actividades en el que se consideró el equipamiento personal y colectivo en base a los mínimos requeridos por el Ministerio de Turismo en el reglamento de operación turística de aventura y el segundo vinculado a la prestación de servicios conformado por infraestructura, planta e instalaciones, se incorporó estándares mínimos de calidad por ámbito de servicio.

Los costos fueron determinados en base a proformas actualizadas. Para su descripción se tendrá como referencia las áreas de los servicios establecidos y la capacidad instalada del producto.

#### **4. Diseño de la infraestructura física**

Las características arquitectónicas se establecieron acorde a los catorce (14) criterios establecidos por el Ministerio del Ambiente para la construcción de infraestructura ecológica en áreas protegidas, además se utilizó el manual de señalización turística del Ministerio de Turismo y el manual de señalización para el patrimonio de áreas naturales del estado del Ministerio del ambiente. Considerando las áreas y requerimientos para las actividades y servicios, se calculó el presupuesto de construcción en base al análisis de precios unitarios (APU).

#### **5. Definición del proceso productivo**

Se definió los procesos a ser desarrollados por el área productiva en función de la estructura técnica del producto, estos procesos se establecieron en el manual de procedimientos por actividades y servicios ofertados, el manual contendrá: procesos, procedimientos, flujograma del proceso y herramienta de operación.

### **3. Determinar las estrategias de comercialización del producto Ecoparque de aventura**

#### **a. Estudio de mercadotecnia**

Se definieron las estrategias de posicionamiento identificando el nicho de mercado considerando las estrategias del Marketing 3.0:

- **Validez.-** Se definieron los valores del producto, diseñando una marca responsable que integre los componentes de seguridad, medio ambiente, cuestiones sociales y se estructuró una misión de marca.
- **Valor.-** Para determinar el precio se definió los siguientes factores: el costo de producción, la competencia, el perfil del cliente en el estudio de la demanda, la exclusividad, calidad de las actividades y servicios del producto. También se analizaron las políticas de cobro y formas de pago.

- **Venue (Conveniencia).**- En base al estudio de mercado se definió los canales de distribución y procesos eficaces para la comercialización de las actividades y servicios del producto.
- **Vogue (Moda).**- En base al estudio de mercado se definió los medios publicitarios con mayor tendencia y para la difusión de las actividades y servicios se consideró el tiempo de mayor concurrencia en dichos medios.

#### **4. Determinar la viabilidad ambiental y social del producto Ecoparque de aventura**

En función de los requerimientos se evaluó el grado de impacto socio-ambiental que podría causar la implementación del producto mediante la aplicación de la matriz de Lázaro Lagos (Ver anexo 6). Esta metodología generó información precisa en los ámbitos cultural y ambiental, que podrían resultar afectados durante la implementación y operación del producto, se analizaron los ámbitos: agua, aire, suelo, flora y fauna, los factores a evaluar serán:

- Medio físico o medio ambiental (medio inerte o físico, medio biótico y medio perceptual).
- Medio socioeconómico cultural (medio sociocultural y medio económico).

Como primer paso se identificaron en una lista todos los impactos que se pueden generar en el medio ambiental y el medio social, económico y cultural, para posteriormente proceder a la cuantificación y valoración.

#### **5. Determinar la viabilidad legal, administrativa del producto Ecoparque de aventura**

Se definió la figura legal y los requerimientos necesarios establecidos en leyes para la operación del producto, posteriormente se estructuró un modelo de gestión para la administración y operación del producto. La propuesta contiene: estructura administrativa, manual de funciones, manual de procedimientos, plan de capacitación, normativas y regulaciones (reglamento interno).

## **6. Determinar la viabilidad económica, financiera del producto Ecoparque de aventura**

### **a. Análisis económico**

En primer lugar se definió el presupuesto de los materiales y equipos requeridos para la puesta en marcha de esta actividad, posteriormente se llevó a cabo el estudio de:

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
- Presupuesto de costos y gastos
- Costos e ingresos
- Balances
- Estado de resultados
- Flujo de caja del producto

### **b. Análisis financiero**

Con el análisis financiero, se determinó la rentabilidad del producto y su viabilidad de implementación y posterior operación, para ello se analizaron indicadores financieros mediante el cálculo de:

- Flujo neto de caja
- Valor actual neto
- Tasa interna de retorno
- Relación beneficio costo
- Periodo de recuperación
- del capital

## V. RESULTADOS

### A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL DE LA ZONA

#### 1. Entorno físico

##### a. Ubicación político administrativa

El área de estudio se localiza en el sector el Batán, cantón Riobamba perteneciente a la provincia de Chimborazo.

##### b. Localización geográfica

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17 SUR, Datum WGS84

X = 757729 E

Y = 9814899 N

##### c. Extensión y límites

La altitud del área de estudio está comprendida entre los 2819 – 2993 msnm; se encuentra limitado al norte por el río Chibunga; al sur por el barrio San Vicente y el Batán; al este por el barrio el Batán; y al oeste por el Barrio San Vicente.

##### d. Vías de acceso

Se puede acceder al área de estudio por una vía de segundo orden tipo asfaltado que permita la movilización en vehículo desde la zona urbana o utilizando la línea de transporte urbano N°12.

Sin embargo las vías que permiten el acceso al sitio se encuentran en malas condiciones debido a que la vía principal no ha tenido el mantenimiento adecuado y exige una renovación completa de asfalto para todo el tramo. Además las calles secundarias están formadas por suelos arenosos que acompañadas a las condiciones secas del sitio y viento, provocan una cantidad excesiva de polvo.

## 2. Entorno ambiental ecológico

### a. Características climáticas

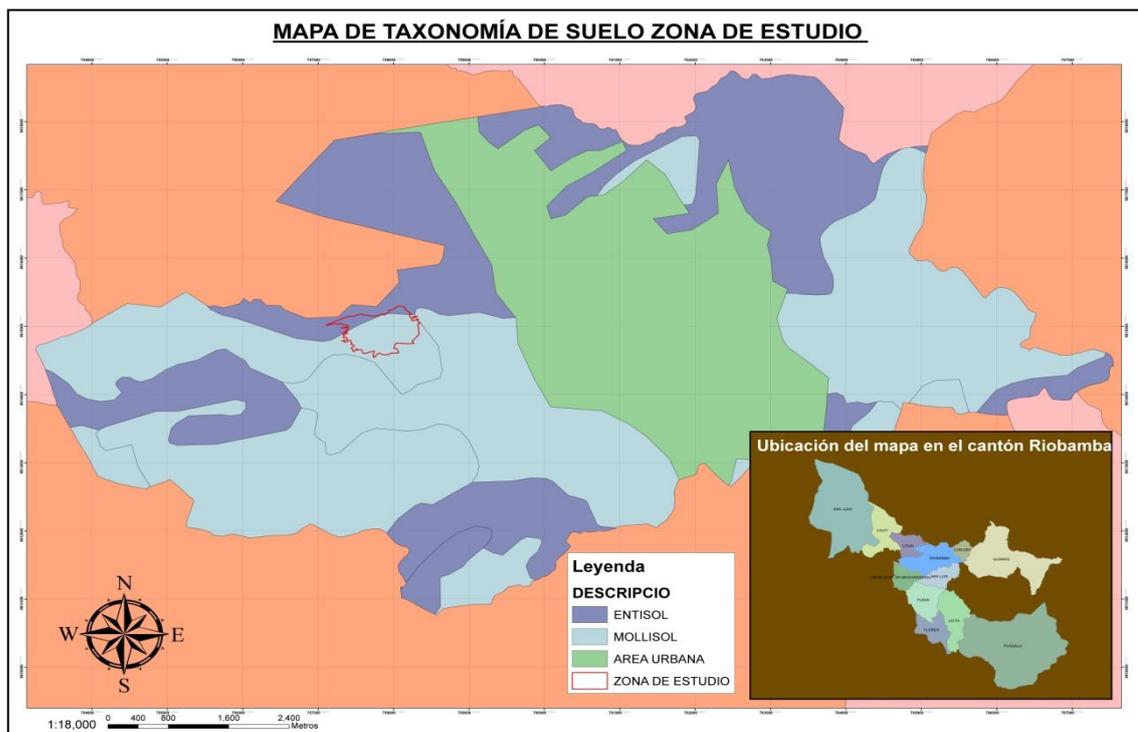
Según el anuario climatológico 2014. En el que se registra datos a 2850 msnm en la estación meteorológica de la facultad de recursos naturales – Riobamba, se determinó: (Negrete & Arebalo, 2014).

- 1) Temperatura del aire: mínima de 11,7°C y máxima de 14,8°C con una media de 13,4°C
- 2) Humedad relativa: mínima de 49,8 y máxima de 77,8 con una media de 63,1
- 3) Procedencia del viento: Sureste con una velocidad de 2,1 m/s
- 4) Precipitación atmosférica anual: 564,5 mm

### b. Clasificación ecológica

De acuerdo al Ministerio del Ambiente del Ecuador (2013) el área objeto de estudio pertenece al Bosque y Arbustal Semideciduo del Norte de los Valles.

### c. Topografía y suelos



**Figura 1-1.** Mapa de taxonomía de suelo zona de estudio

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

**Tabla 1-1.** Descripción de taxonomía uso de suelo zona de estudio

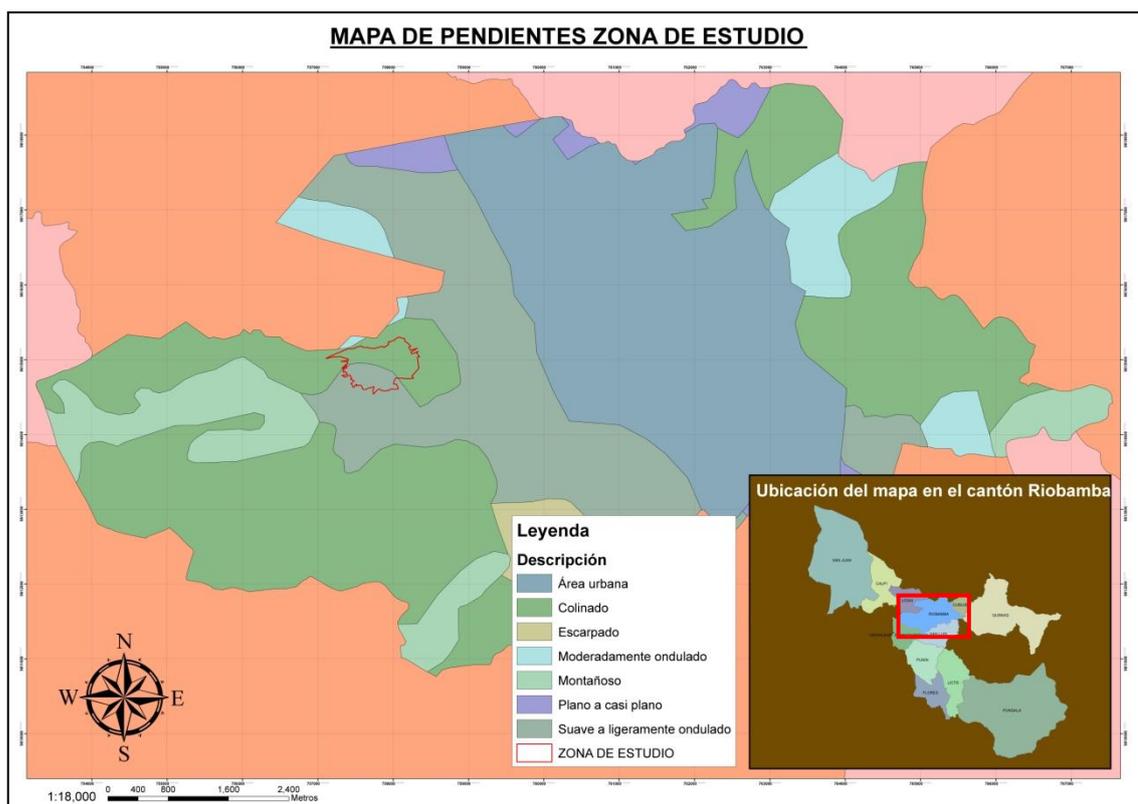
<b>ORDEN: MOLLISOLES</b>
Los mollisoles son en su mayoría aquellos de color negro; ricos en bases de cambio, muy comunes de las áreas originalmente de praderas que han dado lugar a la formación de un horizonte superior de gran espesor, oscuro, con abundantes materiales orgánicos y de consistencia y estructura favorables al desarrollo radicular (epipedón mólico), debiendo destacarse para ello la acción de microorganismos y lombrices.
<b>SUBORDEN: Ustolls</b>
Son los Mollisoles más o menos bien drenados, de zonas con condiciones climáticas secas o semiáridas, templadas a cálidas. La sequedad es frecuente en estos suelos por lo cual casi siempre se requiere de irrigación artificial para los cultivos.
<b>TIPO: Argiustolls</b>
Son los Ustolls que tienen un horizonte argílico bajo el epipedón mólico. Se han desarrollado sobre depósitos coluviales de diferente origen, cenizas y/o mezclas de gravas, piedras, arenas, conglomerados y cantos rodados. Son suelos negros de textura arcillo-arenosa a limo-arenosa, a veces mezclada con gravas; pH neutro; alta saturación en bases y buena fertilidad natural. Se encuentran bajo climas templados y secos, sobre relieves planos, concavidades u ondulaciones de las vertientes y partes bajas andinas. Su mejor aprovechamiento es en cultivos anuales, pastos y frutales.
<b>ORDEN ENTISOLES</b>
Son aquellos suelos que tienen muy poca o ninguna evidencia de formación o desarrollo de horizontes pedogenéticos. Hay muchas razones por las cuales no se han formado los horizontes; en muchos de los suelos el tiempo de desarrollo ha sido muy corto, otros se encuentran sobre fuertes pendientes sujetas a erosión y otros están sobre planicies de inundación, condiciones éstas que permiten el desarrollo del suelo. Pero no todos los Entisoles son suelos jóvenes, existen algunos que se han formado sobre materiales muy antiguos pero contienen arenas de cuarzo y otros minerales muy pobres que no forman horizontes sino con extremada lentitud.

**Fuente:** (Calvache, 2014)

**Realizado por:** Franklin Londo Guapi

#### d. Pendiente

Las pendientes predominantes de la zona de estudio se encuentran entre 25 - 50° correspondientes a colinadas, las cuales están formadas por laderas frágiles acompañadas de una erosión fuerte con condiciones de asoleamientos extremos y espectaculares vistas paisajísticas. Llegando a pendientes medianamente planas de 5 - 12° que corresponden a suaves y ligeramente onduladas.



**Figura 2-1.** Mapa de pendientes zona de estudio

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

**Tabla 2-1.** Categoría de pendiente por rangos

DESCRIPCIÓN	RANGO °
Plano a casi plano	0 - 5
Suave a ligeramente ondulado	5 - 12
Moderadamente ondulado	12 - 25
Colinado	25 - 50
Escarpado	50 - 70
Montañoso	>70
Área urbana	U

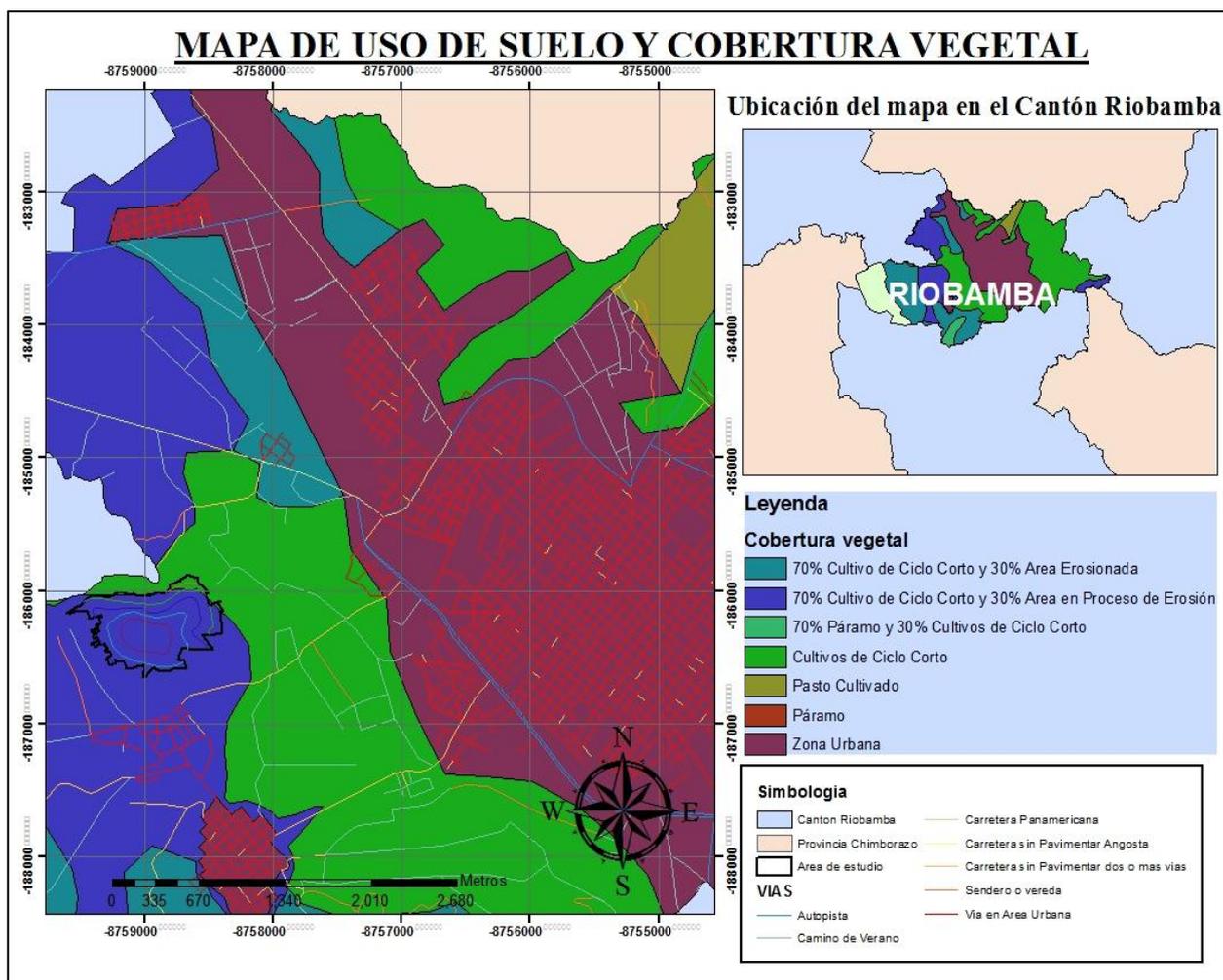
Fuente: Cartografía Ministerio del ambiente

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## e. Uso actual y predial del suelo

### 1) Uso actual del suelo

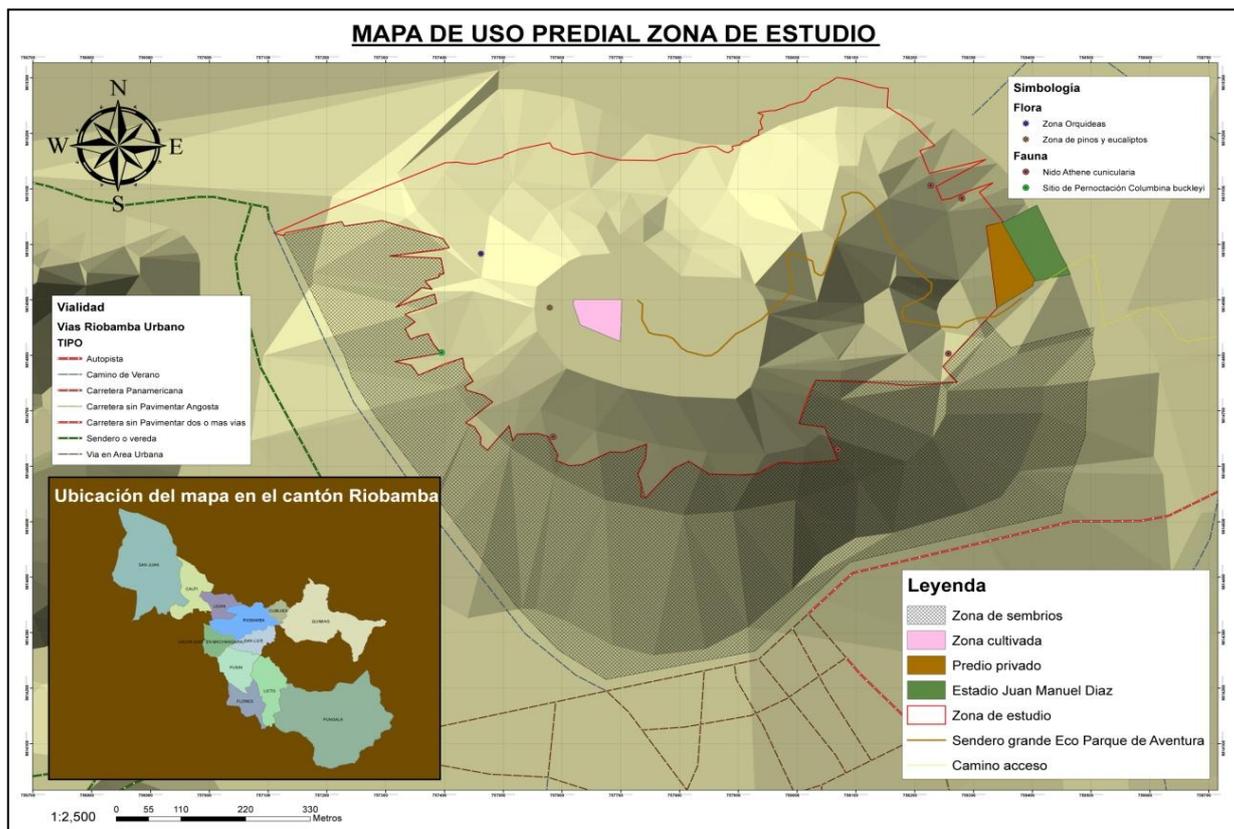
El área de estudio está conformada por los siguientes tipos de cobertura vegetal, perteneciendo su mayor proporción de superficie al 70% cultivo de ciclo corto y 30% área en proceso de erosión con una pequeña área de cultivo de ciclo corto (Ver figura 3-1)



**Figura 3-1.** Mapa de uso de suelo y cobertura vegetal zona de estudio

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

## 2) Uso actual del predio



**Figura 4-1.** Mapa de uso predial zona de estudio

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El uso del predio actualmente está dividido por 3 zonas, las cuales debido a su alto grado de intervención antrópica se diferencian en: la zona de extracción de madera principalmente de pinos y eucaliptos en etapa de cosecha, la zona de especies de tipo herbácea y arbustiva y la zona cultivada la cual se muestra en proceso de erosión.

Además, en el mapa vale resaltar una zona de influencia denominada zona de sembríos la cual está adjudicada por tramos individuales a los pobladores locales quienes utilizan el suelo para sembríos de especies de la zona

### f. Recursos hídricos

El recurso hídrico presente en el área de estudio está conformado por el río Chibunga el cual presenta una disminución de caudal y alta contaminación, además por el barrio el Batán atraviesa el sistema de riego Chambo que recorre los cantones Riobamba y Guano, siendo utilizado por los pobladores locales para el riego de sembríos de hortalizas, alfalfa, maíz y papas.

## g. Recursos faunístico y florísticos

### 1) Fauna

El sector el Batán afortunadamente se lo puede considerar un área rural, en la cual se evidencian una variedad de especies de aves quienes habitan en un entorno rodeados por construcciones y zonas de cultivo tales como: Gorrión (*Zonotrichia capensis*); Colibrí Colilargo Mayor (*Lesbia victoriae*); Pájaro Brujo (*Pyrocephalus rubinus*); Metalura tiria (*Metallura tyrianthina*); Conirrosto Cinéreo (*Conirrosto Cinéreo*); Fringilo Platero (*Phrygilus alaudinus*); Quilico (*Falco sparverius*); Mirlo (*Turdus chiguanco*); Tórtola (*Columbina buckleyi*); Colibrí Rutilante (*Colibri Coruscans*).

En el área de estudio mediante salidas para el reconocimiento de especies de fauna a través de los senderos existentes se identificó especies de aves como el búho terrestre (*Athene cunicularia*) y el Quilico (*Falco sparverius*) cabe mencionar que el sitio no presenta mayor diversidad de especies de flora de tipo alimenticio para aves y es debido a ello que existen pocas especies. En cuanto a mamíferos anfibios y reptiles no se logró registrar ninguna especie. Además se identificaron cinco (5) nidos de la especie *Athene cunicularia* distribuidos en diferentes sitios del área de estudio, determinándose que el sitio presenta las condiciones necesarias para la reproducción de esta especie.

### 2) Flora

Para el inventario de flora en el área de estudio se realizaron recorridos para el reconocimiento de especies, se lograron identificar especies en distintos estratos (bajo, medio y alto) a continuación el detalle:

- a) Estrato bajo: Chilca (*Baccharis latifolia*); Alfalfa (*Medicago sativa*); Marco (*Ambrosia arborescens*); Cactus (*Austrocylindropuntia cylindrica*); Frejol (*Phaseolus vulgaris*); Tocto o Nogal (*Juglans neotropica*); Supirroza (*Lantana camara*)
- b) Estrato medio: Cactus (*Austrocylindropuntia subulata*); Eucalipto (*Eucalyptus globulus*); Cabuya negra (*Agave americana*); Cabuya blanca (*Furcraea andina*)
- c) Estrato alto: musgo de piedra (*Usnea barbata*); Wicundo (*Tillandsia ionochroma*) Eucalipto (*Eucalyptus globulus*); Shawingo Bromelia (*Tillandsia secunda*); Sigse (*Cortaderia jubata*); Epífita (*Tillandsia incarnata*); Paja (*Calamagrostis intermedia*); pino (*Pinus sylvestris*)

Las especies de flora más abundantes son el eucalipto (*Eucalyptus globulus*); paja (*Calamagrostis intermedia*) y pino (*Pinus sylvestris*) ya que poseen mayor número de individuos distribuidos en los tres (3) estratos.

En el estrato alto se encontró un área intervenida que afecta drásticamente a la composición vegetal del área de estudio, que ha sido utilizada para el cultivo de Frejol (*Macroptilium atropurpureum*) cuya presencia provocó la extracción definitiva de las especies pino y paja, además cabe mencionar que el área no posee las condiciones para ser considerada una zona de cultivo debido a que se altera la función ecosistémica del sitio y no existe la posibilidad de suministro con agua de riego.

### **3. Entorno social económico**

#### **a. Situación del área**

##### **1) Tenencia de la tierra**

El predio está adjudicado al señor Crisologo Haro que tiene una posesión efectiva de 8 años, el predio colinda con propiedades privadas como la del señor Esteban Brito; el estadio Manuel Díaz de propiedad barrial; el salón de recepciones las Manolas de propiedad privada y diversos terrenos de cultivos de maíz adjudicados a pobladores locales.

##### **2) Servicios básicos e infraestructura**

###### **a) Educación**

En el sector el Batán funciona la escuela García Moreno, el Jardín de Infantes Fausto Molina y un Centro Infantil del Buen Vivir.

###### **b) Salud**

Los pobladores del sector el Batán reciben atención en el subcentro de salud de Yaruquies ubicado en la parroquia del mismo nombre a cinco (5) minutos en vehículo particular, para acceder a servicios especializados de salud se debe acudir al área urbana del cantón Riobamba.

**Tabla 3-1.** Registro de establecimientos de salud

<b>Establecimiento</b>	<b>Dirección</b>	<b>Contacto</b>
Hospital Provincial General Docente Riobamba	Av. Juan Félix Proaño s/n y Chile	Telf.(03)2628064 E-mail: gerenciahospitalsanjuan@hotmail.com Web: hospitalriobamba.gob.ec/
Hospital de especialidades san Juan	Veloz y Autachi	Telf. (03)2944636 – (03)2963098
Clínica Metropolitana	Junín 2528 y España	Telf.(03)2941930
Hospital del instituto Ecuatoriano de seguridad social	10 de Agosto y Pichincha	Telf.(03)2960139 E-mail: murquizo@iess.gov.ec
Hospital andino alternativo de Chimborazo	Pastaza y Manabí Cdla. 24 de mayo	(03)2603391 – (03)2603389 (03)2600153 – (03)2602203 E-mail: haach@andinanet.net Web: www.hospitalandino.org.ec
Clínica Santa Cecilia	Guayaquil y Rocafuerte	Telf.(03)2960164
Clínica San Marcos	Pichincha 1558 y Esmeraldas	Telf.032954897
Clínica Riobamba	Av. unidad Nacional 3612 y Uruguay	Telf.(03)2961386

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### 3) Servicios públicos

En todas las viviendas de los pobladores del barrio el Batán se cuenta con el servicio de energía eléctrica que es suministrado por la Empresa Eléctrica Riobamba S.A.

El servicio de agua potable está a cargo de la “Junta administradora de agua potable barrio San José del Batán” quienes están representados por una directiva local y legalmente constituida suministran este servicio a todos los pobladores del barrio el Batán.

El servicio de alcantarillado está a cargo de la “Empresa Pública - Empresa Privada de Agua Potable y Alcantarillado de Riobamba” competencia establecida en el Código orgánico de ordenamiento territorial autonomía y descentralización 2010. Las condiciones del servicio de alcantarillado en el barrio el Batán son deplorables debido a que llevan aproximadamente 10 años en los cuales no ha recibido el mantenimiento adecuado.

El servicio de recolección de basura está a cargo de la Dirección de Gestión ambiental, Salubridad e Higiene del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. Los recolectores realizan recorridos periódicos de martes a sábado en horarios de 07h00 a 15h30.

#### 4) Aspectos socioeconómicos

##### a) Nivel organizacional

El sector el Batán está conformado aproximadamente por 300 familias, representados a través de organizaciones de derecho liderada por la Junta barrial, además de la Junta Administradora de Agua Potable Barrio San José del Batán, el Comité de Fiestas Barrial, el Comité Deportivo Barrial, la Junta de Agua de Riego y la Asociación Agrícola y Forestal de Trabajadores San Fernando. Cuyas actividades están desarrolladas en coordinación con la población local.

##### b) Actividades productivas

Las actividades desarrolladas por los habitantes del sector el Batán están segmentadas en empleados públicos y privados, fabricación de muebles, fabricación de prendas textiles, transporte “Cooperativa de Taxis Primicias de los Andes”, elaboración de artesanías, crianza de especies menores y en menor proporción la agricultura debido a que va en aumento la expansión urbanística.

Las áreas destinadas a la agricultura son para el cultivo de alfalfa (*Medicago sativa*); papas (*Solanum tuberosum*); maíz (*Zea mays*); lechuga (*Lactuca sativa*); brócoli (*Brassica oleracea*); zanahoria (*Daucus carota*); cebolla (*Allium cepa L*); tomate (*Solanum lycopersicum*); frutilla (*Fragaria vesca*), entre otras.

#### 4. Estudio de mercado

##### a. Análisis de la demanda

##### 1) Turistas nacionales y extranjeros

##### a) Perfil de turistas nacionales

De acuerdo a los datos obtenidos del boletín de estadísticas turísticas 2013 en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo se han registrado la visita de 59,344 turistas nacionales, una vez aplicada la encuesta se pudo determinar sobre gustos y preferencias de los turistas nacionales (**Ver Anexo 7**), se logró determinar que son de género masculino (51%), género

femenino (49%). Con edad promedio de 28 años. Procedentes de la ciudad de Guayaquil (40%) y Riobamba (17%). Cuya motivación para viajar son los viajes y aventura (45%).

Viajan acompañados de sus familiares (51%) y entre amigos (22%). Se informan a través familiares y amigos (59%) y meta buscadores de viajes online (22%). Las aplicaciones de turismo más utilizadas para planificar su viaje son google maps (37%) y otras como Waze, SmartNavi, MapFactor y OsmAnd (27%). Considerado como meta buscadores de viaje online más utilizados para planificar viajes por los turistas nacionales es Google (23%).

Acerca de los turistas nacionales que han planificado practicar algún deporte de aventura en el cantón Riobamba el (64%) afirma no haberlo planificado.

El nivel de aceptación del producto se segmenta en la preferencia de actividades, teniendo los deportes de aventura (75%) y las actividades de educación ambiental (25%), siendo los deportes de aventura las actividades con mayor aceptación en el que se destaca parapente (20%) el cual no será considerado para el diseño del producto debido a que el área de estudio no presenta las condiciones idóneas, el canopy (19%), paintball (19%). También los turista están dispuestos a alquilar equipos para deportes de aventura (91%).

Se determinaron actividades adicionales en la cuales los turistas estarían interesados en realizar, siendo las actividades de integración grupal (50%) las de mayor aceptación acompañado de la actividad de reforestación (45%). Las facilidades que desean se incorporen al Ecoparque de aventura son: una zona de acampada (74%). En cuanto a la preferencia de charlas/talleres, las temáticas que están interesados en recibir son sobre: excursión (45%), observación de aves (22%), protección de recursos naturales (13%).

En relación a los servicios, tienen preferencia los de alimentación (38%), guianza (28%) y hospedaje (21%). En relación al hospedaje prefieren hacerlo en cabañas (75%), campamento (19%). En cuanto a comida prefieren platos típicos o tradicionales (84%).

Los precios por ingreso al Ecoparque de aventura están en un rango de preferencia de 3,00 a 4,00 dólares (60%), por las actividades de aventura de 8,00 a 10,00 dólares (77%), por las actividades de educación ambiental de 3,00 a 5,00 dólares (79%) y el pago prefieren hacerlo con tarjeta de crédito (42%) y efectivo (30%).

## b) Perfil de turistas extranjeros

De acuerdo a los datos obtenidos, sobre gustos y preferencias de los turistas extranjeros (**Ver Anexo 8**), se logró determinar de género masculino (53%), de género femenino (47%). Cuya edad promedio es de 28 años. En su mayoría procedentes de Alemania (19%) y Estados Unidos (15%). Cuya motivación para viajar son los viajes y aventura (53%).

Viajan acompañados de sus amigos y familiares (25%) y entre amigos (25%). Se informan a través de meta buscadores de viajes online (38%) y a través de familiares y amigos (21%). Las agencias de viaje más utilizadas para planificar el viaje son Sun+Snow, The Heap, True Ecuador (28%). Las aplicaciones de turismo más utilizadas para planificar su viaje son google maps (28%) y youtube (27%). Los meta buscadores de viaje online más utilizados para planificar el viaje son Tripadvisor (60%). Además de otros como Lonely Planet y Booking.

Acerca de los turistas extranjeros que han planificado practicar algún deporte de aventura en el cantón Riobamba, aseveran no haberlo planificado (60%).

El nivel de aceptación del producto se segmenta en la preferencia de actividades, teniendo los deportes de aventura (62%) y las actividades de educación ambiental (38%). Siendo los deportes de aventura con mayor aceptación el canopy (21%), el ciclismo (17%), rapel (17%) y excursión (13%). Los turistas están dispuestos a alquilar equipos para deportes de aventura (81%).

Se determinaron actividades adicionales en la cuales los turistas estarían interesados en realizar, siendo la actividad de reforestación (40%) las de mayor aceptación acompañado de las actividades de vinculación y apoyo a la población local (26%). Las facilidades que desean se incorporen al Ecoparque de aventura son una zona de acampada (62%). En cuanto a la preferencia de charlas/talleres, las temáticas que están interesados en recibir son sobre protección de recursos naturales (26%), sobre excursión (17%).

En relación a los servicios, tiene una preferencia alimentación (42%), hospedaje (28%) y guianza (15%). En relación al hospedaje prefieren hacerlo en campamento (38%) y cabañas (29%). En cuanto a comida prefieren platos típicos o tradicionales (45%) y comida vegetariana (40%).

Los precios por ingreso al Ecoparque de aventura están en un rango de de 5,00 a 7,00 dólares (48%), por las actividades de aventura de 14,00 a 16,00 dólares (55%), por las actividades de educación ambiental de 3,00 a 5,00 dólares (53%) y el pago prefieren hacerlo en efectivo (57%).

## 2) Perfil población local

De acuerdo a los datos obtenidos, sobre gustos y preferencias de la población local (**Ver Anexo 9**), que se encuentran entre los rangos de edad de 20 a 35 años, cuya ciudad de procedencia es Riobamba y actualmente poseen empleo, se logró determinar que son de género masculino (71%), de género femenino (29%). Cuya edad promedio es de 27 años. En su mayoría empleados del sector público (37%) y empleados del sector privado (29%). Cuya motivación para viajar es el turismo (45%).

Viajan acompañados de sus familiares (31%) y en pareja (22%). Se informan a través internet (46%) y televisión (22%). El tiempo que destinan para informarse a través de internet es 2 horas (28%), 4 horas (22%). La hora de mayor conexión a internet es a las 22:00 (19%), a las 19:00 – 20:00 (17%) respectivamente. Los sitios web más utilizados antes de planificar el viaje son google (44%), facebook (37%).

Se descartó los datos obtenidos sobre la preferencia de emisora debido a que la radio como medio de información solo alcanza (5%).

Los ingresos mensuales de la población local son menores a 275 dólares (41%) y mayores a 900 dólares (24%). Acerca de la población local que ha practicado algún deporte de aventura afirman haberlo practicado (69%) y la periodicidad con la que lo hacen tenemos anualmente (39%) y no contesta (23%) debido a que no practican ningún deporte de aventura.

El estudio del producto se segmenta en la preferencia de actividades, teniendo los deportes de aventura (73%) y las actividades de educación ambiental (25%) de aceptación, siendo los deportes de aventura con mayor aceptación en el que se destaca parapente (22%) el cual no será considerado para el diseño del producto debido a que el área de estudio no presenta las condiciones idóneas, el canopy (19%), excursión (18%). Están dispuestos a alquilar equipos para deportes de aventura, teniendo aceptación (94%).

Además se determinaron actividades adicionales en la cuales la población local estaría interesada en realizar, obteniendo una aceptación las actividades de integración grupal (40%) las de mayor aceptación acompañado de la actividad de reforestación (39%). Las facilidades que desean se incorporen al Ecoparque de aventura son una zona de acampada (48%). En cuanto a la preferencia de charlas/talleres, las temáticas que están interesados en recibir son de protección de recursos naturales (22%), sobre excursión (20%), de eficiencia energética (13%).

En relación a los servicios, tienen una preferencia los de alimentación (35%), hospedaje (23%) y guianza (22%). En relación al hospedaje prefieren hacerlo en cabañas (49%) y campamento (43%). En cuanto a comida prefieren platos típicos o tradicionales (58%).

Los precios por ingreso al Ecoparque de aventura están en un rango de preferencia de 3,00 a 4,00 dólares (37%), por las actividades de aventura de 8,00 a 10,00 dólares (55%), por las actividades de educación ambiental de 3,00 a 5,00 dólares (78%) y el pago prefieren hacerlo en efectivo (82%).

### **3) Grupos empresariales**

Para seleccionar los grupos empresariales se consideraron criterios como su situación legal (en actividad) y empresas pertenecientes a cuatro (4) ramas o actividades de gran importancia y que suponen gran potencial para el producto

- a) Actividades de atención de la salud humana
- b) Suministro de electricidad, gas, vapor y aire
- c) Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
- d) Enseñanza

En base a los registros en el sistema portal de la información de compañías de Riobamba que cumplen estas condiciones están ochenta (80) empresas inmersas en las cuatro (4) categorías. Para delimitar el número de empresas se seleccionó el 25% del total de empresas porque dicho porcentaje es representativo en relación a la muestra, obteniendo los siguientes resultados.

Pregunta Nro 10 ¿Planifican algún programa con la finalidad de realizar actividades de recreación con sus colaboradores? ¿Por qué no? ¿Con que frecuencia?

Un 78% de las empresas entrevistadas no realizan ningún tipo de actividad con fines recreacionales con sus empleados debido a que consideran que es un gasto sin mayor relevancia

para con los objetivos que diariamente persigue la empresa, en un porcentaje del 22% sostienen que realizan dichas actividades fuera del horario laboral según el calendario en las fechas importantes y que están conscientes de la importancia de estos eventos para el fortalecimiento de las relaciones laborales que mantienen diariamente entre sus empleados, la frecuencia está dada según los feriados establecidos.

Pregunta Nro. 13 ¿Estaría dispuesto a incluir entre su planificación un programa dirigido a sus colaboradores con la finalidad de consolidar un buen equipo de trabajo?

En un porcentaje del 80% descartaron como positiva esta pregunta, en resumidos argumentos debido a que las empresas según sus proyecciones anuales evidencian para el año 2016 una disminución considerable de sus ingresos y sostienen que adoptarán medidas que busquen incrementar la producción teniendo como estrategia descartar la mayor cantidad de gastos posibles en los que planifique incurrir la empresa para el 2016, consideran como importante fortalecer el equipo de trabajo, la motivación y el abrir un espacio de diálogo en el que se aborden temas distintos a los laborales para poder entablar relaciones más cercanas.

#### 4) Gustos y preferencias de la demanda objetivo

Para determinar los gustos y preferencias de la demanda objetivo se consideraron los grupos que en el estudio de la demanda presentan un alto nivel de aceptación del producto entre los cuales están los turistas nacionales, los turistas extranjeros y la población local.

**Tabla 4-1.** Gustos y preferencias con alto nivel de aceptación del producto.

VARIABLE	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	POBLACIÓN LOCAL	TENDENCIA
<b>MEDIOS DE INFORMACIÓN</b>	Familiares y amigos (59%) Meta buscadores de viajes online (22%)	Meta buscadores de viajes online (38%) Familiares y amigos (21%)	Internet (46%) Televisión (22%)	Meta buscadores viajes online Internet
<b>APLICACIONES DE TURISMO</b>	Google maps (37%) Waze, SmartNavi, MapFactor y OsmAnd (27%)	Google maps (28%) Youtube (27%)	No determinado	Google maps Waze
<b>META BUSCADORES DE VIAJE ONLINE</b>	Google (23%).	Tripadvisor (60%) Lonely Planet, Booking	Google (44%), Facebook (37%)	Google Tripadvisor Facebook Lonely Planet
<b>PRACTICA ALGÚN DEPORTE DE AVENTURA</b>	No planificado (64%)	No planificado (60%)	Anualmente (39%) no contesta (23%) semestralmente (14%)	76% No practican

VARIABLE	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	POBLACIÓN LOCAL	TENDENCIA
<b>NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO</b>	Deportes de aventura (75%) Actividades de educación ambiental (25%)	Deportes de aventura (62%) Actividades de educación ambiental (38%)	Deportes de aventura (73%) Actividades de educación ambiental (25%)	Deportes de aventura Actividades de educación ambiental
<b>DEPORTES DE AVENTURA</b>	Parapente (20%) Canopy (19%) Paintball (19%) Excursión (15%)	Canopy (21%), Ciclismo (17%), Excursión (13%)	Parapente (22%) Canopy (19%), Excursión (18%) Paintball (16%)	Canopy Paintball Excursión
<b>ALQUILAR EQUIPOS</b>	Si (91%)	Si (81%)	Si (94%)	Si
<b>ACTIVIDADES ADICIONALES</b>	Integración grupal (50%) Reforestación (45%)	Reforestación (40%) Actividades de vinculación y apoyo a la población local (26%)	Integración grupal (40%) Reforestación (39%)	Reforestación Integración grupal
<b>FACILIDADES</b>	Zona de acampada (74%)	Zona de acampada (62%)	Zona de acampada (48%)	Zona de acampada
<b>PREFERENCIA DE CHARLAS/TALLERES</b>	Excursión (45%) Avistamiento de aves (22%) Protección de recursos naturales (13%)	Protección de recursos naturales (26%), Excursión (17%)	Protección de recursos naturales (22%), excursión (20%), de eficiencia energética (13%)	Protección de recursos naturales Excursión Avistamiento de aves
<b>SERVICIOS</b>	Alimentación (38%) Guianza (28%) Hospedaje (21%)	Alimentación (42%) Hospedaje (28%) Guianza (15%)	Alimentación (35%) Hospedaje (23%) Guianza (22%)	Alimentación Hospedaje Guianza
<b>HOSPEDAJE</b>	Cabañas (75%) Campamento (19%)	Campamento (38%) Cabañas (29%)	Cabañas (49%), Campamento (43%)	Cabañas Campamento
<b>ALIMENTACIÓN</b>	Platos típicos o tradicionales (84%)	Platos típicos o tradicionales (45%) Comida vegetariana (40%)	Platos típicos o tradicionales (58%)	Platos típicos o tradicionales Comida vegetariana
<b>PRECIOS POR INGRESO</b>	3 a 4 dólares (60%)	5 a 7 dólares (48%) 3 a 4 dólares (40%)	3 a 4 dólares (37%)	5 a 7 dólares
<b>ACTIVIDADES DE AVENTURA</b>	8 a 10 dólares (77%)	14 a 16 dólares (55%)	8 a 10 dólares (55%)	14 a 16 dólares
<b>ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN AMBIENTAL</b>	3 a 5 dólares (79%)	3 a 5 dólares (53%) 6 a 8 dólares (32%)	3 a 5 dólares (78%)	3 a 5 dólares
<b>PAGO</b>	Tarjeta de crédito (42%) Efectivo (30%)	Efectivo (57%)	Efectivo (82%)	Efectivo Tarjeta de crédito
<b>AGENCIAS DE VIAJE</b>	No determinado	Agencias de viaje Sun+Snow, The Heap, True Ecuador (28%)	No Determinado	
<b>TIEMPO INFORMARSE INTERNET</b>	No Determinado	No Determinado	2 horas (28%) 4 horas (22%)	2-4 horas
<b>HORA CONEXIÓN A INTERNET</b>	No Determinado	No Determinado	22:00 (19%) 19:00–20:00 (17%)	20:00-22:00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## **b. Análisis de la Oferta**

### **1) Planta turística**

El cantón Riobamba cuenta con establecimientos que brindan servicios turísticos, los cuales se encuentran registrados en el catastro turístico a nivel nacional en la Dirección de Regulación y Control del Ministerio de Turismo, clasificados según su categoría entre los que se encuentran: noventa y siete (97) establecimientos de alojamiento, treientos cuarenta y nueve (349) establecimientos de alimentos y bebidas, treinta y dos (32) establecimientos entre agencias de viajes y operadoras de turismo, cuatro (4) empresas de transporte turístico, cuarenta y tres (43) establecimientos de recreación diversión y esparcimiento.

#### **a) Establecimientos de alojamiento**

Los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento en el cantón Riobamba, disponen de una capacidad de tres mil ochocientos treinta y siete (3837) plazas camas, distribuidas entre hoteles, hostales, pensiones, hosterías y albergues que en total suman noventa y siete (97) establecimientos (**Ver anexo 10**).

Existen diez y seis (16) establecimientos hoteleros, de los cuales uno (1) está en la categoría de lujo, cinco (5) de primera categoría, tres (3) de segunda categoría, seis (6) de tercera categoría y uno (1) de cuarta categoría. Evidenciando que los establecimientos de este tipo no tienen una presencia significativa en el cantón.

Existen treinta y dos (32) establecimientos registrados como hostales, de los cuales siete (7) son de primera categoría, siete (7) de segunda categoría, diez y ocho (18) de tercera categoría. Además existen veinte y nueve (29) establecimientos registrados como hostel residencia, de los cuales ocho (8) son de segunda categoría y veinte y uno (21) de tercera categoría. Se muestra la notoria presencia de establecimientos registrados con denominación hostel y hostel residencia, sin embargo gran parte de estos mantienen rótulos en sus establecimientos con la apelativo de hoteles.

Existen doce (12) establecimientos registrados como pensiones, de los cuales uno (1) es de primera categoría, dos (2) de segunda categoría y nueve (9) de tercera categoría. También encontramos registradas seis (6) hosterías, cinco (5) de primera categoría y uno (1) de segunda. Además existen dos (2) establecimientos tipo albergue.

**b) Establecimientos de alimentos y bebidas**

Los establecimientos que brindan el servicio de alimentos y bebidas en el cantón Riobamba, disponen de una capacidad catorce mil doscientos cuarenta y ocho (14248) plazas mesas, distribuidas entre restaurantes, bares, cafeterías y fuentes de soda que en total suman trecientos cuarenta y nueve (349) establecimientos (**Ver anexo 11**).

De los restaurantes están cuatro (4) que pertenecen a primera categoría, veinte y siete (27) pertenecen a segunda categoría, ciento doce (112) están en tercera categoría y ochenta y dos (82) en cuarta categoría. Lo que indica la variada oferta de establecimientos tipo restaurante, además, están registrados cuarenta y cuatro (44) bares, treinta y dos (32) cafeterías y cuarenta y ocho (48) establecimiento tipo fuentes de soda.

**c) Agencias de viajes y tour operadoras**

Los establecimientos de intermediación registrados en el cantón Riobamba tienen las categorías de: agencias de viaje internacionales, siendo doce (12) el número de empresas de este tipo, seis (6) empresas funcionando por dualidad y catorce (14) empresas tipo operadoras de turismo. Resultando un total de treinta y dos (32) empresas de agenciamiento y operación con una amplia oferta de paquetes turísticos (**Ver anexo 12**).

**d) Establecimientos de transporte turístico**

Los establecimientos de transporte turístico registrados en el cantón Riobamba son: Turismo & transporte Transhermosa; Rioempres tours; Interangeles tours National travel C.A. Empresas indispensables para el desplazamiento terrestre de turistas nacionales y extranjeros (**Ver anexo 13**).

**e) Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento**

Los establecimientos turísticos registrados en la actividad de recreación, diversión, esparcimiento pertenecen veinte (20) a salas de recepciones y banquetes; veinte y uno (21) discotecas, una (1) registrada en la sub actividad de peña y una (1) en la sub actividad de termas y balnearios (**Ver anexo 14**).

### f) Productos turísticos

El cantón Riobamba no se caracteriza por ser un lugar de gran afluencia turística, sin embargo cuenta con una amplia y variada planta turística, lo cual indica que posee una gran capacidad para proporcionar efectivamente servicios para los visitantes y turista.

Su principal limitación se evidencia en la escasa oferta de productos turísticos, provocando una visita temporal o llamada de paso. De entre los productos propuestos en función de las agencias de viaje y operadoras turísticas son:

**Tabla 11-1.** Líneas de productos turísticos del cantón Riobamba

<b>MODALIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>			
<b>Línea de producto</b>	<b>Variedad de productos</b>	<b>Nombre del producto</b>	<b>Actividades</b>
Turismo cultural	Riobamba la ciudad de las primicias	Centro histórico	Visita iglesia Catedral, Basílica del Sagrado Corazón de Jesús, Edificio colegio Maldonado, Teatro León, Iglesia de la Concepción, Iglesia de San Antonio Loma de Quito, Edificio del Correo, Edificio de la Gobernación, Iglesia de San Francisco.
Turismo cultural	Riobamba, la experiencia del ferrocarril	Tren del Hielo I	Visita iglesia Balbanera, Laguna de Colta y Café del Tren
Turismo de deporte y aventura	Deportes terrestres	Reserva de producción de fauna Chimborazo	Visita los refugios, Hermanos Carrel y Whymper, cicloturismo, visita al templo Machay, excursión al bosque de polilepys
Ecoturismo y turismo de naturaleza	Deportes terrestres	Parque nacional Sangay	Visita lagunas de Atillo y Ozogoché
Turismo Comunitario	Centros de turismo comunitario	Casa Cóndor	Caminatas, excursión de alta montaña, paseos en bicicleta, avistamiento de aves, intercambio temporal de prendas de vestir autóctonas, visita sitios con vestigios de la civilización Inca, como el cuartel, el camino del Inca, las tolas y un pequeño museo
		Palacio Real	Museo de la llama Restaurante temático Llama trek

**Fuente:** Investigación primaria y secundaria

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## 2) Análisis de la competencia

Con base en el catastro de establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo Ecuador por la Dirección de regulación y control en febrero 2016, se pudo identificar el número de centros de recreación turística registrados a nivel nacional (**Ver anexo 15**), de los cuales se seleccionó aquellos que ofertan deportes de aventura y actividades de educación ambiental que se encuentren localizados en provincias y cantones cercanos al cantón Riobamba. Entre los cuales están:

### a) Centro de recreación turístico Tucanopy

**Tabla 12-1.** Caracterización de la competencia del producto Ecoparque de aventura

Tipo	Categoría	Capacidad Plazas/semanal	Cientes anuales	Actividades turísticas	Descripción	Pax / USD	
Centro de recreación turístico	Tercera	60 por semana	150 por mes	Canopy	2150 metros por seis cables	Adult: 22,00	
<b>Ubicación</b>	Provincia: Pichincha Cantón: Quito Parroquia: Nanegalito Dirección: Vía Calacalí - La Independencia kilómetro 63.5 barrio Miraflores				Torre de observación	Niños hasta 10 años: 18,00	
					Interpretación ambiental		
<b>Demanda</b>	Local, nacional e internacional			Senderismo en el bosque nuboso	Senderos de diferente dificultad y longitud. Duración: de 30 minutos a 2 horas	5,00 auto guiada 8,00 guiada	
<b>Formas de comercialización</b>	Contacto: 0995311265 Twitter: <a href="http://twitter.com/@tucanopy">http://twitter.com/@tucanopy</a> <a href="http://www.tucanopy.com/es/inicio">http://www.tucanopy.com/es/inicio</a>				Caminadora de dosel	250 metros puente de dosel	15,00 a partir 7 años
					Plataforma Kinkajou		
<b>Observaciones</b>	* Tarifa incluye desayuno para el número de personas especificado ** Tarifa incluye desayuno, almuerzo y cena para el número de pax especificado				Caminadoras de dosel + Canopy Tour	Límite de edad para niños: a partir de 7 años	32,00
					Tour de finca agroecológica	Visita guiada proyectos (restauración ecológica, crianza de animales, cultivos orgánicos) y degustación de plantas exóticas, hierbas aromáticas, aprendizaje sobre sustentabilidad y agroecología.	Tarifa individual: 10\$

<b>Especificaciones y políticas</b>	Grupos de hasta 12 pasajeros tienen derecho a una gratuidad en el canopy tour Ingreso sin servicios 5\$ adulto y 2.50\$ niño.			
<b>Servicios adicionales</b>	Restaurante: Menú completo: entrada, plato fuerte, postre y jugo: 14,5\$ con productos frescos y orgánicos.			
<b>Horarios de atención:</b>	Martes a Domingos de 8h00 am - 17h00 pm. Lunes (solo bajo reservación)			
<b>Hospedaje y camping</b>				
<b>Paquete</b>	<b>Tipo habitación</b>	<b>Max Pax</b>	<b>Precio USD</b>	<b>Aliment. completa USD</b>
Pack 1	Cabaña privada, tres camas simples, una cama doble, baño con tina, balcón, terraza con hamaca, junto al bosque.	5	190,00	315,00
Pack 2	Cabaña privada, una cama simple, una cama individual, baño privado.	3	110,00	185,00
Pack 3	Habitación familiar un solo espacio 40m <sup>2</sup> con tres camas simples y una cama doble, alfombrada, con balcón vista al jardín, baño.	5	140,00	265,00
Pack 4	Habitación matrimonial, baño privado.	2	56,00	106,00
Pack 5	Habitación doble, dos camas individual, baño	2	60,00	110,00
Pack 6	Camping	15	10,00	40,00

Fuente: Entrevistas a propietarios de los establecimientos turísticos

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## b) Nayón Xtreme Valley

**Tabla 13-1.** Caracterización de la competencia del producto Ecoparque de aventura

<b>Tipo</b>	<b>Categoría</b>	<b>Capacidad Plazas/semanal</b>	<b>Clientes anuales</b>	<b>Servicios</b>	<b>Descripción</b>	<b>Pax / USD</b>		
Centro de recreación turístico	Segunda	120 personas por semana	6240	Canopy	8 cables	25,00		
					5 cables	20,00		
<b>Ubicación</b>	Dirección: San Pedro del valle de Nayón calle Paltapamba # S 2-72, 170170, Quito				3 cables externos	15,00		
					3 cables internos	10,00		
<b>Demanda</b>	Local, nacional e internacional				Paintball	Equipos + 100 balas	15,00	
						100 balas adicionales	8,00	
<b>Formas de comercialización</b>	Contacto: 2277086 2058027 - 2058445 - 099958305 - 098535479 - 0998535480 Mail: nayonxvalley@hotmail.com Twitter: @nayonXvalley Web: www.nayonxvalley.com Facebook: Nayonxvalley				Rapel	15 metros	10,00	
						35 metros	15,00	
						35 metros	15,00	
						Camping	Seguridad, servicios básicos y espacio para asado y fogata	10,00
						Columpio extremo	Actividad 2 personas	5,00
<b>Observaciones</b>					Caminata	Entorno natural	3,00	
					Paseos a caballo	Entorno natural	5,00 /niño	
					Columpio de tarzán		10,00	

<b>Eventos</b>	Capacitaciones Outdoors Turismo Aventura Eventos estudiantiles	Teambuilding Paseos	Campamentos Eventos Corporativos
<b>Servicios adicionales</b>	Snack Bar Parqueaderos privados y seguridad	Reservas privadas	
<b>Horarios de atención:</b>	Martes a Domingos de 8h00 am - 17h00 pm. Lunes (solo bajo reservación)		
<b>Instalaciones</b>	Mixta: ladrillo y madera		
<b>Paquete</b>	<b>Descripción</b>	<b>USD /pax</b>	
Xtreme pack 1	Canopy 3 cables externos y Paintball 50 balas	20,00	
Xtreme pack 2	Canopy 3 cables externos, Paintball 100 balas y Tarzán	35,00	
Xtreme pack 3	Canopy 3 cables externos, Paintball 100, Tarzán, columpio	40,00	
Full xtreme pack	Canopy 5 cables, Paintball 100, columpio extremo, columpio de tarzán, paseo en buggy	50,00	

**Fuente:** Entrevistas a propietarios de los establecimientos turísticos

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

Los establecimientos analizados anteriormente pertenecen a la provincia de Pichincha, ofertan actividades y servicios con características similares a los que se pretende brindar, sin duda son un indicador que los productos turísticos de esta tipología, poseen un gran potencial a ser aprovechado para incrementar este segmento del mercado turístico.

Sin embargo dichos establecimientos se localizan distantes a la demanda objeto de estudio, por lo que se determina que su presencia en el mercado no incide directamente como oferta sustitutiva del producto a diseñar.

### 3) Confrontación oferta vs. demanda

#### a) Proyección de la demanda potencial

El 75% de los turistas nacionales que visitan la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo manifestaron su interés por la implementación de actividades de aventura, que contempla el proyecto, es decir:

$$59.344 * 75\% = 44508 \text{ turistas potenciales nacionales.}$$

El 70% de los turistas extranjeros que visitan la reserva de producción de fauna Chimborazo manifestaron su interés con respecto a la implementación de actividades de aventura, que contempla el proyecto, es decir:

$$9.279 * 62\% = 5753 \text{ turistas potenciales extranjeros}$$

El 94% de los habitantes del cantón Riobamba que se encuentran entre la edad de 20 a 39 años y que además se encuentran en relación de dependencia, manifestaron su interés con respecto a la implementación de actividades de aventura, es decir:

$$16.325 * 73\% = 11917 \text{ habitantes locales potenciales}$$

#### b) Demanda objetivo

Para determinar la demanda objetivo se utilizó el 5% de la demanda potencial; porcentaje que se estableció acorde a una apreciación razonable de los posibles visitantes, considerando la capacidad instalada del Eco parque de Aventura y el flujo de turistas proyectado.

**Tabla 15-1.** Proyección de la demanda objetivo

DEMANDA	TOTAL	DEMANDA OBJETIVO (5%)
TURISTAS NACIONALES	44508	2225
TURISTAS EXTRANJEROS	5753	288
POBLACIÓN LOCAL	11917	596

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

Para la proyección de la demanda se utilizó el método del incremento compuesto, cuya fórmula es  $C_n = C_0 (1+i)^n$ , agrupando el número de turistas nacionales y extranjeros interesados en el proyecto obteniendo 2513 turistas potenciales. El índice de crecimiento turístico fue del 14% en 2014 según datos del Ministerio de Turismo, mientras que el índice de crecimiento poblacional es 1,6 en 2013 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

**Tabla 16-1.** Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA TURISTAS PROYECTADA	DEMANDA P. LOCAL PROYECTADA	DEMANDA OBJETIVO
2016 (0)	2513	596	3109
2017 (1)	2865	605	3470
2018 (2)	3266	615	3881
2019 (3)	3723	625	4348
2020 (4)	4244	635	4879
2021 (5)	4839	645	5484
2022 (6)	5516	655	6171
2023 (7)	6288	666	6954
2024 (8)	7169	677	7845
2025 (9)	8172	687	8860
2026 (10)	9316	698	10015

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

El mercado objetivo para el año 2017 es de 3470 visitantes entre turistas y la población local y para el año 2026 serán 10015 visitantes.

## B. ESTUDIO TÉCNICO

### 1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

#### a. Tamaño del proyecto

##### 1) Número de clientes proyectado

Para determinar el tamaño del producto se analizó la demanda objetivo establecida para el proyecto, realizando una proyección diaria, semanal, mensual y anual de los visitantes estimados, obteniendo 10 visitantes diarios para en 2017, y según la proyección se espera un incremento de 28 visitantes diarios para 2026.

**Tabla 1-2.** Número de visitantes proyectados

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN ANUAL</b>	<b>PROYECCIÓN MENSUAL</b>	<b>PROYECCIÓN SEMANAL</b>	<b>PROYECCIÓN DIARIA</b>
2016 (0)	3109	259	65	9
2017 (1)	3470	289	72	10
2018 (2)	3881	323	81	11
2019 (3)	4348	362	91	12
2020 (4)	4879	407	102	14
2021 (5)	5484	457	114	15
2022 (6)	6171	514	129	17
2023 (7)	6954	580	145	19
2024 (8)	7845	654	163	22
2025 (9)	8860	738	185	25
2026 (10)	10015	835	209	28

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## 2) Número de visitantes por el tipo de demanda

**Tabla 2-2.** Número de visitantes por el tipo de demanda

<b>AÑO</b>	<b>TOTAL DEMANDA OBJETIVO</b>	<b>DEMANDA OBJETIVO TURISTAS</b>	<b>DEMANDA OBJETIVO POBLACIÓN LOCAL</b>
2016 (0)	3109	2513	596
2017 (1)	3470	2865	605
2018 (2)	3881	3266	615
2019 (3)	4348	3723	625
2020 (4)	4879	4244	635
2021 (5)	5484	4839	645
2022 (6)	6171	5516	655
2023 (7)	6954	6288	666
2024 (8)	7845	7169	677
2025 (9)	8860	8172	687
2026 (10)	10015	9316	698

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### 3) Número de clientes por producto y servicio

**Tabla 3-2.** Número de clientes por producto y servicio (demanda nacional)

AÑO	DEMANDA OBJETIVO NACIONAL	SERVICIOS			ACTIVIDADES DE AVENTURA				ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN AMBIENTAL		
		Ingreso 90%	Alimentación 90%	Hospedaje 10%	Canopy 80%	Paintball 20%	Bubble soccer 90%	Campamento 50%	Reforestación 39%	Interpretación ambiental 30%	Excursión 18%
2016	596	536	536	60	477	119	536	298	232	179	107
2017	605	545	545	61	484	121	545	303	236	182	109
2018	615	554	554	62	492	123	554	308	240	185	111
2019	625	562	562	62	500	125	562	312	244	187	112
2020	635	571	571	63	508	127	571	317	248	190	114
2021	645	581	581	65	516	129	581	323	252	194	116
2022	655	590	590	66	524	131	590	328	256	197	118
2023	666	599	599	67	533	133	599	333	260	200	120
2024	677	609	609	68	541	135	609	338	264	203	122
2025	687	619	619	69	550	137	619	344	268	206	124
2026	698	629	629	70	559	140	629	349	272	210	126

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**Tabla 4-2.** Número de clientes por producto y servicio (turistas)

AÑO	DEMANDA OBJETIVO TURISTAS	SERVICIOS			ACTIVIDADES DE AVENTURA				ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN AMBIENTAL		
		Ingreso 90%	Alimentación 90%	Hospedaje 10%	Canopy 80%	Paintball 80%	Bubble soccer 90%	Campamento 85%	Reforestación 80%	Interpretación ambiental 70%	Excursión 90%
2016	2513	2262	2262	251	2010	2010	2262	2136	2010	1759	2262
2017	2865	2578	2578	286	2292	2292	2578	2435	2292	2005	2578
2018	3266	2939	2939	327	2613	2613	2939	2776	2613	2286	2939
2019	3723	3351	3351	372	2979	2979	3351	3165	2979	2606	3351
2020	4244	3820	3820	424	3396	3396	3820	3608	3396	2971	3820
2021	4839	4355	4355	484	3871	3871	4355	4113	3871	3387	4355
2022	5516	4964	4964	552	4413	4413	4964	4689	4413	3861	4964
2023	6288	5659	5659	629	5031	5031	5659	5345	5031	4402	5659
2024	7169	6452	6452	717	5735	5735	6452	6093	5735	5018	6452
2025	8172	7355	7355	817	6538	6538	7355	6946	6538	5721	7355
2026	9316	8385	8385	932	7453	7453	8385	7919	7453	6522	8385

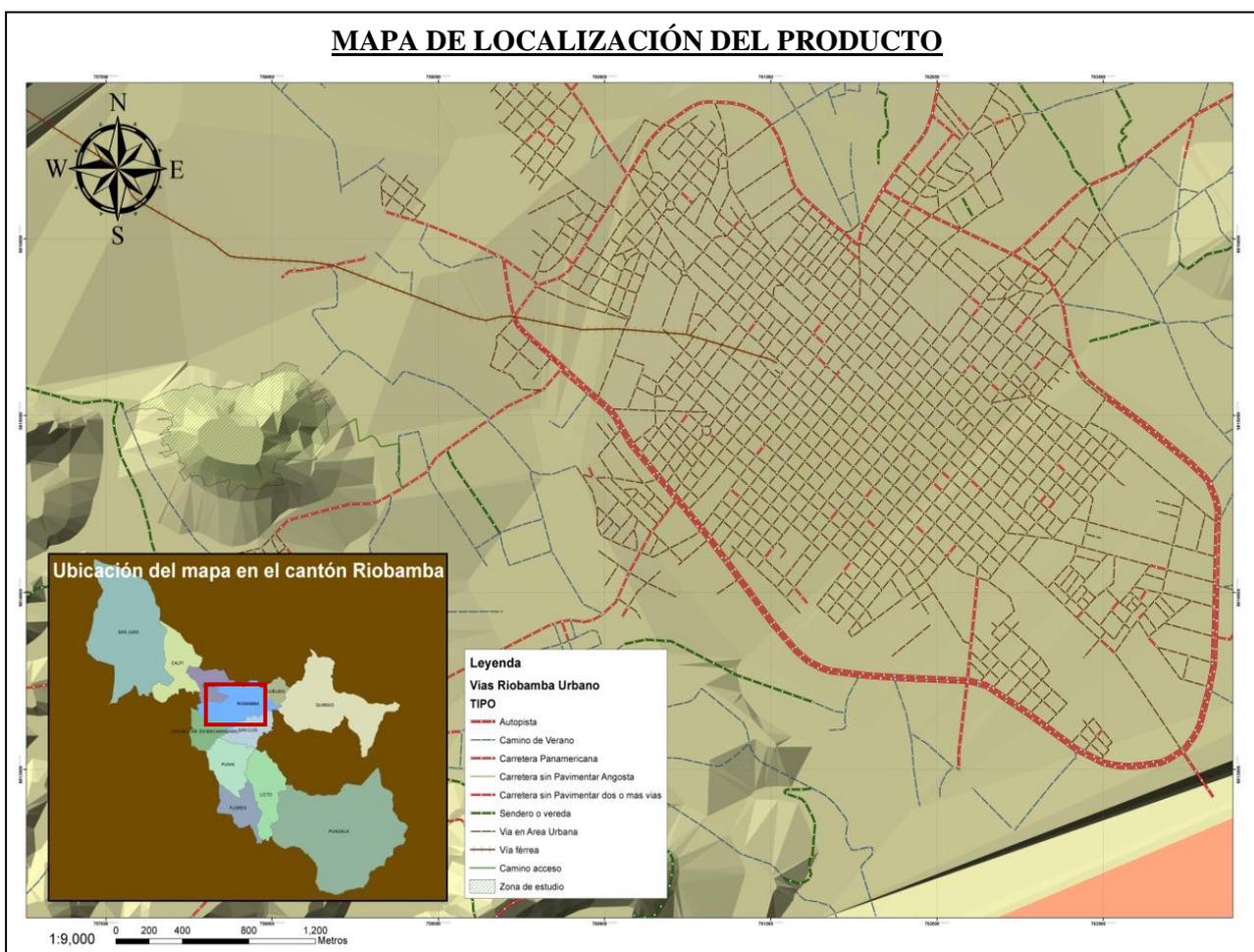
Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## b. Localización del producto

El presente producto se localizará en el sector el Batán donde el área de intervención comprende una superficie aproximada de 502 705 m<sup>2</sup> la cual está limitada al norte con el Río Chibunga y el salón de recepciones las Manolas; al sur y al oeste con diversos terrenos de cultivos de maíz adjudicados a pobladores locales y al este por el estadio Manuel Díaz de propiedad barrial.

En el siguiente mapa se detalla la ubicación geográfica del producto en el cantón Riobamba.

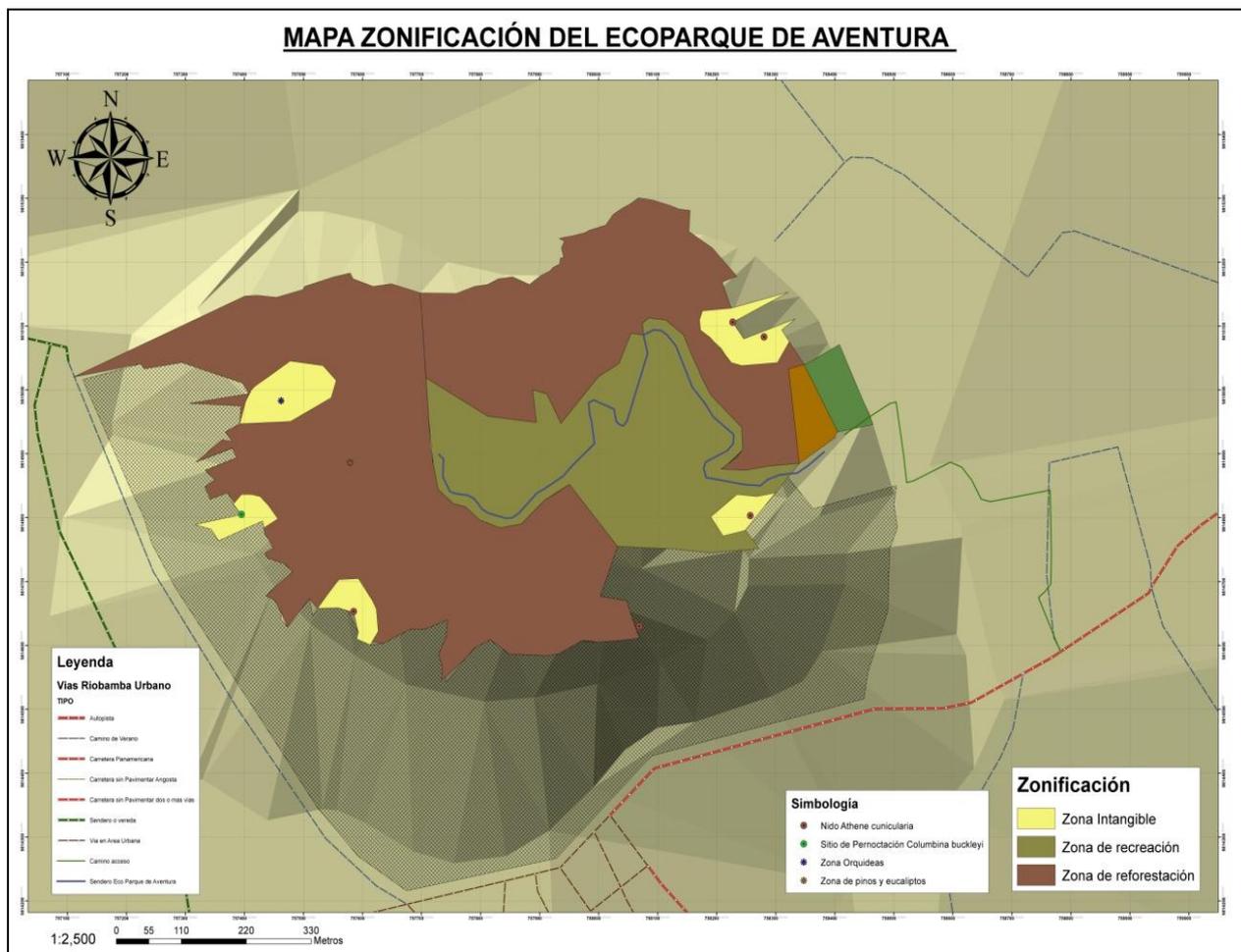


**Figura 1-2.** Mapa de localización del producto

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

### c. Zonificación

Para la zonificación se ha elaborado un mapa determinando una superficie aproximada de 502 705 m<sup>2</sup> del área de estudio. Proyectando la totalidad de la superficie se logró analizar la compatibilidad y limitación del suelo referente a la recreación, planteando tres (3) zonas para el producto (Ver figura 2-2).



**Figura 2-2.** Mapa de zonificación del Ecoparque de aventura

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

#### 1) Zona intangible

Esta zona comprende un área total de 32 077 m<sup>2</sup> distribuidas en cinco (5) áreas: dos (2) áreas ubicadas al oeste de 3847 m<sup>2</sup> y 8655 m<sup>2</sup> respectivamente y tres (3) áreas ubicada al este con superficies de 4117 m<sup>2</sup>, 4953 m<sup>2</sup> y 10505 m<sup>2</sup> respectivamente, su ubicación se determinó debido a la presencia de la especie representativa del lugar, el búho diurno (*Athene*

*cunicularia*) quien ocupa dichos espacios específico para estructurar sus nidos, zona establecida con el objeto de alcanzar su conservación, preservación y recuperación.

**a) Actividades permitidas**

Acceso previa autorización

Investigaciones y estudios ambientales previa autorización.

Equipamiento con fines de investigación ambiental previa autorización.

Forestación y reforestación de especies propias de la zona

**b) Actividades Prohibidas**

Extracción de especies nativas

Introducción de especies foráneas

Fraccionamiento del suelo

Explotación y extracción minera

Actividades agrícolas

**2) Zona de reforestación**

Esta zona comprende un área total de 385 936 m<sup>2</sup> caracterizada por tener un alto grado de intervención antrópica, con la finalidad de mejorar las condiciones naturales del entorno se destinara para reforestación con plantas nativas.

**a) Actividades permitidas**

Reforestación con plantas nativas

Actividades de restauración ambiental

Acceso únicamente a través de senderos

Equipamiento con fines de investigación ambiental

**b) Actividades Prohibidas**

Extracción de especies nativas

Fogatas

Introducción de especies foráneas

Fraccionamiento del suelo

Explotación y extracción minera

Actividades agrícolas

**3) Zona de recreación**

Esta zona comprende un área total de 84692 m<sup>2</sup> destinada para implementar la infraestructura de actividades de recreación a desarrollarse en el Ecoparque de aventura

**a) Actividades permitidas**

Infraestructura con fines de recreación adaptadas a un entorno natural

Acceso únicamente a través del sendero

Campamento

Actividades de recreación

Equipamiento con fines de recreación

**b) Actividades Prohibidas**

Extracción de especies nativas

Introducción de especies foráneas

Fraccionamiento del suelo

Explotación y extracción minera

Actividades agrícolas

## **2. Características técnicas**

Según el anuario climatológico 2014. En el que se registra datos a 2850 msnm en la estación meteorológica de la facultad de recursos naturales – Riobamba, se determinó una: (Negrete & Arebalo, 2014).

Temperatura del aire: mínima de 11,7°C y máxima de 14,8°C con una media de 13,4°C

Humedad relativa: mínima de 49,8 y máxima de 77,8 con una media de 63,1

Procedencia del viento: Sureste con una velocidad de 2,1 m/s

Precipitación atmosférica anual: 564,5 mm.

### **a. Diseño de la infraestructura física**

El diseño arquitectónico, se lo realizó con la ayuda de un arquitecto, definiendo los diseños acorde a los criterios establecidos por el Ministerio del Ambiente para la construcción de infraestructura ecológica en áreas protegidas justificados por la tendencia ecológica del producto turístico.

### **b. Características de la construcción**

#### **1) Área de ingreso y administración**

##### **a) Propósito**

Destinar un sitio para la administración, el ingreso y registro de los visitantes

##### **b) Descripción**

Conformada por un área de 54 m<sup>2</sup>, en la que se incorpora la oficina de registro de visitantes e información respecto a los servicios y actividades del Ecoparque de aventura y la oficina encargada de la administración. La estructura será de hormigón  $f'c=210$  kg/cm<sup>2</sup> con acero de refuerzo  $f_y=4200$  kg/cm<sup>2</sup>, acero estructural A-36 y madera de teca para la cubierta y columnas

**c) Decoración**

Para la decoración se consideró la distribución de espacios, estableciendo un diseño rústico en la oficina administrativa y para la oficina de registro de visitantes e información se utilizará fotografías que transmitan las mejores experiencias de los visitantes en las actividades ofertadas.

**2) Centro de recepción de visitantes****a) Propósito**

Destinar un espacio que permitan mantener charlas de bienvenida y llevar a cabo talleres de educación ambiental con los visitantes

**b) Descripción**

Conformada por un área de 79.11 m<sup>2</sup>. La estructura será de hormigón  $f'c=210$  kg/cm<sup>2</sup> con acero de refuerzo  $f_y=4200$  kg/cm<sup>2</sup>, acero estructural A-36 y madera de teca para la cubierta y columnas. Distribuido en dos (2) espacios, el primero destinado como capacidad máxima para 40 visitantes y el segundo espacio destinado para el encargado de impartir los talleres de educación ambiental y la charla de bienvenida.

**c) Decoración**

Para la decoración se consideró la distribución de espacios, estableciendo un diseño rústico en el que se incorporará adornos de mesa que representen coloridas especies de flora acompañado de cuadros en los que se plasme paisajes de las cuatro regiones naturales y cortinas elaboradas en tela de colores neutros.

**3) Servicios higiénicos****a) Propósito**

Brindar servicios higiénicos de calidad para las necesidades básicas de los visitantes

**b) Descripción**

Diseñado en espacios independientes para hombres y mujeres con un sistema de electricidad con sensores de movimiento, se instalarán tres (3) inodoros con sistema de doble descarga (de 3 y 4.8 litros), botonera superior y asientos sanitarios de cierre lento de plástico, cuatro (4) urinarios con tecnología Falcon que sustituyen el agua por un líquido oclusivo, cuatro (4) lavabos para hombres con grifos monomando con temporizador, contenedores con dosificador para: jabón, crema, shampoo y acondicionador biodegradables e hipo alérgicos. Para mujeres se instalarán cuatro (4) inodoros y cuatro (4) lavabos de características similares a los elementos sanitarios para hombres. En cada espacio se instalará un (1) bebedero de agua con grifos temporizadores y servicios sanitarios para personas con capacidades especiales.

**4) Estaciones de sombra****a) Propósito**

Designar espacios para protegerse de las condiciones climáticas adversas

**b) Descripción**

Construcciones distribuidas en dos espacios, la primera estación de sombra posee un área de 41.5 m<sup>2</sup> y la segunda posee un área de 19.10 m<sup>2</sup>. La estructura será de hormigón  $f'c=210$  kg/cm<sup>2</sup> con acero de refuerzo  $f_y=4200$  kg/cm<sup>2</sup>, acero estructural A-36 y madera de teca para la cubierta y columnas. Se determinó la ubicación de las estaciones de sombra debido a la funcionalidad de las instalaciones y la permanencia de los visitantes en los sitios diseñados.

**5) Puntos de ventas****a) Propósito**

Establecer sitios específicos para ventas de alimentos, bebidas y artesanías locales

**b) Descripción**

Infraestructura distribuida en espacios de mayor afluencia y permanencia de visitantes, cada una posee un área de 3 m<sup>2</sup>. La estructura será de hormigón  $f'c=210$  kg/cm<sup>2</sup> con acero de refuerzo  $f_y=4200$  kg/cm<sup>2</sup>, acero estructural A-36 y madera de teca para la cubierta y columnas. Para la denominación de los puntos de ventas en rótulos se utilizará un formato estandarizado.

**6) Mirador****a) Propósito**

Adecuar una infraestructura que permita apreciar el entorno paisajístico

**b) Descripción**

Infraestructura distribuida en un sitio estratégico que permite tener una vista privilegiada de todo el entorno, posee un área de 41.5 m<sup>2</sup>. La estructura será de hormigón  $f'c=210$  kg/cm<sup>2</sup> con acero de refuerzo  $f_y=4200$  kg/cm<sup>2</sup>, acero estructural A-36 y madera de teca para la cubierta y columnas, con capacidad máxima de veinte (20) personas.

**7) Bodega****a) Propósito**

Destinar un sitio para equipamiento y materiales de las actividades ofertadas

**b) Descripción**

Infraestructura diseñada con un sistema de seguridad con sensores de movimiento, distribuidas debajo de los pisos de lugares sensibles, posee un área de 61.75 m<sup>2</sup>. La estructura será de hormigón  $f'c=210$  kg/cm<sup>2</sup> con acero de refuerzo  $f_y=4200$  kg/cm<sup>2</sup>, acero estructural A-36.

## **8) Infraestructura para canopy**

### **a) Propósito**

### **b) Descripción**

La actividad de canopy será ejecutada mediante cuatro (4) plataformas, cada una estructurada en un área de 10 m<sup>2</sup> con capacidad física para cinco (5) personas, destinada a soportar los esfuerzos generados durante el uso de los cables, estará cimentada en hormigón, tendrá una cubierta de teja y paja, se implementará el sistema de frenos pasivos de resortes.

Plataformas estructuradas con columnas de acero con la finalidad de soportar toda la tensión del cable que tiene una extensión de 2150 metros distribuidas entre las cuatro (4) plataformas, los cables cumplen características consideradas en la Norma ASTM 1023 de propiedades mecánicas para cables de acero, debido a la morfología del terreno las plataformas están localizadas a una altura de 1 metro desde el suelo, adicionalmente se diseñó una rampa de acceso para personas de movilidad reducida con barandas hacia las plataformas de salida y llegada.

## **9) Cabaña**

### **a) Propósito**

Contar con un área destinada para la pernoctación de los turistas.

### **b) Descripción**

Abarca un área de 45 m<sup>2</sup>, cuya estructura será de hormigón  $f_c=210$  kg/cm<sup>2</sup> con acero de refuerzo  $f_y=4200$  kg/cm<sup>2</sup>, acero estructural A-36 y madera de teja para la cubierta y columnas, distribuida en dos (2) secciones, cada una con espacios para cuatro (4) habitaciones con baños independientes.

Para los baños se instalarán inodoros con sistema de doble descarga (de 3 y 4.8 litros), botonera superior y asientos sanitarios de cierre lento de plástico, urinarios con tecnología Falcon que sustituyen el agua por un líquido oclusivo, lavabos con grifos monomando con temporizador,

contenedores con dosificador para: jabón, crema, shampoo y acondicionador, biodegradables e hipo alérgicos.

### **c) Decoración**

Para la decoración se consideró la distribución de espacios, estableciendo un diseño rústico en el que se incorporará adornos de mesa que representen coloridas especies de flora acompañado de cuadros en los que se plasme paisajes de las cuatro regiones naturales y cortinas elaboradas en tela de colores neutros.

## **10) Vivero forestal**

### **a) Propósito**

Contar con un espacio con las condiciones apropiadas para la producción de plantas forestales

### **b) Descripción**

Abarca un área de 20 m<sup>2</sup>, conformado por 12 soportes de madera que permiten una distribución del vivero en tres (3) áreas de trabajo, la primera destinada para la preparación de contenedores y/o bandejas y del material vegetal, la segunda será considerada como un área de germinación de semillas y la tercera ambientada para el crecimiento de la planta.

## **11) Sendero**

### **a) Propósito**

Contar con un espacio destinado para el desplazamiento de los visitantes

### **b) Descripción**

Comprende una distancia de 1821 m<sup>2</sup>, de dificultad baja debido a las adecuaciones planteadas permitirán mejorar las condiciones existentes, el sendero contará con señalética de direccionamiento para que los visitantes no registren inconvenientes al momento de desplazarse hacia las actividades planteadas

Se ubicará señalética en madera de direccionamiento e informativa en puntos específicos dentro y fuera del sendero (Ver tabla 5-2)

**Tabla 5-2.** Diseño de señalética de direccionamiento e informativa

TIPO DE SEÑAL	DIMENSIONES	ARTE GRÁFICA
Señal de direccionamiento	2400 mm. x 600 mm.	
Pictograma	500 x 700 mm.	
Señal de direccionamiento	2400 mm. x 600 mm.	

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## 12) Área de alimentación

### a) Propósito

Destinar un área para que los visitantes puedan alimentarse

### b) Descripción

Para la prestación del servicio se definió la adecuación del salón utilizado para reuniones barriales, debido a que se encuentra en óptimas condiciones y debido a que sus instalaciones no son utilizadas con frecuencia, posee un área de 80 m<sup>2</sup>, cuenta con dos (2) baños independientes, un (1) cuarto destinado para la cocina.

### c) Decoración

Para la decoración se consideró la distribución de espacios, estableciendo un diseño rústico en el que se incorporará adornos de mesa que representen coloridas especies de flora acompañado de cuadros en los que se plasme paisajes de las cuatro regiones naturales y cortinas elaboradas en tela de colores neutros.

### **13) Área de bubble soccer**

#### **a) Propósito**

Destinar un área para la práctica del bubble soccer

#### **b) Descripción**

Para esta actividad se consideró utilizar el espacio existente del estadio Manuel Díaz aledaño a el área destinada para el Ecoparque de aventura la cual posee un área de 8109 m<sup>2</sup>, se encuentra en óptimas condiciones debido al mantenimiento periódico que recibe, de los cuales se destinará para la práctica de bubble soccer el área de 4054 m<sup>2</sup>

### **14) Área para paintball**

#### **a) Propósito**

Destinar un área para la práctica de paintball

#### **b) Descripción**

Para esta actividad se consideró utilizar el espacio existente del estadio Manuel Díaz aledaño a el área destinada para el Ecoparque de aventura la cual posee un área de 8109 m<sup>2</sup>, se encuentra en óptimas condiciones debido al mantenimiento periódico que recibe, de los cuales se destinará para la práctica de paintball el área de 4054 m<sup>2</sup>.

### **15) Área de camping**

#### **a) Propósito**

Determinar una zona específica para los visitantes que deseen disfrutar de la tranquilidad que les un entorno natural.

## b) Descripción

Se ubicará en un área localizada en la zona de recreación, se encuentra conectada a un sendero que posee una distancia de novecientos (900) metros hasta el área de camping, el área se encuentra distribuida en dos (2) espacios, el primero denominado de servicios comunes para los servicios higiénicos y abastecimiento de agua y el segundo en el que esta acondicionado para realizar fogatas, en que encontraran una mesa y asientos rusticos adecuados con madera de troncos existentes.

Se ubicará señalética en madera de direccionamiento, un (1) panel informativo y un (1) pictograma en puntos específicos dentro del sendero (Ver tabla 6-2), Adicionalmente se ubicará tachos para la recolección por tipos de desechos.

**Tabla 6-2.** Señalética área de camping

TIPO DE SEÑAL	DIMENSIONES	ARTE GRÁFICA
Señal de direccionamiento	2400 mm. x 600 mm.	
Pictograma	500 x 700 mm.	
Panel informativo	2000 mm. x 1000 mm.	

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### c. Distribución del área total de construcción

La infraestructura del Ecoparque de aventura tendrá un área total de construcciones de 2,314.96 m<sup>2</sup> distribuida de la siguiente manera:

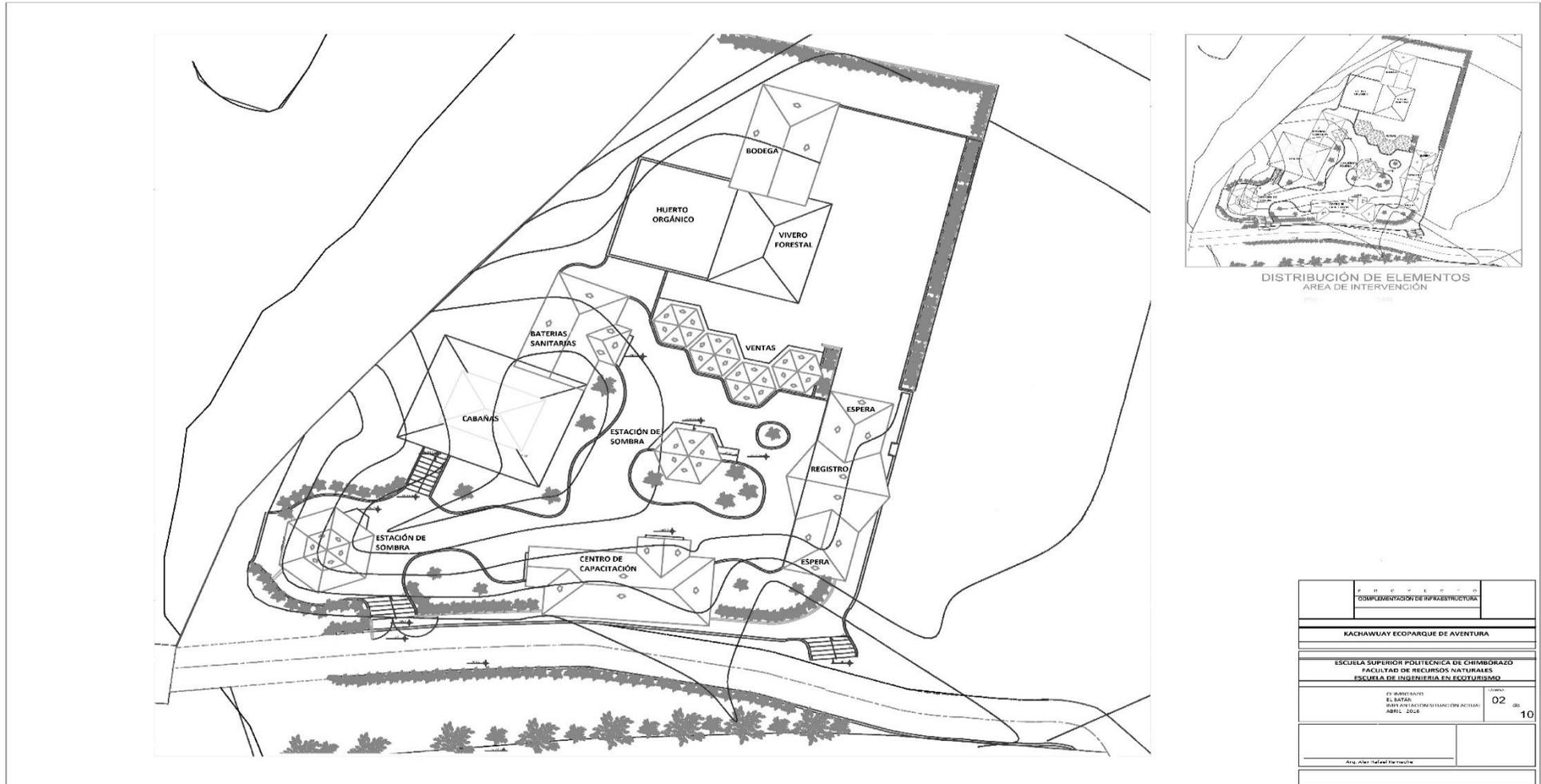
**Tabla 7-2.** Distribución del área total de construcción

<b>ÁREA TOTAL CONSTRUCCIÓN</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Área de ingreso/administración	54 m <sup>2</sup>	46,061.08
Centro de recepción de visitantes	79.11 m <sup>2</sup>	53,310.06
Servicios higiénicos	62 m <sup>2</sup>	47,982.79
Estación de sombra 1	41.5 m <sup>2</sup>	13,150.97
Estación de sombra 2	19.10 m <sup>2</sup>	16,127.13
4 puntos de ventas	3 m <sup>2</sup> c/u	29,861.63
Mirador	41.5 m <sup>2</sup>	13,150.97
Bodega	61.75 m <sup>2</sup>	36,507.09
4 Plataformas para canopy	10 m <sup>2</sup> c/u	27,657.00
Cabaña	45 m <sup>2</sup>	12,900.15
Vivero forestal	20 m <sup>2</sup>	1,434.10
Sendero	1821 m <sup>2</sup>	73,854.76
Baño ecológico área de camping	18 m <sup>2</sup>	11,059.73
Instalaciones	Global	20,261.95
<b>ÁREA TOTAL</b>	<b>2,314.96 m<sup>2</sup></b>	<b>389,897.98</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Arq. Alex Remache

1) Área de implantación



**Figura 3-2. Plano general**  
Fuente: Elaborado por Arq. Alex Remache

## a) Presupuesto referencial construcción área de ingreso

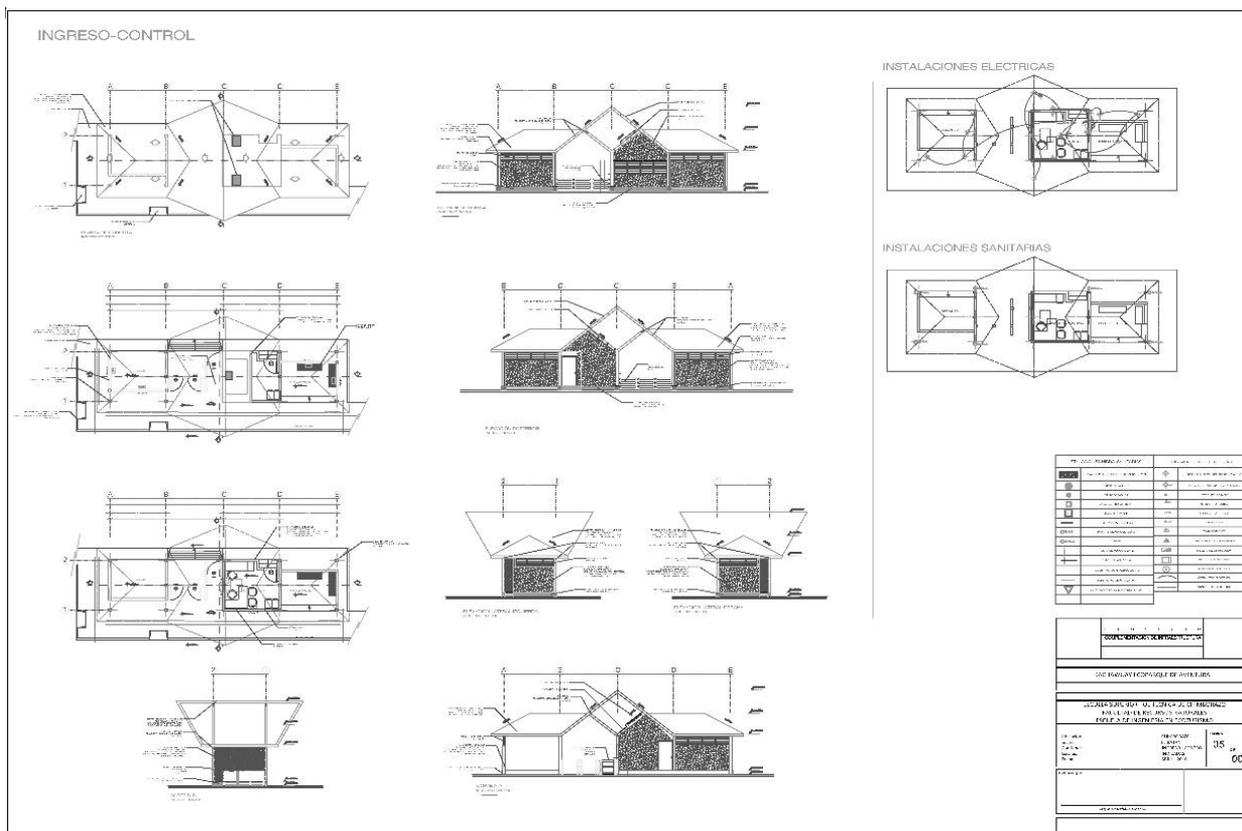
Tabla 8-2. Presupuesto referencial construcción área de ingreso

ÁREA DE INGRESO					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	54	1,25	67,54
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	23,4	9,66	225,97
3	Relleno y compactado con material de mejoramiento	m <sup>3</sup>	5,2	26,18	136,14
4	Replantillo f <sub>c</sub> =140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,3	113,00	146,89
5	Acero de refuerzo f <sub>y</sub> =4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	795,3928	2,07	1.642,52
6	Hormigón en plintos f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	3,9	158,84	619,47
7	Hormigón Armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cabezales de columna inc. Encofrado)	m <sup>3</sup>	1,287	167,74	215,88
8	Relleno y compactado con suelo natural	m <sup>3</sup>	11,713	9,17	107,38
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	m <sup>3</sup>	7,6	9,66	73,39
20	Hormigón ciclópeo 40% piedra, 60% hormigón simple f <sub>c</sub> =180 kg/ cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	7,6	118,47	900,35
7	Hormigón armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cadenas de amarre; incluy. encofrado)	m <sup>3</sup>	1,9	167,74	318,70
10	Colocación de lastre en contrapiso (incluy. compactado)	m <sup>2</sup>	10,8	29,76	321,37
11	Malla electrosoldada R6-15	m <sup>2</sup>	54	10,23	552,30
12	Hormigón en contrapiso f <sub>c</sub> =180kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	5,4	18,36	99,17
13	Masillado de contrapiso	m <sup>2</sup>	54	9,81	529,87
15	Granito lavado #8 color beige	m <sup>2</sup>	54	17,59	950,08
9	Acero estructural A-36	kg	3728,9227 3	4,68	17.448,5 8
16	Plancha de fibrocemento e=10mm plana	m <sup>2</sup>	126,49	18,10	2.289,08
17	Imprimante asfáltico en cubierta	m <sup>2</sup>	126,49	13,16	1.664,68
18	Malla electrosoldada R5-15 en cubierta	m <sup>2</sup>	126,49	11,53	1.458,76
99	Colocado de cade en cubierta	m <sup>2</sup>	126,49	10,05	1.270,69
60	Enduela de piso de registro con madera de teca 00,15*2,25*0,02	m <sup>2</sup>	11,5	54,80	630,18
21	Mampostería de bloque e=15cm	m <sup>2</sup>	50,12	17,48	875,85
22	Enlucido vertical de paredes	m <sup>2</sup>	100,24	6,26	627,66
19	Enduelado de cubierta con madera de teca	m <sup>2</sup>	126,49	70,71	8.943,67
23	Dintel en puertas y ventanas	ml	7,6	12,51	95,09
24	Enlucido de filos en puertas y ventanas	ml	23,9	6,14	146,82
25	Ventanería de madera de teca, con malla mosquitero	m <sup>2</sup>	6,03	206,21	1.243,44
26	Puerta de madera de teca tipo z 90cm	unid	1	206,88	206,88
95	Puerta de madera de teca tipo z de 1,00m en vaivén	unid	3	188,68	566,04
27	Cerradura llave-seguro	unid	4	59,44	237,76
28	Revestimiento de piedra de río, SIKA 1	m <sup>2</sup>	12	35,13	421,55
106	Revestimiento para pared, rugoso tipo montokril	m <sup>2</sup>	60	4,33	259,80
29	Pintura elastomérica hidrorrepelente color sahara o arena, 2 manos	m <sup>2</sup>	66,4	8,05	534,56
96	Claraboyas transparentes para pozos de luz	UNID	3	77,65	232,96
83	Canal perimetral de piedra embebida en hormigón	ml	49	10,21	500,32
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>46.061,0</b>
				<b>L</b>	<b>8</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

**b) Área de ingreso y administración**



**Figura 4-2. Área de ingreso y administración**  
 Fuente: Elaborado por Arq. Alex Remache

**c) Presupuesto referencial construcción puntos de ventas**

**Tabla 9-2. Presupuesto referencial construcción puntos de ventas**

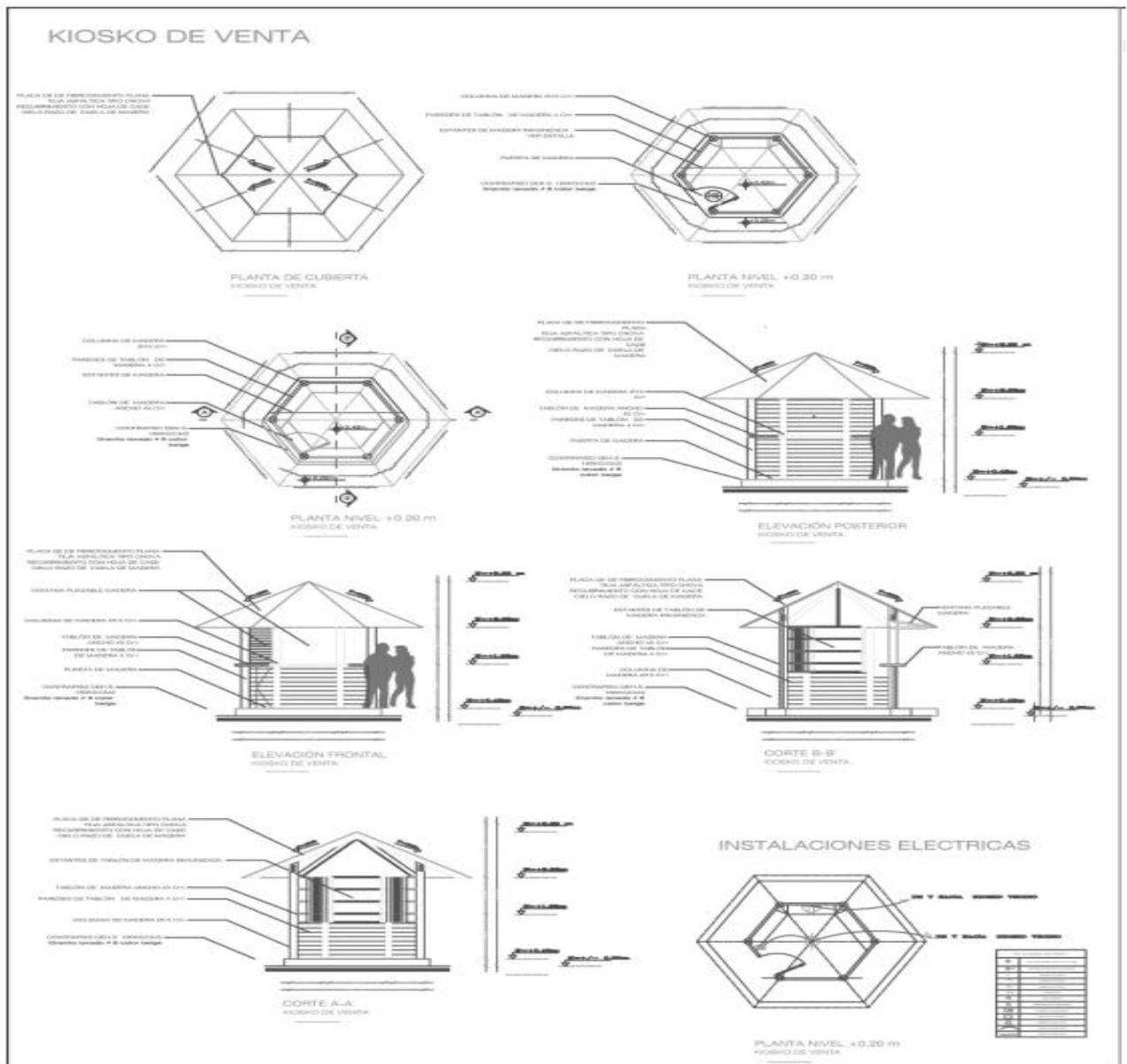
PUNTOS DE VENTAS					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	44,40	1,25	55,54
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	11,23	9,66	108,46
4	Replantillo f <sub>c</sub> =140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	0,86	113,00	97,63
5	Acero de refuerzo f <sub>y</sub> =4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	917,11	2,07	1.893,87
6	Hormigón en plintos f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,73	158,84	274,47
7	Hormigón Armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cabezales de columna incl. Encofrado)	m <sup>3</sup>	2,38	167,74	398,55
8	Relleno y compactado con suelo natural	m <sup>3</sup>	7,13	9,17	65,35
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	m <sup>3</sup>	18,29	9,66	176,60
20	Hormigón ciclópeo 40% piedra, 60% hormigón simple f <sub>c</sub> =180 kg/ cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	12,192	118,47	1.444,34
7	Hormigón armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cadenas de amarre; incl. encofrado)	m <sup>3</sup>	3,048	167,74	511,27
10	Colocación de lastre en contrapiso (incluy. compactado)	m <sup>3</sup>	3,2	29,76	95,22
11	Malla electrosoldada R6 -15	m <sup>2</sup>	44,40	10,23	454,11
12	Hormigón en contrapiso f <sub>c</sub> =180Kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	1,6	18,36	29,38
13	Masillado de contrapiso	m <sup>2</sup>	16,00	9,81	157,00
15	Granito lavado #8 color beige contrapiso	m <sup>2</sup>	18,88	17,59	332,18
54	Columnas rollizas de eucalipto inmunizado d=15cm	ml	72	32,70	2.354,40
55	Vigas de madera de teca 150*40 mm	ml	197,78	42,78	8.461,03

56	Correas de madera de teca 60*60 mm	ml	115,4	39,84	4.597,54
16	Plancha de fibrocemento e=12mm plana	m <sup>2</sup>	57,72	18,10	1.044,55
17	Imprimante asfáltico en cubierta	m <sup>2</sup>	57,72	13,16	759,63
18	Malla electrosoldada R6-15 en cubierta	m <sup>2</sup>	57,72	11,53	665,66
99	Colocado de cade en cubierta	m <sup>2</sup>	57,72	10,05	579,84
19	Enduela con madera de teca en cubierta	m <sup>2</sup>	57,72	70,71	4.081,18
21	Mampostería de bloque e=15cm ; h=60cm	m <sup>2</sup>	4,38	17,48	76,54
22	Enlucido vertical	m <sup>2</sup>	4,38	6,26	27,43
28	Revestimiento de piedra de río, SIKA 1	m <sup>2</sup>	4,38	35,13	153,87
57	Recubrimiento con duelas de madera de teca en paredes 0,08*2,4*0,02	m <sup>2</sup>	11,68	63,23	738,56
45	Puerta de madera de teca tipo z 70cm	unid	1	168,00	168,00
27	Cerradura llave-seguro	unid	1	59,44	59,44
83	Canal perimetral de piedra embebida en hormigón	ml	12,6	10,21	128,65
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>29.861,6</b>
				<b>L</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Trabajo de campo.

**Elaborado por:** Arq. Alex Remache

#### d) Puntos de ventas



**Figura 5-2.** Puntos de vistas  
Fuente: Elaborado por Arq. Alex Remache

**e) Presupuesto referencial construcción servicios higiénicos**

**Tabla 10-2.** Presupuesto referencial construcción servicios higiénico

SERVICIOS HIGIÉNICOS					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	62	1,25	77,55
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	27,512	9,66	265,67
3	Relleno y compactado con material de mejoramiento	m <sup>3</sup>	5,792	26,18	151,64
4	Replantillo f <sub>c</sub> =140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,448	113,00	163,62
5	Acero de refuerzo f <sub>y</sub> =4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	1001,8239	2,07	2068,81
6	Hormigón en plintos f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	4,344	158,84	689,99

7	Hormigón Armado $f_c=210\text{kg/cm}^2$ (cabezales de columna incluy. Encofrado)	$\text{m}^3$	1,386	167,74	232,48
8	Relleno y compactado con suelo natural	$\text{m}^3$	14,542	9,17	133,32
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	$\text{m}^3$	13,812	9,66	133,38
20	Hormigón ciclópeo 40% piedra, 60% hormigón simple $f_c=180\text{ kg/ cm}^2$	$\text{m}^3$	9,208	118,47	1.090,84
7	Hormigón armado $f_c=210\text{kg/cm}^2$ (cadenas de amarre; incluy. encofrado)	$\text{m}^3$	2,302	167,74	386,13
9	Acero Estructural A-36	kg	2692,4155	4,68	12.598,50
42	Columnas rollizas de eucalipto inmunizado $d=20\text{cm}$	ml	6	35,60	213,59
10	Colocación de lastre en contrapiso (incluy. compactado)	$\text{m}^3$	12,4	29,76	368,98
11	Malla electrosoldada R6-15	$\text{m}^2$	62	10,23	634,12
12	Hormigón en contrapiso $f_c=180\text{Kg/cm}^2$	$\text{m}^2$	6,2	18,36	113,86
13	Masillado contrapiso	$\text{m}^3$	1,86	9,81	18,25
14	Cerámica de piso 40*40 cm antideslizante color beige	$\text{m}^2$	28,2	25,64	722,95
43	Colocado de cerámica en pared color beige	$\text{m}^2$	45	25,11	1.130,10
16	Plancha de fibrocemento $e=12\text{mm}$ plana	$\text{m}^2$	79,3	18,10	1.435,09
17	Imprimante asfáltico en cubierta	$\text{m}^2$	79,3	13,16	1.043,63
18	Malla electrosoldada R6-15 en cubierta	$\text{m}^2$	79,3	11,53	914,54
99	Colocado de cade en cubierta	$\text{m}^2$	79,3	10,05	796,63
19	Enduela con madera de teca en cubierta	$\text{m}^2$	79,3	70,71	5.607,03
21	Mampostería de bloque $e=15\text{cm}$	$\text{m}^2$	111,16	17,48	1.942,52
22	Enlucido vertical	$\text{m}^2$	216,335	6,26	1.354,60
23	Dinteles en puertas y ventanas	ml	16,4	12,51	205,20
24	Enlucido de filos en puertas y ventanas	ml	57,4	6,14	352,61
25	Ventanería de madera de teca, con malla mosquitero	$\text{m}^2$	10,5	206,21	2.165,20
44	Puerta de madera de teca tipo z 100cm	unid	2	227,56	455,12
26	Puerta de madera de teca tipo z 90cm	unid	1	206,88	206,88
45	Puerta de madera de teca tipo z 70cm	unid	4	168,00	672,02
27	Cerradura llave-seguro	unid	7	59,44	416,09
28	Revestimiento de piedra de río, SIKA 1	$\text{m}^2$	12	35,13	421,55
106	Revestimiento para pared, rugoso tipo montokril	$\text{m}^2$	60	4,33	259,80
29	Pintura elastomérica hidrorrepelente color sahara o arena, 2 manos	$\text{m}^2$	144,335	8,05	1.161,98
30	Mesón de granito	$\text{m}^2$	30	221,76	6.652,68
46	División de madera de teca para separación de urinarios e inodoros	$\text{m}^2$	4,44	108,17	480,29
50	Barras de seguridad para baño con capacidades especiales	unid	2	54,73	109,46
37	Picado y corchado pared para instalaciones	ml	30	4,54	136,09
83	Canal perimetral de piedra embebida en hormigón	ml	34,2	10,21	349,20
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>47.982,79</b>
				<b>L</b>	

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

f) servicios higiénicos

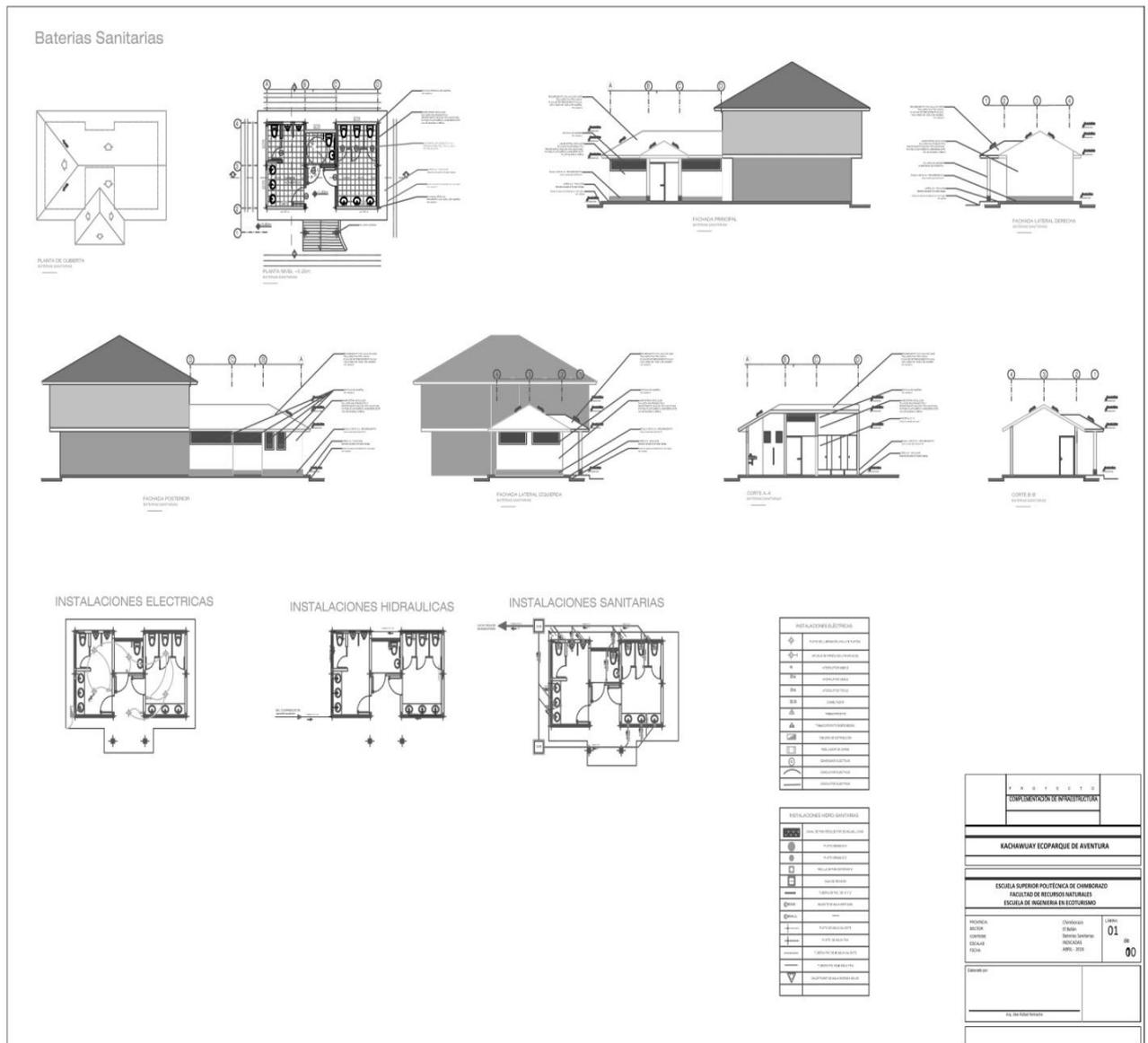


Figura 6-2. Servicios higiénicos  
Elaborado por: Arq. Alex Remache

g) Presupuesto referencial construcción glorieta de sombra 1

Tabla 11-2. Presupuesto referencial construcción glorieta de sombra 1

GLORIETA DE SOMBRA ALTA					
#	DESCRIPCION	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	41,5	1,25	51,91
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	15,552	9,66	150,18
3	Relleno y compactado con material de mejoramiento	m <sup>3</sup>	3,456	26,18	90,48
4	Replantillo f <sub>c</sub> =140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	0,864	113,00	97,63
5	Acero de refuerzo f <sub>y</sub> =4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	367,7826	2,07	759,49
6	Hormigón en plintos f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,728	158,84	274,47
7	Hormigón Armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cabezales de	m <sup>3</sup>	0,594	167,74	99,64

	columna inc. Encofrado)				
8	Relleno y compactado con suelo natural	m <sup>3</sup>	8,046	9,17	73,76
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	m <sup>3</sup>	4,752	9,66	45,89
20	Hormigón ciclópeo 40% piedra, 60% hormigón simple f <sub>c</sub> =180 kg/ cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	3,168	118,47	375,30
7	Hormigón armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cadenas de amarre; incluy. encofrado)	m <sup>3</sup>	0,792	167,74	132,85
10	Colocación de lastre en contrapiso (incluy. compactado)	m <sup>3</sup>	22,48	29,76	668,93
11	Malla electrosoldada R6-15	m <sup>2</sup>	19,8	10,23	202,51
12	Hormigón en contrapiso f <sub>c</sub> =180Kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	2,81	18,36	51,60
13	Masillado de contrapiso	m <sup>2</sup>	19,8	9,81	194,29
15	Granito lavado #8 color beige en contrapiso	m <sup>2</sup>	19,8	17,59	348,36
54	Columnas rollizas de eucalipto inmunizado d=15cm	ml	14,4	32,70	470,88
9	Acero estructural A-36	kg	153,76	4,68	719,48
16	Plancha de fibrocemento e=10mm plana	m <sup>2</sup>	41,5	18,10	751,02
17	Imprimante asfáltico en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	13,16	544,85
18	Malla electrosoldada R6-15 en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	11,53	477,45
99	Colocado de cade en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	10,05	415,90
19	Enduela con madera de teca en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	70,71	2.927,25
28	Revestimiento de piedra de río, SIKA 1 (cabezales de columna)	m <sup>2</sup>	4,32	35,13	151,76
58	Pasamanos con madera de teca	ml	22	67,46	1.484,04
59	Bancas de madera de teca	ml	12	132,59	1.591,06
83	Canal perimetral de piedra embebida en hormigón	ml	22,5	10,21	229,74
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>13.150,97</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

## h) Presupuesto referencial construcción glorieta de sombra 2

Tabla 12-2. Presupuesto referencial construcción glorieta de sombra 2

GLORIETA DE SOMBRA					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	19,11	1,25	23,90
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	6,912	9,66	66,75
3	Relleno y compactado con material de mejoramiento	m <sup>3</sup>	1,536	26,18	40,21
4	Replanteo f <sub>c</sub> =140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	0,384	113,00	43,39
5	Acero de refuerzo f <sub>y</sub> =4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	325,8549	2,07	672,91
6	Hormigón en plintos f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	0,768	158,84	121,99
7	Hormigón Armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cabezales de columna inc. Encofrado)	m <sup>3</sup>	0,594	167,74	99,64
8	Relleno y compactado con suelo natural	m <sup>3</sup>	3,246	9,17	29,76
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	m <sup>3</sup>	3,504	9,66	33,84
20	Hormigón ciclópeo 40% piedra, 60% hormigón simple f <sub>c</sub> =180 kg/ cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	2,336	118,47	276,74
7	Hormigón armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	0,584	167,74	97,96
10	Colocación de lastre en contrapiso (inc. Compactación)	m <sup>3</sup>	11,68	29,76	347,56
11	Malla electrosoldada R6-15	m <sup>2</sup>	14,6	10,23	149,32
12	Hormigón en contrapiso f <sub>c</sub> =180Kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	1,46	18,36	26,81
13	Masillado de contrapiso	m <sup>2</sup>	14,6	9,81	143,26
15	Granito lavado #8 color beige	m <sup>2</sup>	14,6	17,59	256,87
42	Columnas rollizas de madera de teca d=20cm	ml	18	35,60	640,76



## j) Presupuesto referencial construcción mirador

Tabla 13-2. Presupuesto referencial construcción mirador

MIRADOR					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	41,5	1,25	51,91
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	15,552	9,66	150,18
3	Relleno y compactado con material de mejoramiento	m <sup>3</sup>	3,456	26,18	90,48
4	Replantillo f <sub>c</sub> =140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	0,864	113,00	97,63
5	Acero de refuerzo f <sub>y</sub> =4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	367,7826	2,07	759,49
6	Hormigón en plintos f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,728	158,84	274,47
7	Hormigón Armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cabezales de columna inc. Encofrado)	m <sup>3</sup>	0,594	167,74	99,64
8	Relleno y compactado con suelo natural	m <sup>3</sup>	8,046	9,17	73,76
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	m <sup>3</sup>	4,752	9,66	45,89
20	Hormigón ciclópeo 40% piedra, 60% hormigón simple f <sub>c</sub> =180 kg/ cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	3,168	118,47	375,30
7	Hormigón armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (cadenas de amarre; incluy. encofrado)	m <sup>3</sup>	0,792	167,74	132,85
10	Colocación de lastre en contrapiso (incluy. compactado)	m <sup>3</sup>	22,48	29,76	668,93
11	Malla electrosoldada R6-15	m <sup>2</sup>	19,8	10,23	202,51
12	Hormigón en contrapiso f <sub>c</sub> =180kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	2,81	18,36	51,60
13	Masillado de contrapiso	m <sup>2</sup>	19,8	9,81	194,29
15	Granito lavado #8 color beige en contrapiso	m <sup>2</sup>	19,8	17,59	348,36
54	Columnas rollizas de eucalipto inmunizado d=15cm	ml	14,4	32,70	470,88
9	Acero estructural A-36	kg	153,76	4,68	719,48
16	Plancha de fibrocemento e=10mm plana	m <sup>2</sup>	41,5	18,10	751,02
17	Imprimante asfáltico en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	13,16	544,85
18	Malla electrosoldada R6-15 en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	11,53	477,45
99	Colocado de cade en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	10,05	415,90
19	Enduela con madera de teca en cubierta	m <sup>2</sup>	41,4	70,71	2.927,25
28	Revestimiento de piedra de río, SIKA 1 (cabezales de columna)	m <sup>2</sup>	4,32	35,13	151,76
58	Pasamanos con madera de teca	ml	22	67,46	1.484,04
59	Bancas de madera de teca	ml	12	132,59	1.591,06
83	Canal perimetral de piedra embebida en hormigón	ml	22,5	10,21	229,74
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>13.150,97</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

## k) Presupuesto referencial construcción centro de recepción de visitantes

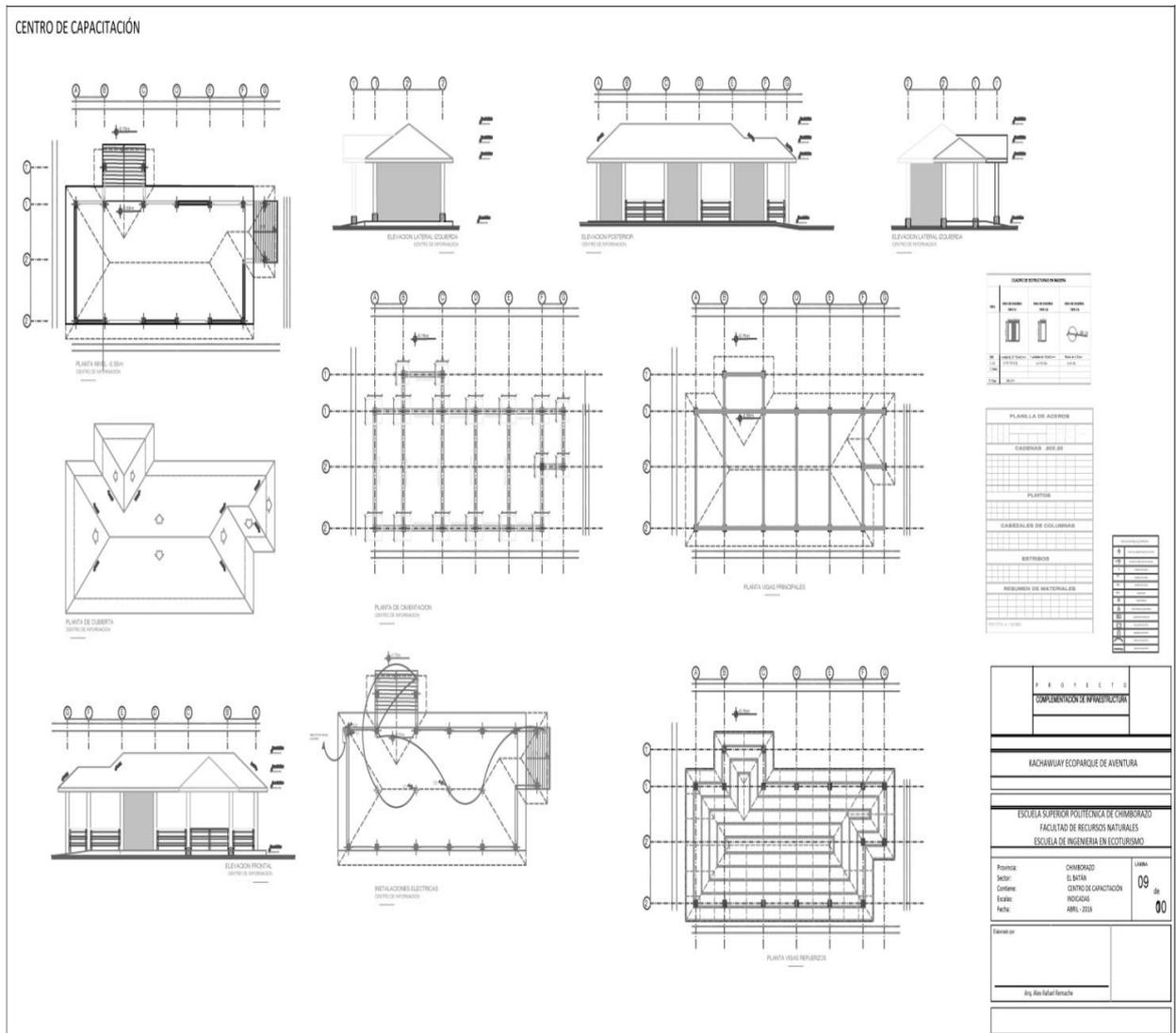
Tabla 14-2. Presupuesto referencial construcción centro de capacitación

CENTRO DE CAPACITACIÓN					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	79,11	1,25	98,95
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	28,88	9,66	278,88
3	Relleno y compactado con material de mejoramiento	m <sup>3</sup>	6,08	26,18	159,18
4	Replantillo f'c=140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,52	113,00	171,75
5	Acero de refuerzo fy=4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	1242,93943	2,07	2.566,73
6	Hormigón en plintos f'c=210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	4,56	158,84	724,30
7	Hormigón Armado f'c=210kg/cm <sup>2</sup> (cabezales de columna incluy. Encofrado)	m <sup>3</sup>	1,683	167,74	282,30
55	Vigas de madera de teca 150*40 mm	ml	294,273	42,78	12.589,00
56	Correas de madera de teca 60*60 mm	ml	308,475	39,84	12.289,64
8	Relleno y compactado con suelo natural	m <sup>3</sup>	15,037	9,17	137,85
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	m <sup>3</sup>	11,11824	11,12	123,62
20	Hormigón ciclópeo 40% piedra, 60% hormigón simple f'c=180 kg/ cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	11,11824	118,47	1.317,14
7	Hormigón armado f'c=210kg/cm <sup>2</sup> (cadenas de amarre; incluy. encofrado)	m <sup>3</sup>	1,764	167,74	295,89
42	Columnas rollizas de eucalipto inmunizado d=20cm	ml	51	35,60	1.815,50
10	Colocación de lastre en contrapiso (incluy. compactado)	m <sup>3</sup>	15,822	29,76	470,81
11	Malla electrosoldada R6-15	m <sup>2</sup>	79,11	10,23	809,11
12	Hormigón en contrapiso f'c=180Kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>2</sup>	7,911	18,36	145,28
13	Masillado contrapiso	m <sup>3</sup>	2,3733	9,81	23,29
15	Granito lavado #8 color beige	m <sup>2</sup>	79,11	17,59	1.391,86
16	Plancha de fibrocemento e=12mm plana	m <sup>2</sup>	133,6959	18,10	2.419,48
17	Imprimante asfáltico en cubierta	m <sup>2</sup>	133,6959	13,16	1.759,51
18	Malla electrosoldada R6-15 en cubierta	m <sup>2</sup>	133,6959	11,53	1.541,87
99	Colocado de cade en cubierta	m <sup>2</sup>	133,6959	10,05	1.343,08
19	Enduela con madera de teca en cubierta	m <sup>2</sup>	133,6959	70,71	9.453,18
28	Revestimiento de piedra de río, SIKA 1en cabezales de columna	m <sup>2</sup>	12,24	35,13	429,98
58	Pasamanos de madera de teca	ml	9,96	67,46	671,86
				SUBTOTAL	53.310,06

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

**I) Centro de recepción de visitantes**



**Figura 8-2.** Centro de recepción de visitantes

Fuente: Elaborado por Arq. Alex Remache

### m) Presupuesto referencial construcción instalaciones

**Tabla 15-2.** Presupuesto referencial construcción instalaciones

INSTALACIONES					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
<b>INSTALACIONES HIDRO-SANITARIAS</b>					
34	Desagüe de 75mm - Incluye accesorios	pto	21	\$ 12,77	268,17
52	Desagüe de 110mm - Incluye accesorios	pto	18,00	\$ 14,84	267,12
41	Rejilla cromada de 75mm	u	6,00	\$ 9,58	57,48
100	Rejilla cromada para exterior de 110mm -tipo hongo-	u	12,00	\$ 16,30	195,60
35	Tubería PVC de 75 mm - Incluye accesorios	m	36,90	\$ 14,35	529,52
53	Tubería PVC de 110 mm - Incluye accesorios	m	192,90	\$ 18,09	3.489,56
36	Caja de revisión 0,60 * 0,60, Incl. Tapa	u	9	\$ 143,31	1.289,79
47	Lavamanos (provisión, montaje y grifería)	u	7	\$ 137,32	961,24
48	Inodoro tanque bajo doble descarga color blanco	u	5	\$ 147,39	736,95
101	Piedra de lavar tipo "lavandín"	u	2	\$ 144,88	289,76
51	Espejo 6mm bicelado 3,5cm	m <sup>2</sup>	8,4	\$ 49,27	413,87
49	Urinario blanco tipo ecológico porcelana	U	2	\$ 304,52	609,04
31	Punto de agua potable 1/2" fría	pto.	15	\$ 36,20	543,00
32	Tubería PVC Presión Roscable 1/2" fría	m	72	\$ 4,12	296,64
33	Llave de paso 1/2"	u	6	\$ 13,43	80,58
<b>INSTALACIONES ELÉCTRICAS</b>					
38	Tablero eléctrico 4 puntos	u	9	\$ 156,08	1.404,72
39	Punto de alumbrado de 120v, incluye foco y plafón decorativo	pto.	27	\$ 62,62	1.690,74
39	Punto de alumbrado de 120v, incluye foco y aplique de pared decorativo	pto.	21	\$ 62,62	1.315,02
40	Tomacorriente doble, tipo beto	pto.	15	\$ 32,41	486,15
89	Caja de revisión eléctrica 30X30X30 cm	u	18	\$ 33,79	608,22
102	Reubicación poste de hormigón existente altura de 6 a 12 m	u	4	\$ 136,92	547,68
103	Poste de hormigón nuevo altura máx. 12 m	u	2	\$ 604,92	1.209,84
104	Conductor eléctrico # 8 manguera triducto 1 1/2", teditad para instalaciones eléctricas o telefónicas	m	126,9	\$ 9,09	1.153,52
105	Manguera triducto 1 1/2", teditad para instalaciones eléctricas o telefónicas	m	63	\$ 7,09	446,67
90	Excavación y relleno zanja de 40cm * 80cm, promedio	m	189,9	\$ 7,22	1.371,08
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>20.261,95</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

### n) Presupuesto referencial construcción bodega

**Tabla 16-2.** Presupuesto referencial construcción bodega

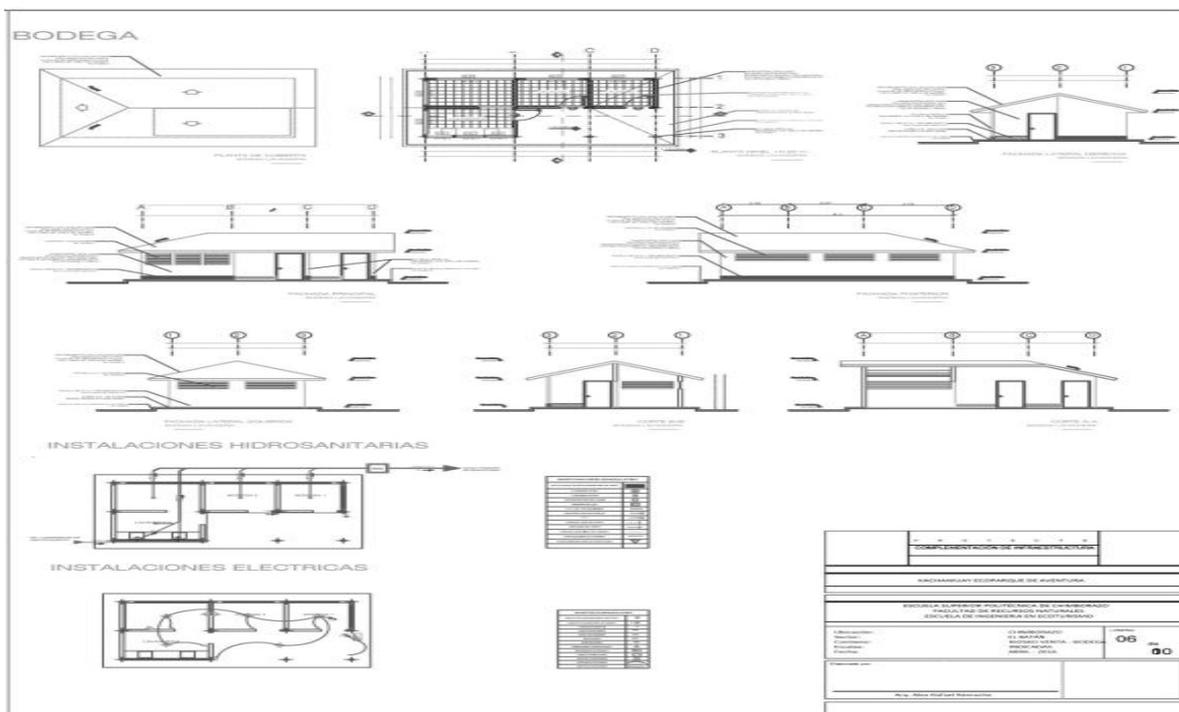
BODEGA					
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza, Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	61,75	1,25	77,24
2	Excavación a mano para estructuras (cimientos)	m <sup>3</sup>	26,14	9,66	252,46
3	Relleno y compactado con material de mejoramiento	m <sup>3</sup>	5,50	26,18	144,10
4	Replantillo f <sub>c</sub> =140kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,38	113,00	155,48
5	Acero de refuerzo f <sub>y</sub> =4200kg/cm <sup>2</sup>	kg	811,93	2,07	1.676,67
6	Hormigón en plinto f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	4,13	158,84	655,68
7	Hormigón Armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup> (en cabezales de columna incl. Encofrado)	m <sup>3</sup>	1,19	167,74	199,27

8	Relleno y compactado con suelo natural	m <sup>3</sup>	13,95	9,17	127,87
2	Excavación a mano para estructuras (cadenas de amarre)	m <sup>3</sup>	7,06	9,66	68,14
20	Hormigón ciclopeo 40% piedra, 60% hormigón simple f <sub>c</sub> =180 kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	7,06	118,47	835,90
7	Hormigón armado f <sub>c</sub> =210kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	1,76	167,74	295,89
9	Acero Estructural A-36 (inc. Montaje)	kg	2270,15	4,68	10.622,61
10	Colocación de lastre en contrapiso (incluy. compactado)	m <sup>3</sup>	12,35	29,76	367,49
11	Malla electrosoldada R6-15	m <sup>2</sup>	57,00	10,23	582,98
12	Hormigón en contrapiso f <sub>c</sub> =180Kg/cm <sup>2</sup>	m <sup>3</sup>	5,70	18,36	104,68
13	Masillado contrapiso	m <sup>3</sup>	1,71	9,81	16,78
14	Ceramica de piso 40*40 cm antideslizante color beige	m <sup>2</sup>	24,50	25,64	628,09
15	Granito lavado #8 color beige	m <sup>2</sup>	29,00	17,59	510,23
16	Plancha de fibrocemento e=12mm plana	m <sup>2</sup>	80,26	18,10	1.452,49
17	Imprimante asfáltico en cubierta	m <sup>2</sup>	80,26	13,16	1.056,29
18	Malla electrosoldada R6-15 en cubierta	m <sup>2</sup>	80,26	11,53	925,63
99	Colocado de teja natural no vidriada	m <sup>2</sup>	80,26	10,05	806,29
19	Enduela con madera de teca en cubierta	m <sup>2</sup>	80,262	70,71	5.675,05
21	Mampostería de bloque e=15cm	m <sup>2</sup>	113,1	17,48	1.976,42
22	Enlucido vertical	m <sup>2</sup>	268,494	6,26	1.681,19
23	Dintel en puertas y ventanas	ml	13,75	12,51	172,04
24	Enlucido de filos en puertas y ventanas	ml	43,4	6,14	266,61
25	Ventanería de madera de teca, con malla mosquitero	m <sup>2</sup>	6,63	206,21	1.367,17
26	Puerta de madera de teca tipo z 90cm	unid	3	206,88	620,65
27	Cerradura llave-seguro	unid	3	59,44	178,32
28	Rebestimiento de piedra de río, SIKA 1	m <sup>2</sup>	10	35,13	351,29
106	Revestimiento para pared, rugoso tipo montokril	m <sup>2</sup>	50	4,33	216,50
29	Pintura elastomérica hidrórepelente color sahara o arena, 2 manos	m <sup>2</sup>	208,494	8,05	1.678,50
30	Mesón de granito	m <sup>2</sup>	1,8	221,76	399,16
37	Picado y corchado pared para instalaciones	ml	10	4,54	45,36
83	Canal perimetral de piedra embebida en hormigón	ml	31	10,21	316,53
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>36.507,09</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

**o) Bodega**



**Figura 9-2.** Bodega

Fuente: Elaborado por Arq. Alex Remache

**p) Presupuesto referencial construcción infraestructura Canopy**

**Tabla 17-2.** Presupuesto referencial construcción infraestructura Canopy

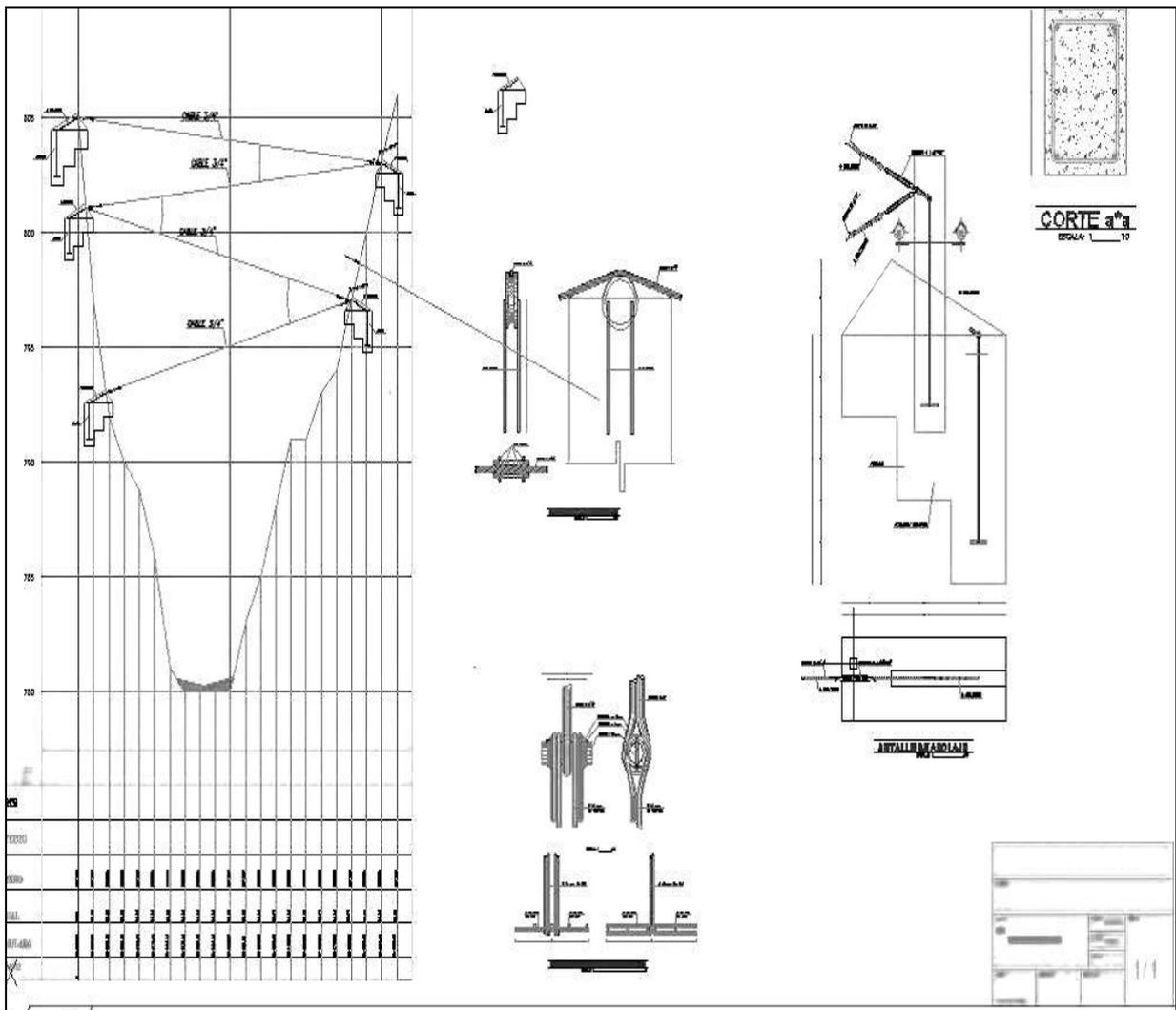
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
	Cable de acero Alma de acero o polipropileno diámetro 3/8 de pulgadas (9,5mm) o mayor	m	2150	20.18	43387.00
<b>ANCLAJES CIMENTADOS</b>					
<i>Concreto reforzado (1.50m de profundidad x 1m2 de superficie) (soporte mínimo 8 toneladas de ruptura para de 50 m de longitud)</i>					
1	Bloque de anclaje	m2	5	50.00	250.00
2	Varilla de anclaje	Kg	10	25.00	250.00
4	Apoyo de cable	Unidad	5	16.00	80.00
5	Hormigón simple f'c 210 Kg/cm2 (anclajes)Ripio / Arena Concreto reforzado	m2	5	130.00	650.00
6	Hormigón simple f'c 210 Kg/cm2+ encofrado en columnas	m2	5	150.00	750.00
<b>Elementos de anclaje de acero</b>					
7	Guardacabos Marca crosby	Unidad	10	70.00	700.00
8	Terminales Marca crosby	Unidad	5	60.00	600.00
9	Abrazaderas(unión) Marca crosby Resistencia sujetar: presión de 2880 libras	Unidad	20	50.00	500.00
10	Tensores Marca Crosby	Unidad	10	200.00	2000.00
<b>Plataforma</b>					
11	Columnas de concreto/acero	m2	5	15.00	75.00
12	Hormigón f'c 210 Kg/cm2+ encofrado en columnas	m2	5	150.00	750.00
13	Plataforma	m2	5	250.00	1250.00

14	Columnas de madera	5m	40	15.00	600.00
15	Pernos	Unidad	20	3.00	60.00
<i>Sistema de frenado</i>					
16	Frenos de resorte, frenos de cuerda elástica, frenos magnéticos	Unidad	4	80.00	320.00
<i>Sistemas de apoyo</i>					
17	Radios digital portátiles	Unidad	7	80.00	560.00
18	Sustancia anti corrosión	ml	200	25.00	50.00
19	Sustancia de lubricación	ml	200	25.00	50.00
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>27657.00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

### q) Infraestructura canopy



**Figura 10-2.** Infraestructura canopy

Fuente: Elaborado por Arq. Alex Remache

### r) Presupuesto referencial construcción cabaña

**Tabla 18-2.** Presupuesto referencial construcción cabaña

#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
9	Cabañas de madera rustica				
0196	Retiro de cubierta existente	m2	61.00	3.18	193.98
0197	Desalojo de material	m3	9.00	16.63	149.67
0198	Instalación de vigas de madera 10x8cm	m	206.80	4.33	895.44
0199	Enduelado de pino machimbrado	m2	91.60	23.49	2,151.68
0200	Instalación de fibrolit plano 12mm	m2	91.60	15.28	1,399.65
0201	Instalación de chova k4 sobre eternit	m2	91.60	12.98	1,188.97
0202	Instalación de listones de madera y varilla 6mm cada 60cm	m2	91.60	9.43	863.79
0203	Instalación de paja sobre eternit	m2	91.60	13.23	1,211.87
0204	Retiro de ventanas actuales	m2	12.80	4.17	53.38
0205	Ventana de madera teca y doble vidrio e=6mm	m2	12.80	155.50	1,990.40
	<b>Paredes exteriores</b>				
0206	Tratamiento con aceite de linaza	m2	56.43	3.22	181.70
	<b>Paredes interiores</b>				
0207	Tratamiento impermeabilizante paredes interiores	m2	56.43	1.76	99.32
0208	Instalación de listones de madera y varilla 6mm cada 60cm	m2	56.43	9.43	532.13
0209	Instalación de poliuretano entre listones	m2	56.43	9.16	516.90
0210	Colocación plástico negro	m2	56.43	1.43	80.69
0211	Instalación de plycem calidad de exterior	m2	56.43	11.76	663.62
0212	Estuco y pintado interior 2 manos	m2	56.43	6.32	356.64
0213	Puntos eléctricos	pto	8.00	46.29	370.32
			<b>SUBTOTAL</b>		<b>12,900.15</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

### s) Presupuesto referencial construcción vivero forestal

**Tabla 19-2.** Presupuesto referencial construcción vivero forestal

#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT	Pu	P total
1	Madera	Unidad	12	5.00	60.00
2	Manguera jardinera	Rollo	1	5.00	5.00
3	Válvulas de aspersión metálica	Unidad	1	300.00	300.00
4	Llave de ½ pulgada plástica	Unidad	1	2.50	2.50
5	Adaptador macho ½ pulgada	Unidad	2	3.00	6.00
6	Tubo pvc ½ pulgada	Unidad	6	1.50	9.00
7	Unión ½ pulgada	Unidad	3	2.00	6.00
8	Frasco pvc 28 gr	Unidad	1	0.50	0.50
9	Cadena delgada	Metros	1	0.60	0.60
10	Candado mediano	Unidad	1	2.00	2.00
11	Poliuretano negro	Metros	30	6.00	180.00

12	Tanque plástico de 200 lts	Unidad	1	8.00	8.00
13	Macheta 18 pulgadas	Unidad	2	3.00	6.00
14	Aspersores	Unidad	12	3.00	36.00
15	Palitas jardineras	Unidad	3	2.00	6.00
16	Bomba fumigadora Royal condor activa	Unidad	1	50.00	50.00
17	Bolsa plástica 17x10 cm	Unidad	8000	6.00	6.00
18	Bolsa plástica 12 X 17	Unidad	2000	6.00	6.00
19	Viajes de limo	m 3	3	50.00	150.00
20	Viajes de cascarilla quemada	m 3	9	15.00	135.00
21	Abono foliar	Kilo	1	15.00	15.00
22	Semillas Aliso ( <i>Alnus acuminata Kunth</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
23	Tilo ( <i>Sambucus nigra L.</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
24	Arrayán ( <i>Myrcianthes halli (O.Berg) McVaugh</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
25	Quishuar ( <i>Buddleja incana Ruiz &amp; Pav.</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
26	Yagual ( <i>Polylepis incana Kunth</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
27	Guarango ( <i>Caesalpinia spinosa (Molina) Kuntze</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
28	Cedro ( <i>Cedrela montana Moritz ex Turcz.</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
29	Nogal ( <i>Juglans neotropica Diels</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
30	Molle ( <i>Schinus molle L.</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
31	Cholán ( <i>Tecoma stans (L.) Juss. Ex Kunth</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
33	Pumamaqui ( <i>Oreopanax ecuadorensis Seem.</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
34	Romerillo ( <i>Podocarpus sprucei Parl.</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
35	Laurel de cera ( <i>Morella pubescens (Humb. &amp; Bonpl. ex Willd.) Wilbur</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
36	Sacha capulí ( <i>Vallea stipularis L.f.</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
37	Llinllin ( <i>Senna multiglandulosa (Jacq.) H.S.Irwin &amp; Barneby</i> )	Kilo	1	12.00	12.00
	<b>HERRAMIENTAS</b>				
30	Carretillas	Unidad	2	25.00	50.00
31	Palas	Unidad	2	3.00	6.00
32	azadón	Unidad	2	3.00	6.00
33	Cabos de pala	Unidad	5	2.50	12.50
34	Regadera capacidad 4 litros	Unidad	2	6.00	12.00
35	Alambre galvanizado calibre 18	Unidad	2	3.00	6.00
36	Tijera podadora floricultor	Unidad	2	8.00	16.00
37	Rastrillos plásticos	Unidad	2	7.00	14.00
38	Zaranda	Unidad	1	8.00	8.00
	<b>INSUMOS</b>				
	abono orgánico	Kilo	20	5.00	100.00
	arena de río	Kilo	8	2.00	16.00
	tierra negra y productos fitosanitarios	Kilo	10	1.80	18.00
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>1434.10</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Arq. Alex Remache

## t) Vivero forestal

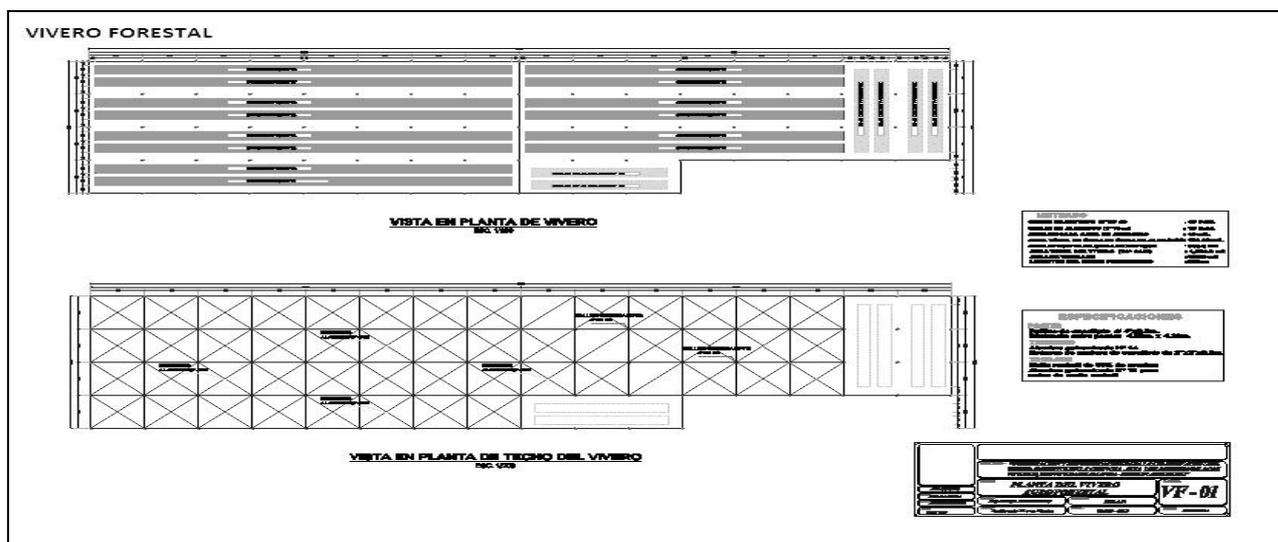


Figura 11-2. Vivero forestal

Fuente: Elaborado por Arq. Alex Remache

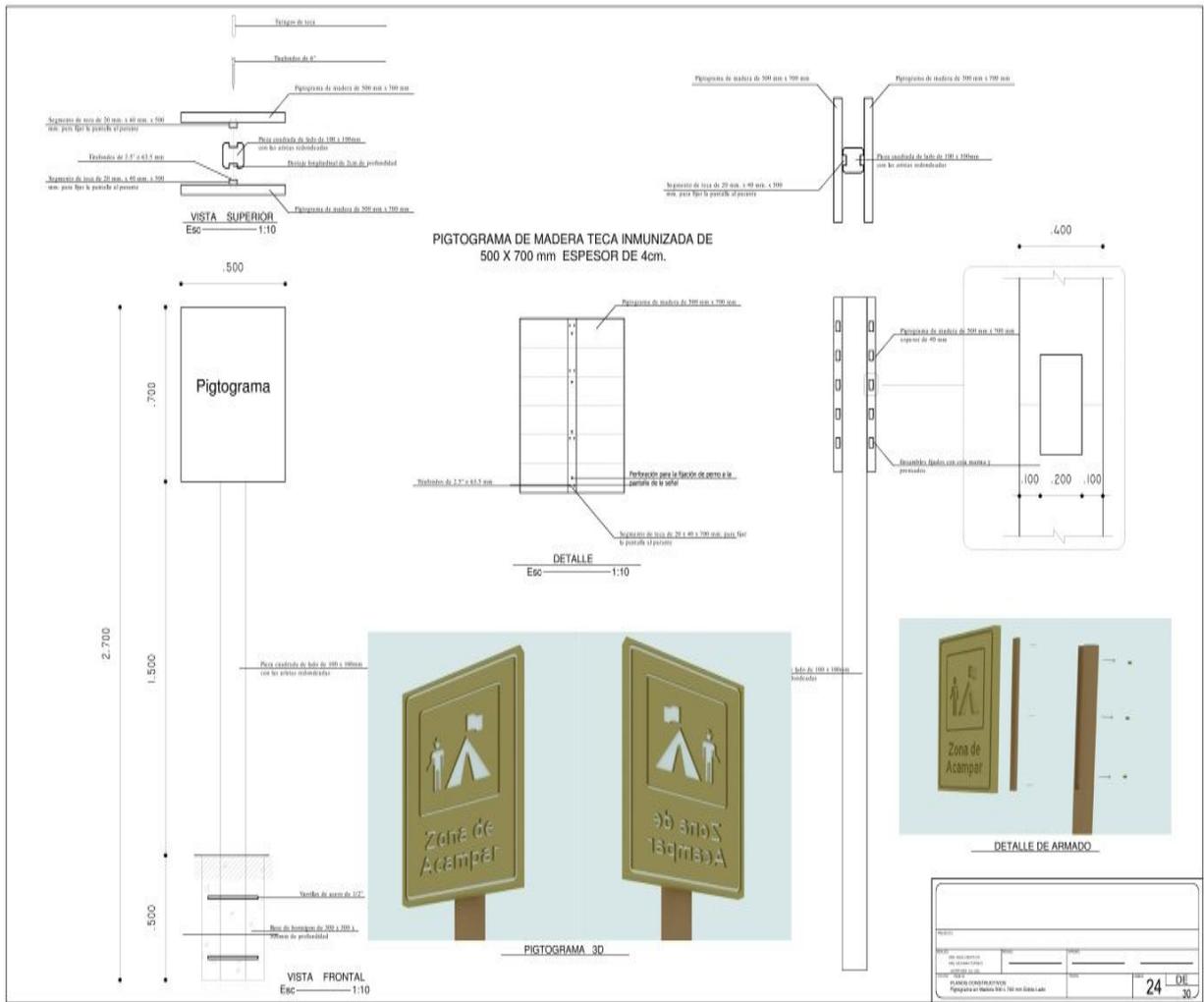
## u) Presupuesto referencial construcción sendero

Tabla 20-2. Presupuesto referencial construcción sendero

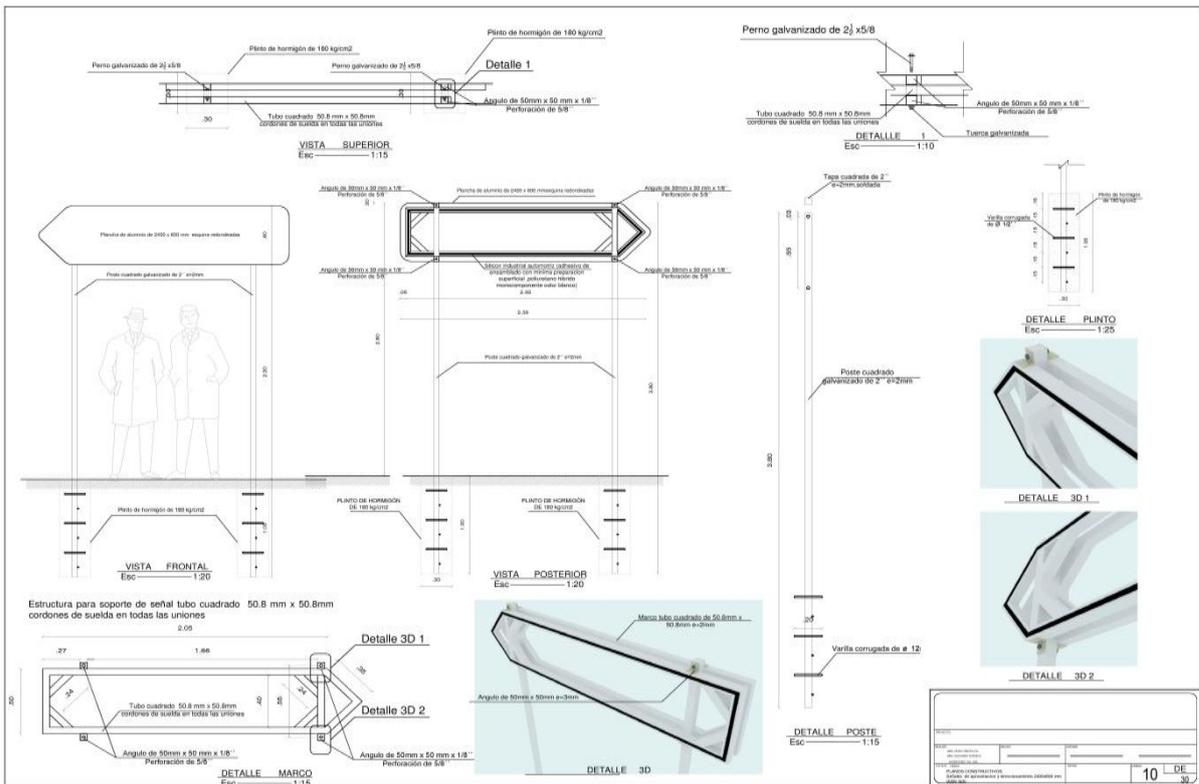
#	DESCRIPCIÓN	UNID	CANT.	Pu	P total
1	Limpieza Replanteo y nivelación	m <sup>2</sup>	1821	1.25	2,276.25
94	Excavación y conformación a máquina e=10cm	m <sup>3</sup>	1821	7.02	12,783.42
2	Excavación a mano para bordillos	m <sup>3</sup>	4.59	9.66	44.32
93	Desalojo de material de excavación (dist. Aprox. 20km)	m <sup>3</sup>	938.16	1.09	1,026.95
85	Compactado a máquina de suelo natural	m <sup>2</sup>	1821	2.13	3878.73
84	Encofrado y desencofrado de bordillo, b=15cm ; h=45cm	ml	204	6.10	1,244.40
20	Hormigón en ciclópeo en bordillos (40% piedra; 60% hormigón 180kg/cm <sup>2</sup> )	m <sup>3</sup>	5.814	118.47	688.76
82	Piedra embebida en bordillo de hormigón ciclópeo	m	102	3.94	401.44
76	Sub-base clase 3 compactado	m <sup>3</sup>	1821	25.75	46,890.75
75	Resanteo y conformación de sub-rasante	m <sup>2</sup>	1821	1.24	2,258.04
89	Señaléticas	Unid	6	393,62	2,361,72
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>73,854.78</b>

Fuente: Trabajo de Campo

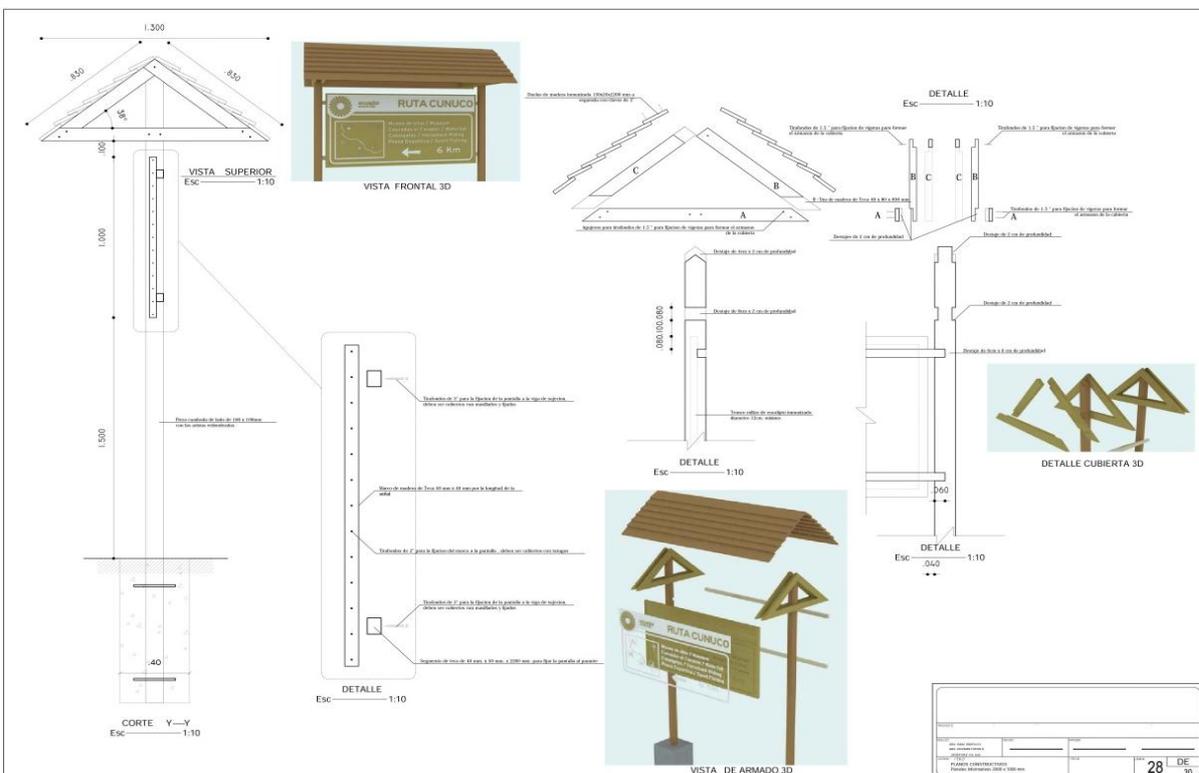
Elaborado por: Arq. Alex Remache



**Figura 12-2.** Planos constructivos pictograma en madera 500 x 700 mm.  
**Fuente:** Elaborado por Arq. Issac Onofa y Giovanni Topon



**Figura 13-2.** Planos constructivos señal de direccionamiento 2400 x 600 mm.  
 Fuente: Elaborado por Arq. Issac Onofa y Giovanni Topon



**Figura 14-2.** Planos constructivos paneles informativos 2000 x 1000 mm.  
 Fuente: Elaborado por Arq. Issac Onofa y Giovanni Topon

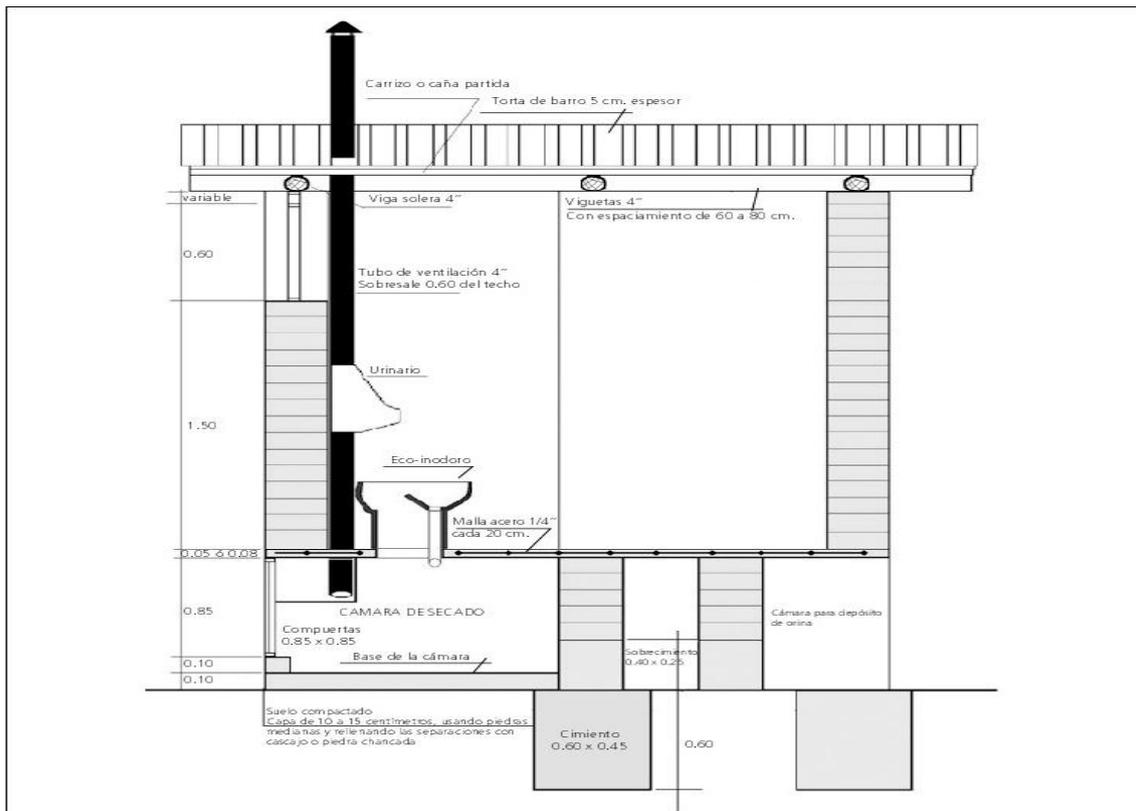
## v) Presupuesto referencial construcción baño ecológico área de camping

Tabla 21-2. Presupuesto referencial construcción baño ecológico área de camping

BAÑO ECOLÓGICO ÁREA DE CAMPING					
#	DESCRIPCION	UNID	CANT	Pu	P total
1	Limpieza Replanteo y nivelacion	m <sup>2</sup>	345	1,25	431,53
2	Excavación a mano	m <sup>3</sup>	4,59	9,66	44,32
85	Compactado a maquina de suelo natural	m <sup>2</sup>	345	2,13	734,85
82	Piedra embebida en bordillo de hormigón ciclopeo	m	102	3,94	401,44
76	Sub-base clase 3 compactado	m <sup>3</sup>	34,5	25,75	888,43
21	Mamposteria de bloque e=15cm	m <sup>2</sup>	111,16	17,48	1.942,52
75	Resanteo y conformación de sub-rasante	m <sup>2</sup>	345	1,24	427,69
11	Malla electrosoldada R6-15	m <sup>2</sup>	62	10,23	634,12
42	Columnas rollizas de eucalipto inmunizado d=20cm	ml	6	35,60	213,59
43	Colocado de ceramica en pared color beige	m <sup>2</sup>	45	25,11	1.130,10
25	Ventanería de madera de teca, con malla mosquitero	m <sup>2</sup>	10,5	206,21	2.165,20
26	Puerta de madera de teca tipo z 90cm	unid	1	206,88	206,88
50	Barras de seguridad para baño con capacidades especiales	unid	2	54,73	109,46
46	División de madera de teca para separación de urinarios e inodoros	m <sup>2</sup>	4,44	108,17	480,29
80	Adoquin Peatonal Tipo 1	m <sup>2</sup>	38,23	25,69	982,29
86	Rotura de pavimento existente	m <sup>2</sup>	120	0,8938656	107,26
88	Desemchambado y Enchambado	m <sup>2</sup>	193,5	1,20	232,20
91	Cerramiento perimetral de madera	ml	60,6	66,91	4.054,84
				<b>SUBTOTAL</b>	<b>11059,73</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Arq. Alex Remache



**Figura 15-2.** Planos constructivos baño ecológico.

Fuente: Elaborado por Alejandra López, extraído de ntrzacatecas.com

### 3. Equipamiento

El equipamiento se detalló en base a las actividades a practicarse en el Ecomparque de aventura que consideran poseen características de alta de durabilidad, garantía y seguridad para el usuario.

**Tabla 22-2.** Equipamiento actividades Ecomparque de aventura

EQUIPOS ECOPARQUE DE AVENTURA		
DESCRIPCIÓN	EQUIPOS/PAX	PRESUPUESTO
Equipos canopy	15	7,665.00
Equipos blubble Soccer	12	12,315.36
Equipos paintball	14	6,727.55
Equipos de camping	16	2,147.44
	<b>TOTAL</b>	<b>28,855.35</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

#### 4. Análisis de costos y cálculo de precios

##### a. Análisis de costos y cálculo de precios del canopy

##### 1) Presupuesto referencial equipos de canopy

**Tabla 23-2.** Presupuesto de equipos para canopy

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MODELO	Pu	P total
15	Polea "Petzl"	Tandem cable Polea doble desplazamientos cuerda y cable	100.00	1,500.00
30	Mosquetón	Am`D SCREW LOCK /28KN	31.00	930.00
15	Arnés de asiento "Petzel"	CORAX Arnés regulable comfortable/ 490-530g	100.00	1,500.00
30	Cintas o reata	Cinta ANNEAU Anillo cosido de poliamida de 60 cm	10.00	300.00
30	JOKO-Y Línea de vida (60cm)	Línea de vida	40.00	1,200.00
15	Casco Peltz	Elios azul	105.00	1,575.00
15	Guantes	Guantes	40.00	640.00
1	botiquín de primeros auxilios	botiquín de primeros auxilios	20.00	20.00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>7,665.00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

##### 2) Cálculo del precio canopy

**Tabla 24-2:** Cálculo del precio de canopy

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	USD DE VENTA
Infraestructura canopy	10 años	27,657.00	10%	231 pax x mes	0,99
Equipos	3 años	7,665.00	33%	231 pax x mes	0,92
Seguro de vida		20,000.00		231 pax x mes	7,20
Mantenimiento		2,000.00		231 pax x mes	0,72
				<b>Subtotal</b>	<b>9,83</b>
				<b>Utilidad</b>	<b>83%: 8,15</b>
				<b>Total</b>	<b>18,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## b. Análisis de costos y cálculo de precios blubble Soccer

### 1) Presupuesto referencial equipos de blubble Soccer

**Tabla 25-2.** Presupuesto de equipos para bubble soccer

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MODELO	Pu	P total
12	Zorbs de Parachoque o Bumping Zorbs	Nombre de la marca: Holleyweb; Diámetro: 5'7"x5'; Tamaño: 1.5m; Número de modelo: ZB_01; Material: TPU Peso del paquete: 14.000kg (30.86lb.)	1018.28	12,219.36
2	Balón	Balón de futbol sala	28.00	56.00
4	Arcos	Arcos pequeños	10.00	40.00
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>12,315.36</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### 2) Cálculo del precio blubble Soccer

**Tabla 26-2:** Cálculo del precio blubble Soccer

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	USD DE VENTA
Equipos	5 años	12,315.36	20%	260 pax x mes	0,78
Mantenimiento equipos		4,000.00		260 pax x mes	1,60
Mantenimiento estadio		7,900.00			2,52
				<b>Subtotal</b>	4,90
				<b>Utilidad</b>	100%: 4,90
				<b>Total</b>	<b>10,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## c. Análisis de costos y cálculo de precios paintball

### 1) Presupuesto referencial equipos paintball

**Tabla 27-2.** Presupuesto de equipos para paintball

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MODELO	Pu	P total
14	Pechera	Proto Jersey 2009	49.95	699.30
14	Pantalón	Proto Patns 2009	89.95	1,259.30
14	Guantes	Extreme Rage	9.95	139.30
14	Mascara	JT-Proflex Thermal Goggle Gold	79.95	1,119.30
14	Marcador	US Army Alpha Black Tactical	169.95	2,379.30
14	Cargador de municiones	VL Revolution Loader Force Cargador electrónico	33.00	462.00
10	Balas de pintura	500 Municiones aaa	13.00	130.00

14	Tanques CO2	Pure Energy co2 2oz Tank	26.95	377.30
2	Valvula de llenado para Co2	Extrema Rage Co2 Fill Station	65.95	131.90
3	Equipo limpiador	Planet Eclipse Marker Grease Lubricant	9.95	29.85
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>6,727.55</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2) Cálculo del precio paintball

**Tabla 28-2:** Cálculo del precio paintball

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	USD DE VENTA
Equipos	5 años	6,727.55	20%	201 pax x mes	0,55
Mantenimiento equipos		3,000.00		201 pax x mes	1,24
Adquisición balas		10,000.00		201 pax x mes	4,14
				<b>Subtotal</b>	5,93
				<b>Utilidad</b>	100%: 5,93
				<b>Total</b>	12,00

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## d. Análisis de costos y cálculo de precios área de camping

### 1) Presupuesto referencial equipos camping

**Tabla 29-2.** Presupuesto de equipos camping

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MODELO	Pu	P total
2	Carpa	8 personas (3.6l-2.7ach-2.2a) Ref:carpa-4 / 10364 / [id:1455]	521.20	1,042.40
16	Sleeping	Oursky 309150 var.colores Ref:sleeping-op2 / 1167op2 / [id:1482]	41.64	666.24
16	Aislante	G-tech nt7170.8 aluminio 180x50 Ref:aislante-gh6 / 7453020500372 / [id:1428]	14.36	229.76
2	Vajilla	Msr 321107 stowaway pot 475 ml Ref:vajilla-m4 / 94642211078 / [id:873]	21.98	43.96
16	Cubierto	Wildo 21350 spork olive Ref:cubierto-w1 / 846271002714 / [id:904]	4.50	72.00
<b>Sistemas de apoyo</b>				
2	Botiquín	Botiquín básico de primeros auxilios	20.00	40.00
2	Linterna	Coleman 2000003680 2aa led vale Ref:linternas-c13 / 76501229684 / [id:1175]	26.54	53.08
			<b>SUBTOTAL</b>	<b>2,147.44</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2) Cálculo del precio camping

**Tabla 30-2:** Cálculo del precio área de camping

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	USD DE VENTA
Infraestructura sendero	10 años	73,854.76	10%	228 pax x mes	2,69
Baño ecológico área de camping	10 años	11,059.73	10%	228 pax x mes	0,40
Equipos	5 años	2,147.44	20%	228 pax x mes	0,15
Mantenimiento área de camping		11,500.00		228 pax x mes	4,20
				<b>Subtotal</b>	7,44
				<b>Utilidad</b>	100%: 7,44
				<b>Total</b>	<b>15,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### e. Análisis de costos y cálculo de precios ingreso

#### 1) Cálculo del precio ingreso

**Tabla 31-2:** Cálculo del precio ingreso

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	USD DE VENTA
Infraestructura centro recepción de visitantes	10 años	53,310.06	10%	260 pax x mes	1,70
Servicios higiénicos	10 años	47,982.79	10%	260 pax x mes	1,53
Infraestructura mirador	10 años	13,150.97	10%	260 pax x mes	0,42
				<b>Subtotal</b>	3,65
				<b>Utilidad</b>	10% 0,36
				<b>Total</b>	<b>4,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## f. Análisis de costos y cálculo de precios hospedaje

### 1) Cálculo del precio hospedaje

**Tabla 32-2:** Cálculo del precio hospedaje

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE CONSTRUCCIÓN Y ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	PRECIO DE VENTA USD
Infraestructura cabaña	10 años	12,900.15	10%	29 pax x mes	3,71
Muebles y enseres cabañas	10 años	4,333.00	10%	29 pax x mes	1,24
Personal hospedaje		7,165.27			20,64
				<b>Subtotal</b>	<b>25,59</b>
				<b>Utilidad</b>	<b>100%</b>
				<b>Total</b>	<b>51,18</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## g. Análisis de costos y cálculo de precios servicio de alimentación

### 1) Cálculo del precio servicio de alimentación

Para el cálculo del precio se realizo un matriz de costos por cada plato típico que se ofertará en el Ecoparque de aventura (Ver anexo 15)

**Tabla 33-2:** Cálculo del precio servicio de alimentación

COSTO COMIDAS TÍPICAS				
COD	PLATO TÍPICO	COSTO POR PLATO		
P1	Fritada	1,184045336		
P2	Locro de queso	0,45214967		
P3	Sopa de quinua	0,38395815		
P4	Papas con cuy	0,899145895		
P5	Arroz relleno con maduros fritos	0,391480793		
P6	Arroz con pollo y champiñones	0,634111233		
P7	Arroz con menestra carne frita	0,192191322		
P8	Jugo de mora	0,228964758		
P9	Jugo de Zanahoria con huevo de campo	0,176		
P10	Limonada	0,138105727		
P11	Ensalada de frutas	0,471546256		
ALMUERZOS				
MENU	COSTO MENU	TOTAL	UTILIDAD (100%)	PRECIO DE VENTA USD
P3 + P4 + P8	1,49	1,49	1,49	2,98

P2 + P5 + P9	1,01	1,01	1,01	2,02

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## h. Análisis de costos y cálculo de precios actividad de reforestación

### 1) Cálculo del precio actividad de reforestación

**Tabla 45-2:** Cálculo del precio actividad de reforestación

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE CONSTRUCCIÓN Y ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	PRECIO DE VENTA USD
Infraestructura y vivero forestal		1,434.10		210 pax x mes	0,56
Mantenimiento área reforestada		3,800.00		210 pax x mes	1,50
				<b>Subtotal</b>	2,06
		<b>2528</b>		<b>Utilidad</b>	100%: 2,06
				<b>Total</b>	<b>4,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## i. Análisis de costos y cálculo de precios actividad de interpretación ambiental

### 1) Cálculo del precio actividad de interpretación ambiental

**Tabla 46-2:** Cálculo del precio actividad de interpretación ambiental

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE CONSTRUCCIÓN Y ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	PRECIO DE VENTA USD
Infraestructura centro de recepción de visitantes	10 años	53,310.06	10%	182 pax x mes	2,43
				<b>Subtotal</b>	2,43
				<b>Utilidad</b>	20%: 0,48
				<b>Total</b>	<b>3,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## j. Análisis de costos y cálculo de precios excursión

### 1) Cálculo del precio excursión

**Tabla 47-2:** Cálculo del precio excursión

DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	COSTO DE CONSTRUCCIÓN Y ADQUISICIÓN	%	CONDICIONES DE USO	PRECIO DE VENTA USD
Infraestructura sendero	10 años	73,854.76	10%	223 pax x mes	2,74
Mantenimiento senderos		7,175.36		223 pax x mes	2,67
				<b>Subtotal</b>	5,41
		<b>2687</b>		<b>Utilidad</b>	85%: 4,59
				<b>Total</b>	<b>10,00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 5. Requerimiento del área operativa

### a. Activos fijos

**Tabla 48-2.** Activos fijos del área operativa

ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA OPERATIVA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
Terreno 1	200,000 m <sup>2</sup>	45,000.00	45,000.00
Terreno 2	502,705 m <sup>2</sup>	90,000.00	90,000.00
Infraestructura del Ecoparque		389,879.98	389,879.98
		<b>TOTAL</b>	<b>524,897.98</b>
Requerimiento maquinaria y equipos servicio de alimentación			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
Cocina industrial 6 quemadores	1	900.00	900.00
Tanque de gas	2	50.00	100.00
Horno	1	310.00	310.00
Refrigeradora	1	875.00	875.00
Licuada Oster	2	100.00	200.00
Congelador horizontal	1	750.00	750.00
Microondas LG	1	95.00	95.00
Tostadora Continental	1	60.00	60.00
Batidora Continental	1	35.00	35.00
Televisión LD 32 Samsung pulgadas	1	755.00	755.00
Mini componente LG	1	350.00	350.00
DVD Samsung	1	90.00	90.00
		Subtotal	4,520.00
Requerimiento maquinaria y equipos área recreacional			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
Equipos canopy	15	Equipos/pax	7,665.00

Equipos blubble Soccer	12	Equipos/pax	12,315.36
Equipos paintball	14	Equipos/pax	6,727.55
Equipos acampada	16	Equipos/pax	2,147.44
		Subtotal	28,855.35
		TOTAL	33,375.35
<b>Requerimiento equipos de computo/Oficina centro de recepción de visitantes</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
Proyector	2	600.00	1200.00
Laptop	1	799.00	799.00
Micrófono	2	300.00	600.00
Amplificador	1	330.00	330.00
		TOTAL	2,929.00
<b>Requerimiento muebles y enseres área de alimentación</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
Mesas	12	15.00	180.00
Sillas	48	8.00	384.00
		Subtotal	564.00
<b>Requerimiento muebles y enseres cabañas</b>			
Camas de 1 plaza	4	125.00	500.00
Litera	4	180.00	720.00
Colchón	12	140.00	1,680.00
Sábanas de 1 plaza juego	12	8.00	96.00
Cobijas de 1 plaza	12	8.00	96.00
Cubre cama	12	18.00	216.00
Almohada	12	5.00	60.00
Velador	4	80.00	320.00
Escritorio	1	140.00	140.00
Silla	12	12.00	144.00
Florero	4	10.00	40.00
Cuadro	4	7.00	28.00
Espejo	4	14.00	56.00
Lámpara	2	18.00	36.00
Cortinas	4	12.00	48.00
Toallas grandes	16	7.00	112.00
Toallas pequeñas	12	2.00	24.00
Canastilla para jabón	6	0.50	3.00
Cortina de baño	2	7.00	14.00
		Subtotal	4,333.00
<b>Requerimiento muebles y enseres centro de recepción de visitantes</b>			
Sillas	40	12.00	480.00
Adornos de mesa	10	2.00	20.00
Cuadros	5	8.00	40.00
Cortinas	6	30.00	180.00
Mesa	3	18.00	54.00
		Subtotal	774.00
<b>Requerimiento muebles y enseres paintball</b>			
Cajas de madera	30	8.00	240.00
Llantas de vehículo	40	3.00	120.00
		Subtotal	360.00
		TOTAL	6,031.00
<b>Requerimiento menaje área de alimentación</b>			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
<u>Utensilios de cocina</u>			
Juego de ollas	2	57,30	114,60

Olla de presión	1	110,00	110,00
Juego de cuchillos	1	26,00	26,00
Juego de cubiertos grandes	1	18,00	18,00
Juego de cedazos	1	7,00	7,00
Juego de moldes de repostería	1	57,00	57,00
Juego lavacaras	1	18,00	18,00
Juego de baldes	1	28,00	28,00
Juego de sartenes	1	83,00	83,00
Juego de coladores	1	5,00	5,00
Paila mediana	1	45,00	45,00
Tabla de picar	2	4,00	8,00
Frascos para sal/azúcar	2	12,00	12,00
Frascos para especias	8	1,20	9,60
Juego de tazones	1	26,00	26,00
Achiotero	1	2,50	2,50
Abrelatas	1	5,00	5,00
Afilador	1	6,00	6,00
Set de toallas de cocina 3 unidades	5	7,00	45,00
Destapador de vino	1	8,00	8,00
Platillero	1	55,00	55,00
Cucharones	3	2,50	7,50
Charoles	3	9,00	27,00
Pinza para ensalada	3	1,50	4,50
Rallador	1	2,50	2,50
Cesto para legumbres	1	7,00	7,00
Cesto para frutas	1	7,00	7,00
Jarra para jugos	5	4,00	20,00
Jarra lechera	2	4,00	8,00
Jarra cafetera	2	4,00	8,00
Docena de platos soperos	2	18,00	36,00
Docena de plato fuerte	2	18,00	36,00
Docena de plato base	2	15,00	30,00
Docena de platos para café	2	16,00	32,00
Docena de cucharas	2	11,00	22,00
Docena de cucharitas	2	11,00	22,00
Docena de tenedores	2	11,00	22,00
Docena de cubiertos	2	11,00	22,00
Docena de vasos para jugo	2	12,00	24,00
Docena de copas	2	17,00	34,00
Docenas tasa para café	2	14,00	28,00
<u>Comedor</u>			
Servilleteros	6	3,00	18,00
Ajucero	6	2,50	15,00
Salero	6	2,50	15,00
Pimentero	6	2,50	15,00
Ceniceros	4	3,00	12,00
		<b>TOTAL</b>	<b>1163,20</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## b. Costos

### 1) Materia prima (área de alimentación)

**Tabla 49-2.** Materia prima para el área de alimentación

Requerimientos materia prima área de alimentación				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Pollo	10 u	8.00	80.00	960.00
Pescado	50 u	1.50	75.00	112.50
Cuy	20 u	6.00	120.00	720.00
Arroz	1 quintal	55.00	55.00	660.00
Papas	2 quintal	12.00	24.00	288.00
Leche	30 lt.	0.50	15.00	180.00
Queso	15 u.	1.75	26.25	315.00
Huevos	5 cubetas	3.00	15.00	180.00
Azúcar morena	1 quintal	48.00	48.00	576.00
Sal	2 funda	1.00	2.00	24.00
Aceite	6 lt.	2.80	16.80	201.60
Achiote	2 lt.	1.50	3.00	36.00
Harina de maíz	1 qintal	35.00	35.00	420.00
Harina de trigo	30 lb.	0.80	24.00	288.00
Harina de jora	5 lb.	0.80	4.00	48.00
Vinagre	3 botellas	1.00	3.00	36.00
Espicias	5 paq.	1.00	5.00	60.00
Hierbas aromáticas	3 paq.	1.20	3.60	43.20
Panela	3 u	3.00	9.00	108.00
Cebolla blanca	8 paq.	1.00	8.00	96.00
Cebolla	10 paq.	1.00	10.00	120.00
Tomate	4 cajas	8.00	32.00	576.00
Pimienta	4 cajas	6.00	24.00	288.00
Ajo	6 lb.	3.00	18.00	216.00
Lechuga	20 u	0.30	6.00	72.00
Choclo	100 u	0.25	25.00	300.00
Habas	2 quintal	10.00	20.00	240.00
Frutilla	10 lb.	1.00	10.00	120.00
Naranja	1 caja	30.00	30.00	360.00
Mortiño	4 lb.	1.00	4.00	48.00
Babaco	4 cajas	8.00	32.00	384.00
Mora	10 lb.	1.00	10.00	120.00
Limón	4 cajas	5.00	20.00	240.00
Naranja	100 u	0.25	25.00	300.00
Guanabana	3 cajas	12.00	36.00	432.00
Piña	8 u	1.00	8.00	96.00
Galletas en barra	2 cartones	10.00	20.00	240.00
Helado	10 lt	6.00	60.00	720.00
Aguacate	2 cajas	15.00	30.00	360.00
		<b>TOTAL</b>	<b>961.65</b>	<b>11,539.80</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2) Materiales e insumos

### a) Insumos de aseo y limpieza

**Tabla 50-2.** Insumos de aseo y limpieza para el área operativa

Requerimiento de insumos para aseo y limpieza				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cepillo de lavar ropa	3 u.	1,00	3,00	3.00
Trapeador	5 u.	6,00	30,00	30.00
Atomizador	5 u.	3,50	17,50	35.00
Guantes de caucho negro	5 u.	2,00	10,00	120.00
Destapa cañerías	4 u.	3,00	12,00	12.00
Escoba	5 u.	6,00	30,00	30.00
Basurero para baño	7 u.	6,000	42,00	42.00
Basurero para reciclaje azul	6 u.	8,00	64,00	64.00
Basurero para reciclaje negro	6 u.	8,00	64,00	64.00
Basurero para reciclaje verde	6 u.	8,00	64,00	64.00
Basurero para oficina	4 u.	4,50	18,00	18.00
Recolector de basura	3 u.	3,50	10,50	10.50
		Subtotal	365.00	492.50
Requerimiento insumos área de alimentación				
Esponja lavaplatos	2 paq.	0,50	1,00	12.00
Estropajo de alambre	2 paq.	0,45	0,90	10.80
Cloro	2 galón	7,80	15,60	93.60
Pato tanque	10 paq.	2,65	26,50	318.00
Desinfectante fresklin	2 botella	3,00	6,00	72.00
Detergente Deja 100g	5 funda	3,70	18,50	111.00
Jabón lavar ropa	5 paq.	1,60	8,00	96.00
Lavavajilla crema 900g	5 paq.	3,60	18,00	216.00
Funda de basura	10 paq.	1,10	11,00	132.00
Guantes de lavar ropa	3 paq.	1,30	3,90	46.80
Papel higiénico familia 12 rollos	3 paq.	3,60	10,80	129.60
Jabón de manos	3 paq.	4,60	13,80	165.60
Toalla para manos	5 paq.	6,30	31,50	189.00
		Subtotal	165.50	1,592.40
Requerimiento insumos área de acampada/cabañas				
Papel higiénico	3 paq.	3.60	10.80	129.60
Jabón de manos	3 paq.	4.60	13.80	165.60
Toallas de manos	5 paq.	6.30	31.50	378.00
		Subtotal	56.10	673.20
		<b>TOTAL</b>	<b>586.60</b>	<b>2,758.10</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## b) Materiales e insumos

Tabla 51-2. Materiales e insumos para el área operativa

Requerimiento de insumos para el área operativa				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
<i>Área de alimentación</i>				
Servilletas	8 paqs	0.75	6.00	72.00
Sorbetes	2 paqs	1.50	3.00	36.00
Palillos	4 cajas	1.50	6.00	72.00
Carta menú	8	3.50	28.00	28.00
<i>Centro de recepción de visitantes</i>				
Materiales animación turística	3 u	25.00	75.00	900.00
Plantas ornamentales	20 u	3.00	60.00	60.00
		<b>TOTAL</b>	<b>178.00</b>	<b>1,168.00</b>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 3) Talento humano

## 1) Mano de obra directa

Tabla 52-2. Mano de obra directa para el área operativa

DEPARTAMENTO OPERATIVO												
CARGO	#	REM. MENSUAL	REM. ANUAL	BENEFICIOS DE LEY						GASTO MENSUAL IND	GASTO MENSUAL TOTAL	GASTO ANUAL TOTAL
				10M O CUA RTO	10M O TERCERO	VACA CIÓN	FOND OS DE RESE RVA	APOR TE PATR ONAL	APOR TE IND.			
<b>SERVICIOS</b>												
<i>Alimentación</i>												
Chef	1	371.23	4,458.00	30.50	44.58	44.58	30.95	41.42	35.11	598.63	598.63	7,183.62
Ayudante de cocina	1	369.04	4,428.48	30.50	44.28	44.28	30.74	41.15	34.87	594.87	594.87	7,138.47
Mesero	2	369.77	4,437.24	30.50	44.37	44.37	30.80	41.23	34.94	595.98	1,191.98	14,303.74
Posillero	1	369.04	4,428.48	30.50	44.28	44.28	30.74	41.15	34.87	594.87	594.87	7,138.47
Cajero	1	369.62	4,435.44	30.50	44.35	44.35	30.79	41.21	34.93	595.76	595.76	7,149.12
<b>ÁREA DE AVENTURA</b>												
<i>Hospedaje</i>												
Técnico de mantenimiento	1	370.50	4,446.00	30.50	44.46	44.46	30.86	41.31	35.01	597.11	597.11	7,165.27
<i>Canopy</i>												
Guía especializado	8	371.05	4,452.60	30.50	44.53	44.53	30.91	41.37	35.06	597.95	4,783.57	57,402.89
<i>Bubble soccer</i>												
Instructor	1	371.05	4,452.60	30.50	44.53	44.53	30.91	41.37	35.06	597.95	597.95	7,175.36

Asistente deportivo	1	369.77	4,437.24	30.50	44.37	44.37	30.80	41.23	34.94	595.99	595.99	7,151.87
Paintball												
Instructor	1	371.05	4,452.60	30.50	44.53	44.53	30.91	41.37	35.06	597.95	597.95	7,175.36
Asistente	1	369.77	4,437.24	30.50	44.37	44.37	30.80	41.23	34.94	595.99	595.99	7,151.87
<b>ÁREA EDUCACIÓN AMBIENTAL</b>												
Excursión												
Guía nacional	1	371.05	4,452.60	30.50	44.53	44.53	30.91	41.37	35.06	597.95	597.95	7,175.36
Reforestación												
Trabajador forestal	1	368.69	4,424.28	30.50	44.24	44.24	30.71	41.11	34.84	594.34	594.34	7,132.05
guarda forestal	3	369.62	4,435.44	30.50	44.35	44.35	30.79	41.21	34.93	595.76	1,787.28	21,447.36
Interpretación ambiental												
Especialista ambiental	1	402.93	4,835.16	30.50	48.35	48.35	33.56	44.93	38.08	646.70	646.70	7,760.41
										<b>TOTAL</b>	<b>14,970.94</b>	<b>179,651.23</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2016 Ministerio de relaciones laborales  
Elaborado por: Franklin Londo Guapi

#### 4) Servicios básicos

**Tabla 53-2. Servicios básicos**

RUBRO	PROVEEDOR	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Luz	EERSA	175,12	2101,44
Agua	JAAP San José del Batán	21,00	252,00
Teléfono	CNT	28,00	336,00
Internet	CNT	30,00	360,00
<b>TOTAL</b>		<b>254.12</b>	<b>3.049,44</b>

Fuente: Trabajo de campo.  
Elaborado por: Franklin Londo Guapi

#### 6. Definición del proceso productivo

Se estableció el manual de procedimientos acorde a los diagramas de flujo que permiten una organización adecuada, en donde se involucra a empleados y visitantes para la provisión correcta de los servicios ofertados en el Ecoparque de aventura. Esto permitirá a la unidad a cargo de la gestión brindar un servicio de calidad al cliente.

## **a. Procedimientos de servicios y actividades**

### **1) Proceso para reservaciones online**

Procedimiento:

Ingresar con su cuenta de usuario al software de reservas

Revisar las reservaciones cuyas fechas estan sujeta a políticas de cancelación

Ingresar al correo electrónico del Ecoparque de aventura

Contestar mails recibidos de clientes

Habilitar fechas en calendario de reservaciones canceladas

Verificar el pago por reservaciones

Generar un reporte de reservaciones con los datos obtenidos de la ficha de registro online (Ver anexo 16)

### **2) Proceso servicio de hospedaje**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista

Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación

En caso de tener una reservación comprobar la reserva

Llenar los documentos de recepción

Mostrar brevemente las instalaciones del Ecoparque

Entrega de la/s llave/s de la/s habitación/es

Explicar los horarios de comidas

Acompañar a la habitación al/los cliente/es

### **3) Proceso servicio de alimentación**

Procedimiento:

Guia conduce a al/los cliente/es al restaurante

Guia entrega el registro de pax al cajero

Mesero les conduce a la mesa reservada

Mesero verifica los pedidos

Mesero lleva los pedidos al chef

Chef entrega los pedidos

Mesero sirve los pedidos

#### **4) Proceso actividad de canopy**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista

Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación

En caso de tener una reservación comprobar la reserva y horario asignado

Llenar los documentos de recepción: ficha de estado de salud y documento de descargo de responsabilidad (Ver anexo 17)

Mostrar brevemente las instalaciones del Ecoparque

Asignación de guía

El guía se presentará ante el visitante, socializará las normas de conducta para el cliente además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar

Guía da indicaciones de la actividad

Guía dota del equipamiento para la actividad

Guía traslada al punto de partida de la actividad

Descenso en canopy

Guía permite un espacio para la toma de fotografías

Guía traslada de regreso a los clientes

Retiro de equipos

Guía hace la evaluación de la actividad

El guía se despide del grupo

#### **5) Proceso actividad de blubble Soccer**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista

Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación

En caso de tener una reservación comprobar la reserva y horario asignado

Llenar los documentos de recepción

Mostrar brevemente las instalaciones del Ecoparque

Asignación de guía

El guía se presentará ante el visitante, socializará las normas de conducta para el turista además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar

Guía da indicaciones de la actividad

Guía dota del equipamiento para la actividad  
 Guía traslada al punto de partida de la actividad  
 Guía conforma equipos para la actividad  
 Guía permite un espacio para la toma de fotografías  
 Guía entrega bebidas  
 Retiro de equipos  
 Guía hace la evaluación de la actividad  
 El guía se despide del grupo

## **6) Proceso actividad de paintball**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista  
 Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación  
 En caso de tener una reservación comprobar la reserva y horario asignado  
 Llenar los documentos de recepción  
 Mostrar brevemente las instalaciones del Ecoparque  
 Asignación de guía  
 El guía se presentará ante el visitante, socializará las normas de conducta para el turista además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar  
 Guía da indicaciones de la actividad  
 Guía dota del equipamiento para la actividad  
 Guía traslada al punto de partida de la actividad  
 Guía conforma equipos para la actividad  
 Guía permite un espacio para la toma de fotografías  
 Guía entrega bebidas  
 Retiro de equipos  
 Guía hace la evaluación de la actividad  
 El guía se despide del grupo

## **7) Proceso actividad de camping**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista  
 Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación  
 En caso de tener una reservación comprobar la reserva y horario asignado

Llenar los documentos de recepción

Asignación de guía

El guía se presentará ante el visitante, socializará las normas de conducta para el turista además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar

Guía da indicaciones de la actividad

Guía dota del equipamiento para la actividad

Guía entrega pulseras de control de campistas

Guía traslada al área de camping

Guía entrega el bux lunch

Cientes entregan los equipos en recepción

El recepcionista despide al grupo

## **b. Actividades de educación ambiental**

### **1) Proceso actividad excursión**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista

Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación

En caso de tener una reservación comprobar la reserva y horario asignado

Llenar los documentos de recepción

Asignación de guía

El guía se presentará ante el visitante, socializará las normas de conducta para el turista además les dará una explicación sobre el recorrido que van a realizar

Guía da indicaciones de la actividad

Guía conforma equipos para la actividad

Guía entrega el bux lunch

Guía traslada a los clientes al mirador

Guía hace la evaluación de la actividad

El guía se despide del grupo

### **2) Proceso actividad interpretación ambiental**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista

Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación  
En caso de tener una reservación comprobar la reserva y horario asignado  
Llenar los documentos de recepción  
Asignación de intérprete ambiental  
Traslado al centro de recepción de visitantes  
El intérprete ambiental se presentará ante el visitante, socializará las normas de conducta  
El intérprete ambiental da indicaciones de la actividad  
Proyección audiovisual  
Desarrollo de la actividad  
Visita huerto orgánico  
Elaboración artesanías ecológicas  
Evaluación de la actividad  
El intérprete se despide del grupo

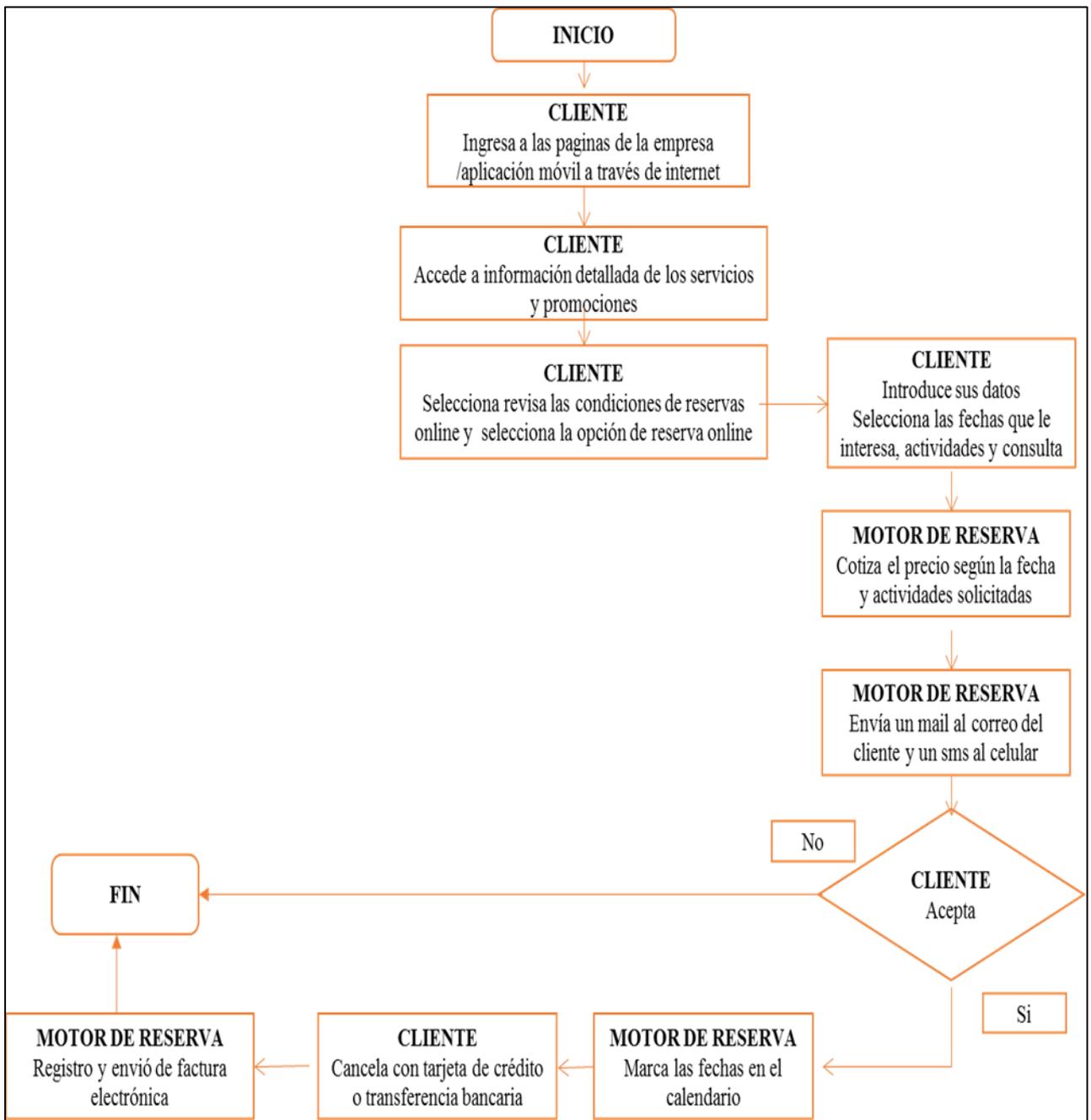
### **3) Proceso actividad de reforestación**

Procedimiento:

Bienvenida con un saludo amable y cordial por parte del recepcionista  
Recepcionista pregunta si vienen por cuenta propia o si realizaron una reservación  
En caso de tener una reservación comprobar la reserva y horario asignado  
Llenar los documentos de recepción  
Asignación de guía  
Traslado al vivero forestal  
Indicaciones de la actividad  
Conformación de equipos  
Designación áreas a reforestar  
Entrega de box lunch  
Entrega de reconocimientos por actividad (artesanías)  
El guía se despide del grupo

c. Diagrama de flujo de servicios y actividades

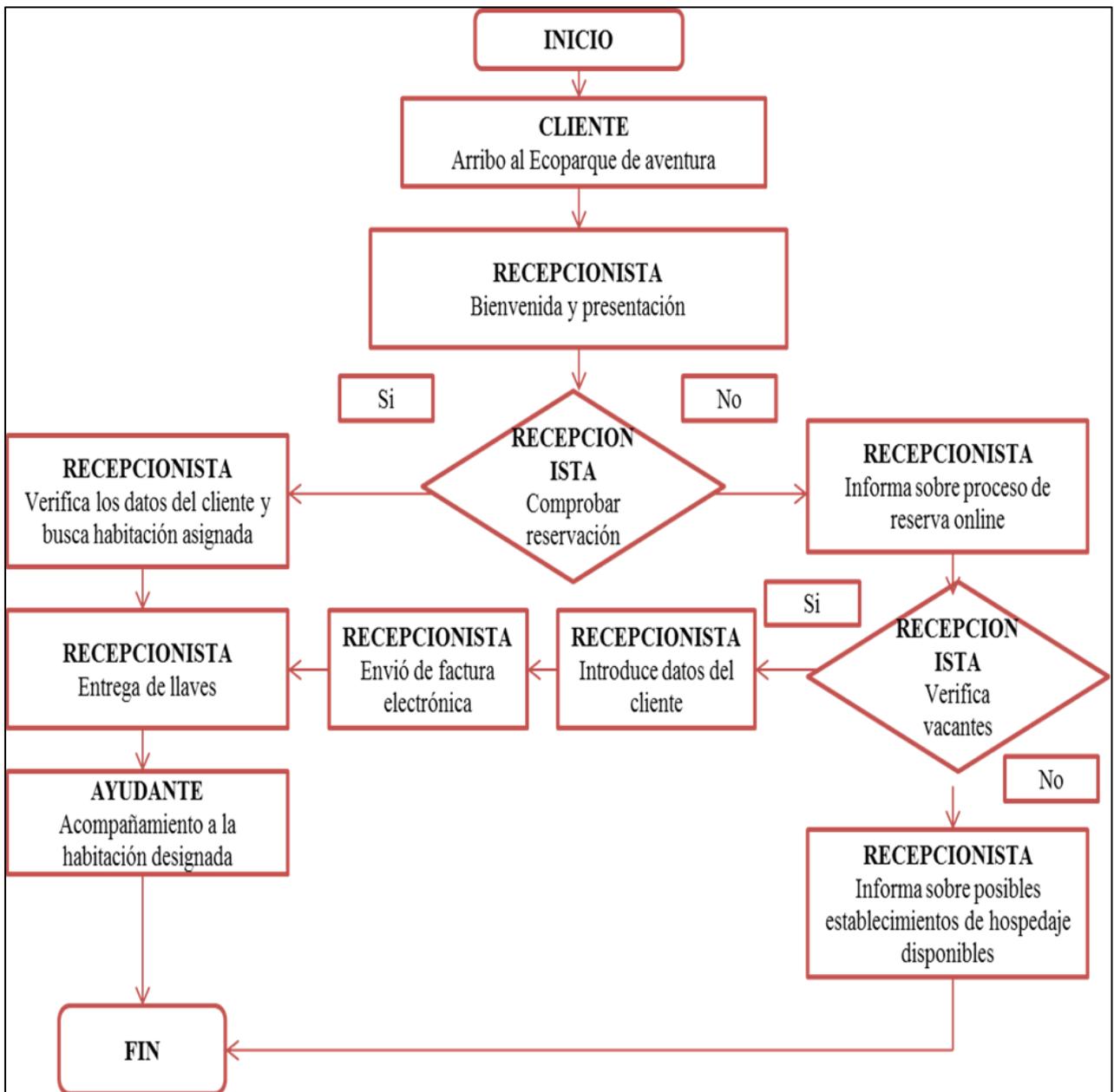
1) Reservas online



**Figura 16-2.** Flujograma de reservas online

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

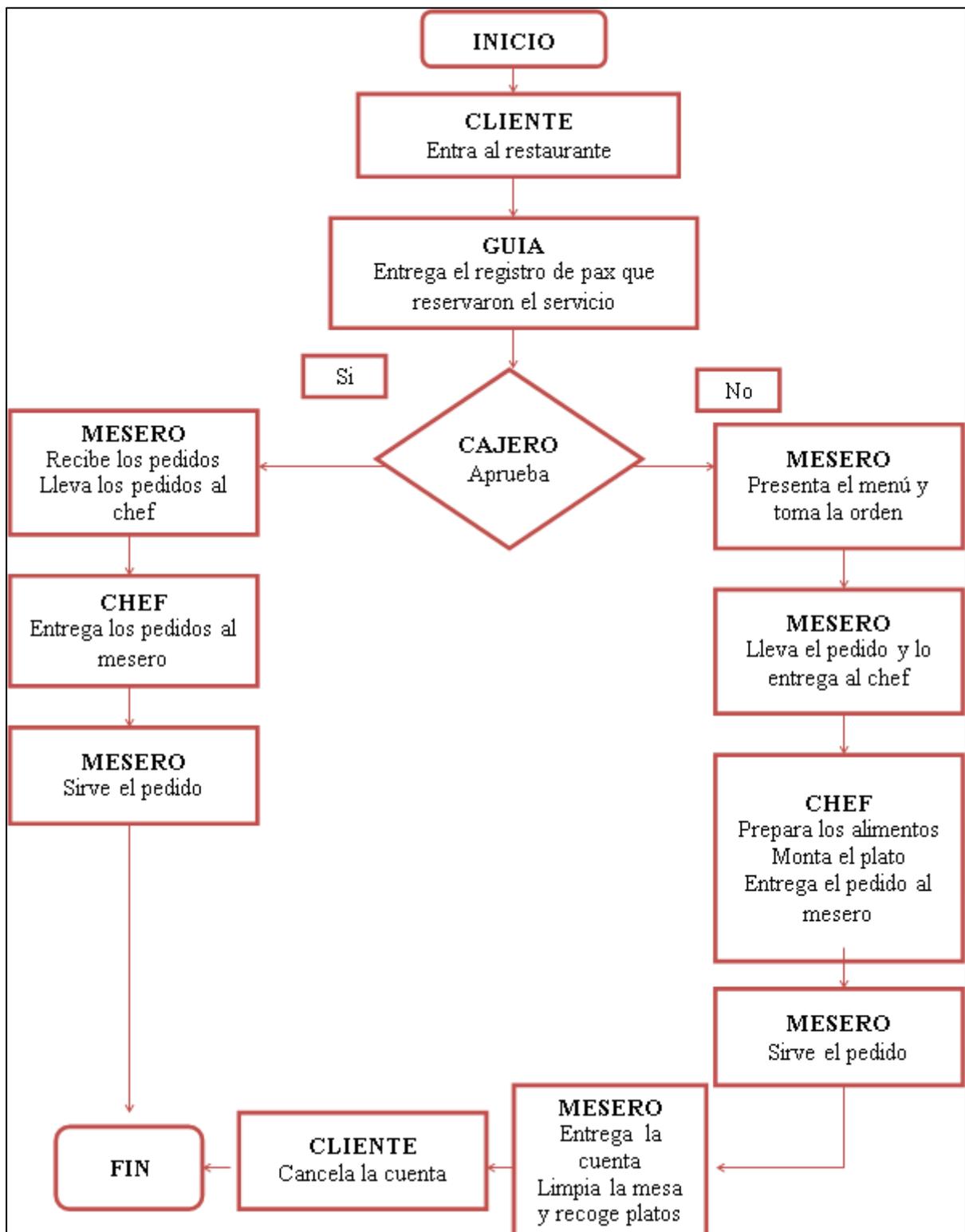
## 2) Servicio de hospedaje



**Figura 18-2.** Flujograma servicio de hospedaje

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

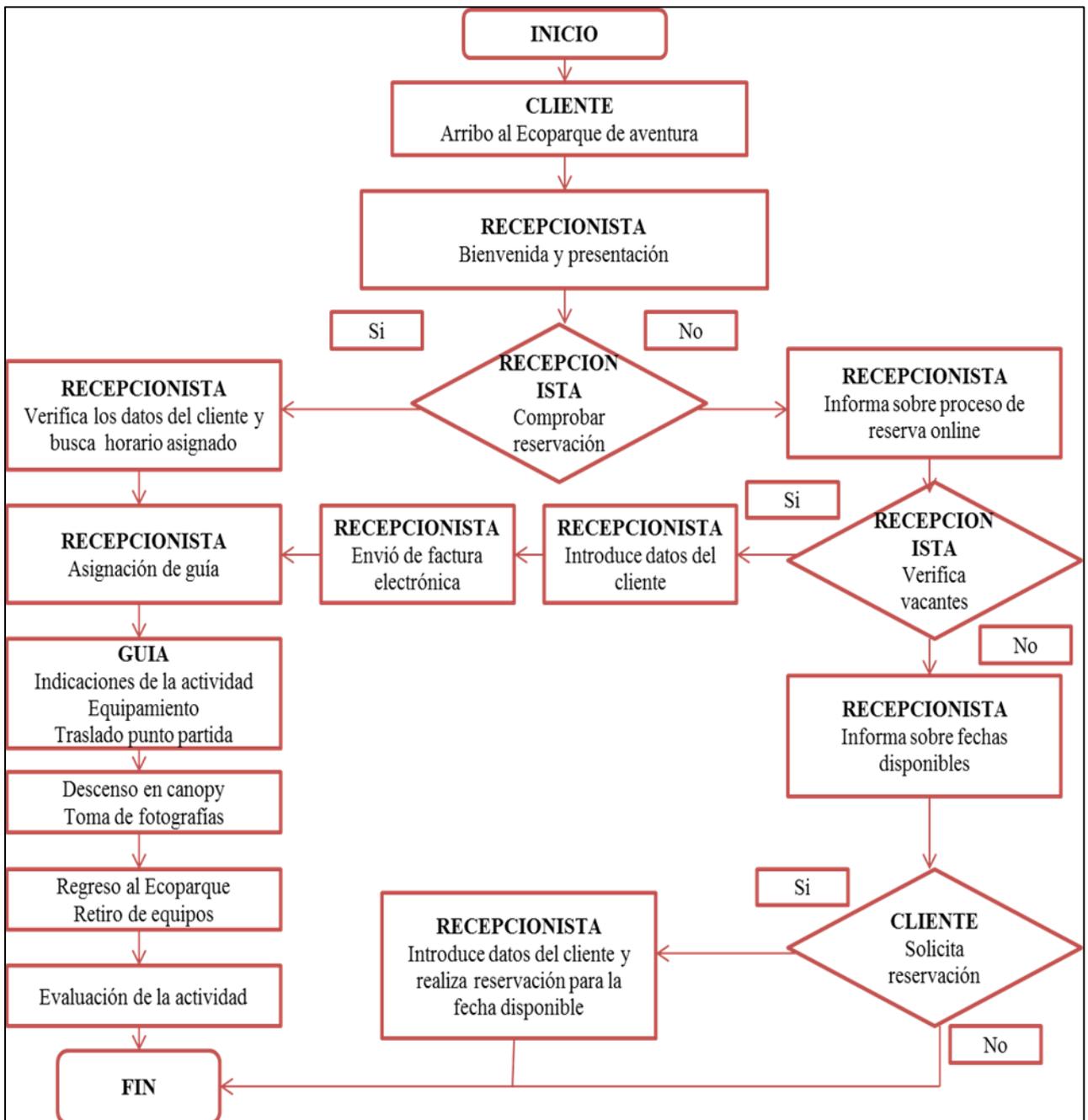
## 3) Servicio de alimentación



**Figura 17-2.** Flujograma de servicio de alimentación

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

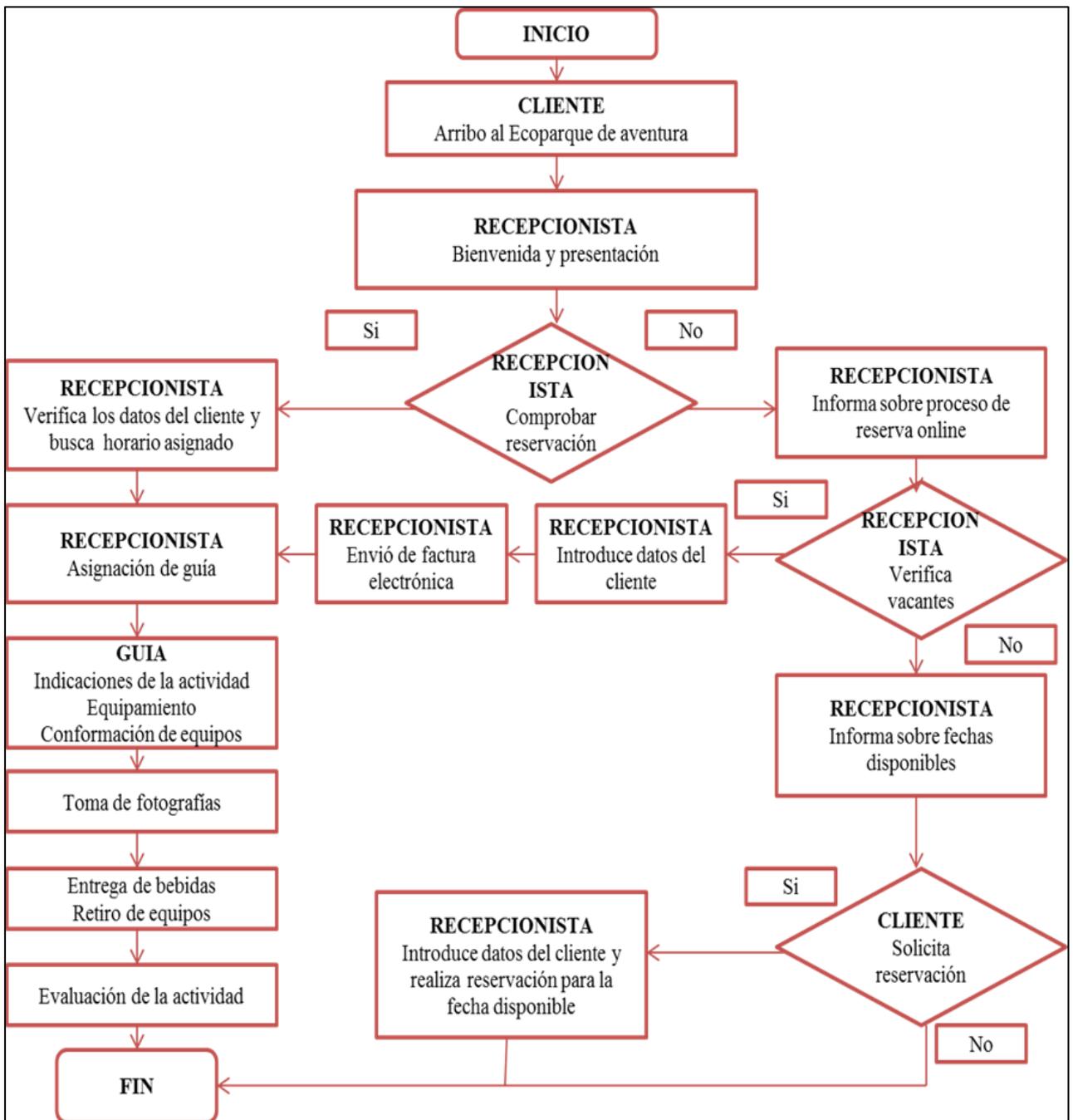
## 4) Actividad de canopy



**Figura 19-2.** Flujograma actividad de canopy

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

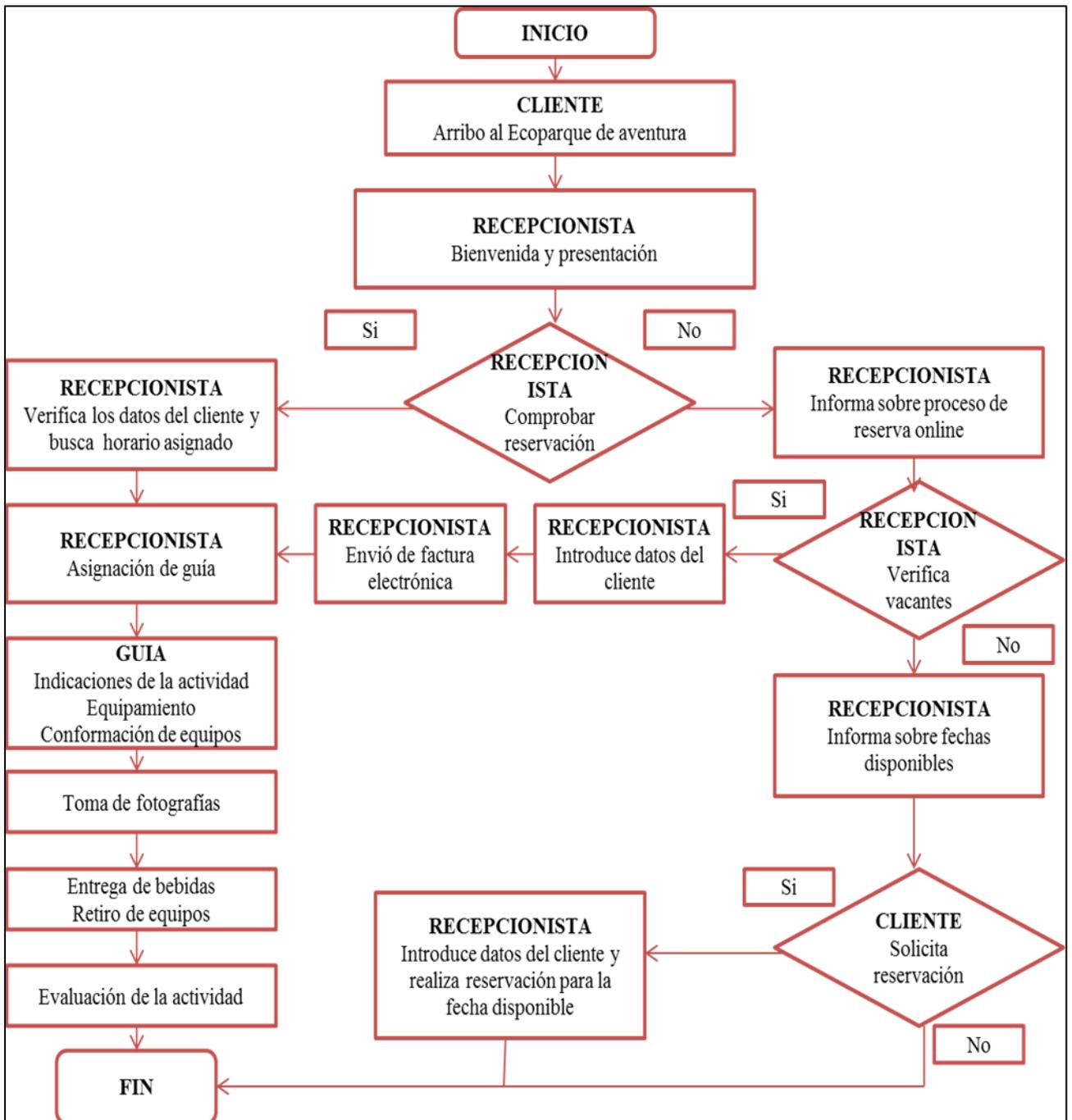
## 5) Actividad de bubble Soccer



**Figura 20-2.** Flujograma actividad de bubble soccer

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

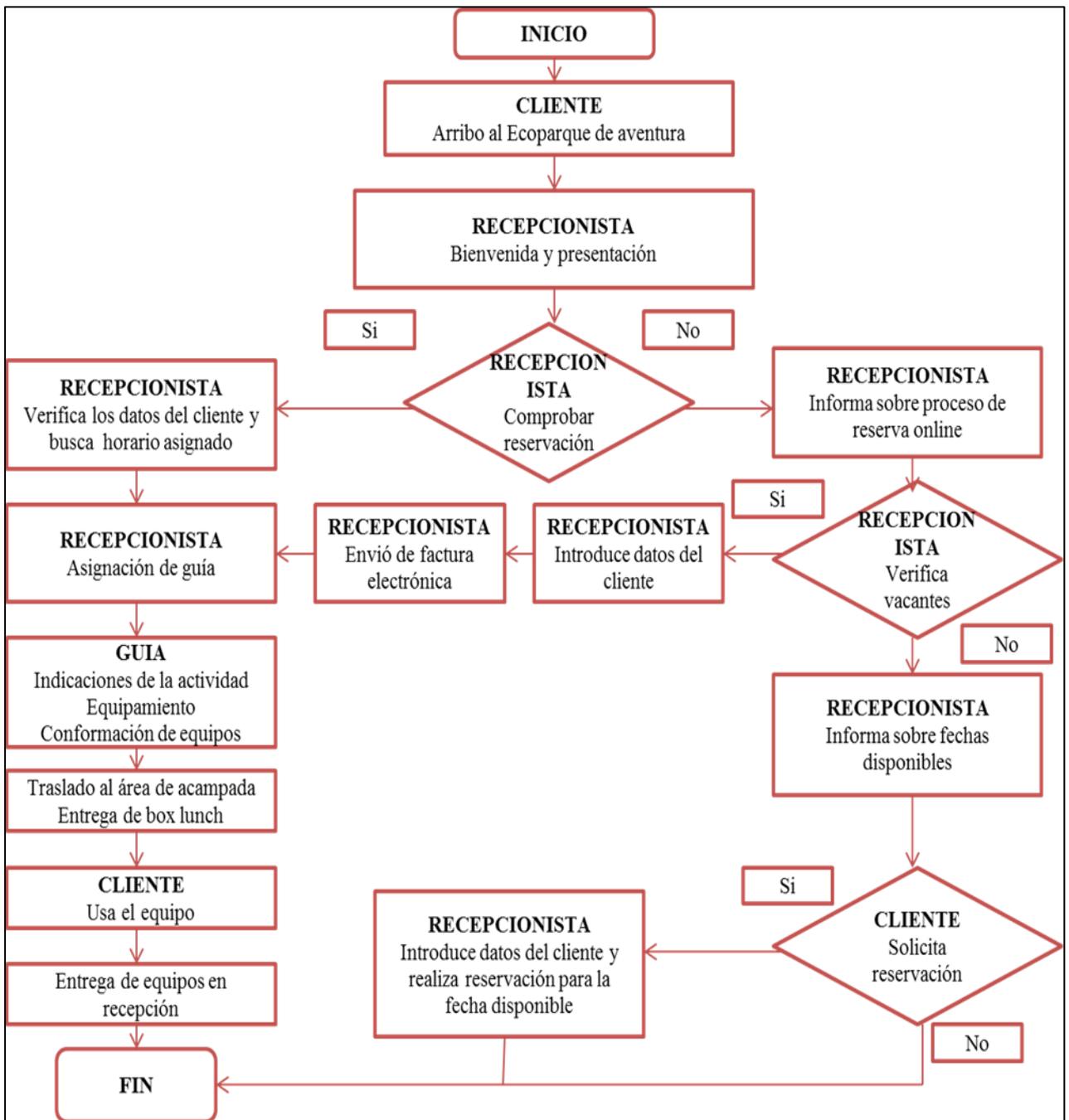
## 6) Actividad de paintball



**Figura 21-2.** Flujograma actividad de paintball

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

## 7) Actividad de camping

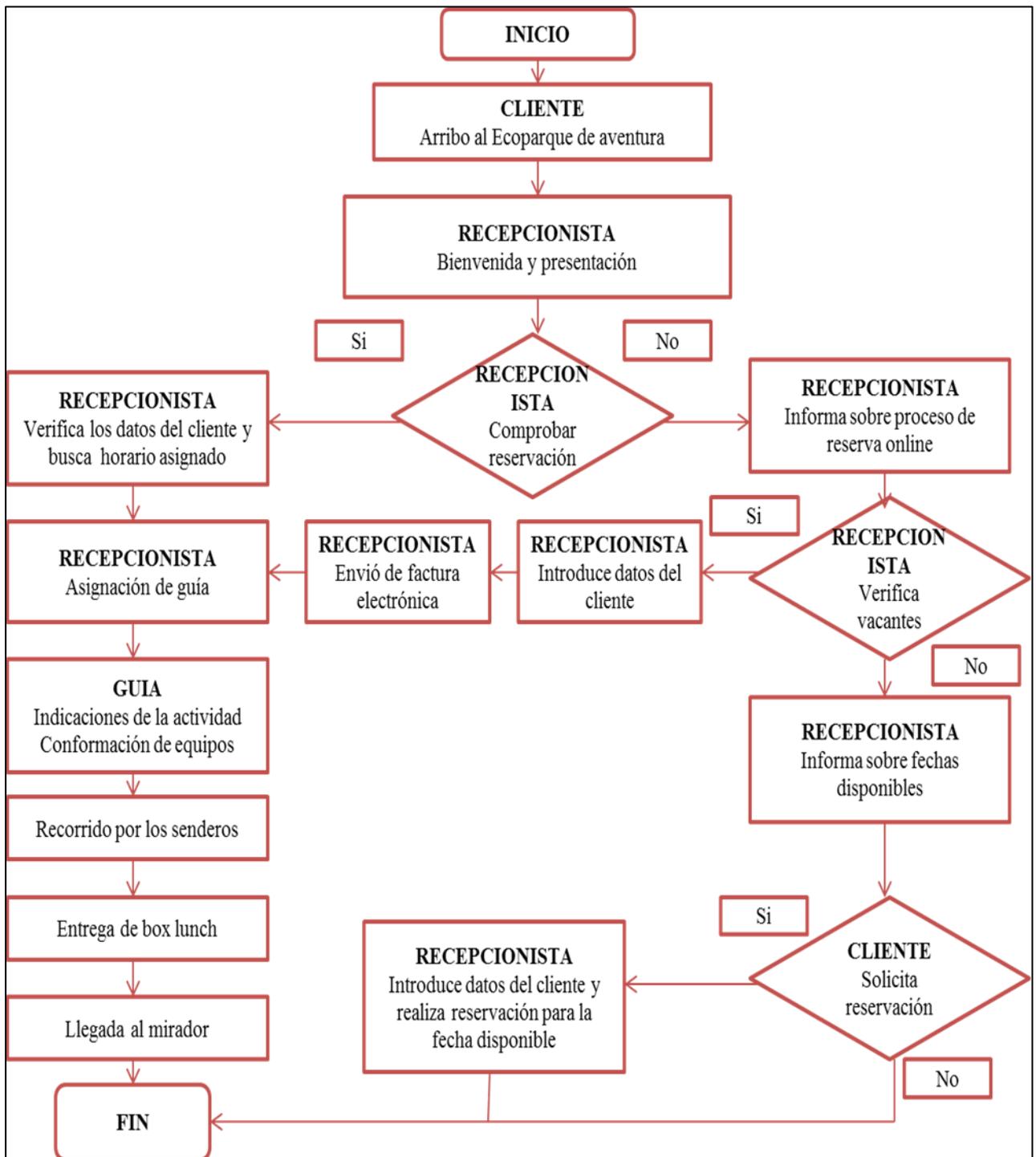


**Figura 22-2.** Flujograma actividad de camping

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

### c. Actividades de educación ambiental

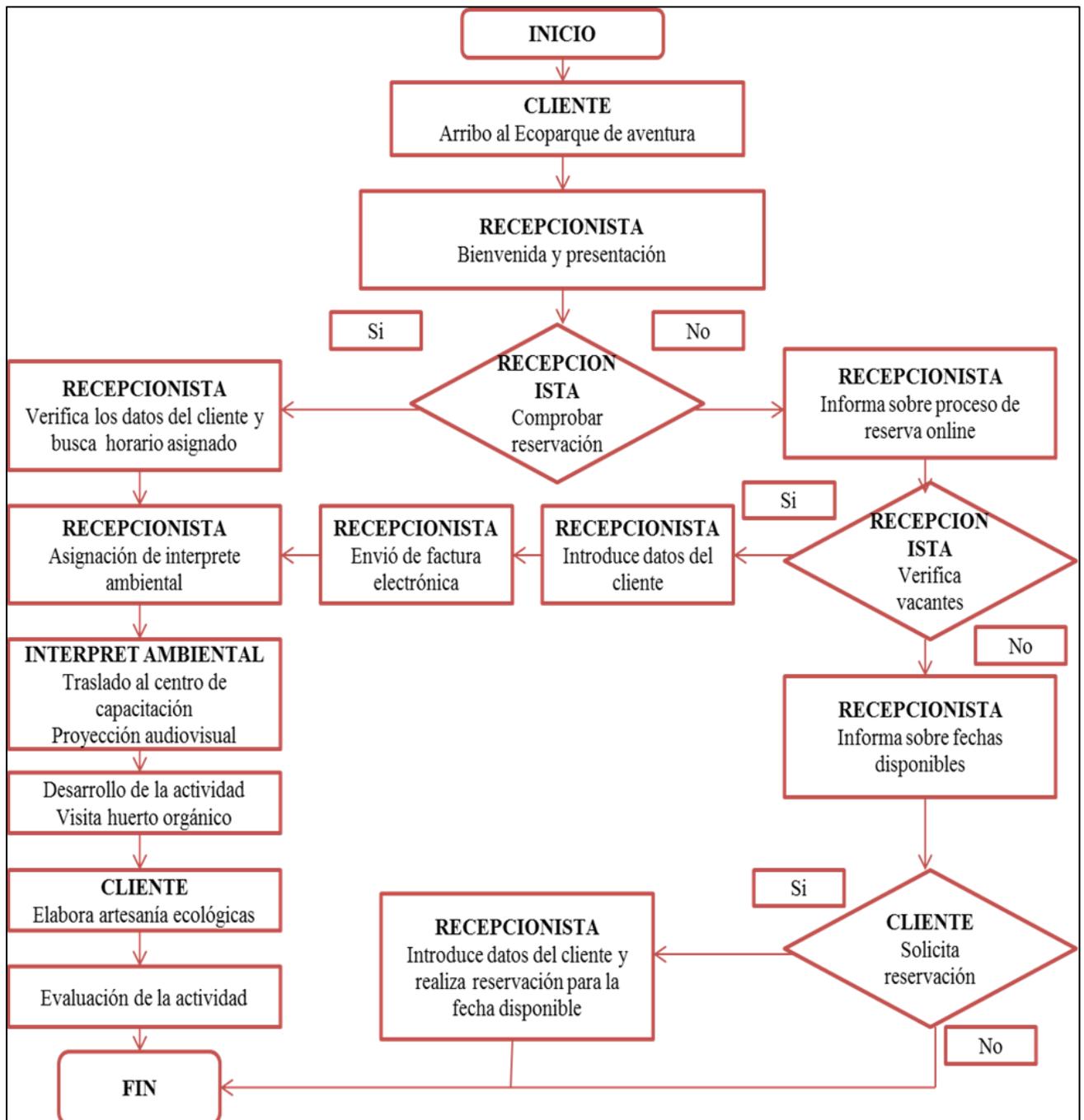
#### 1) Talleres sobre excursión



**Figura 23-2.** Flujograma talleres de excursión

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

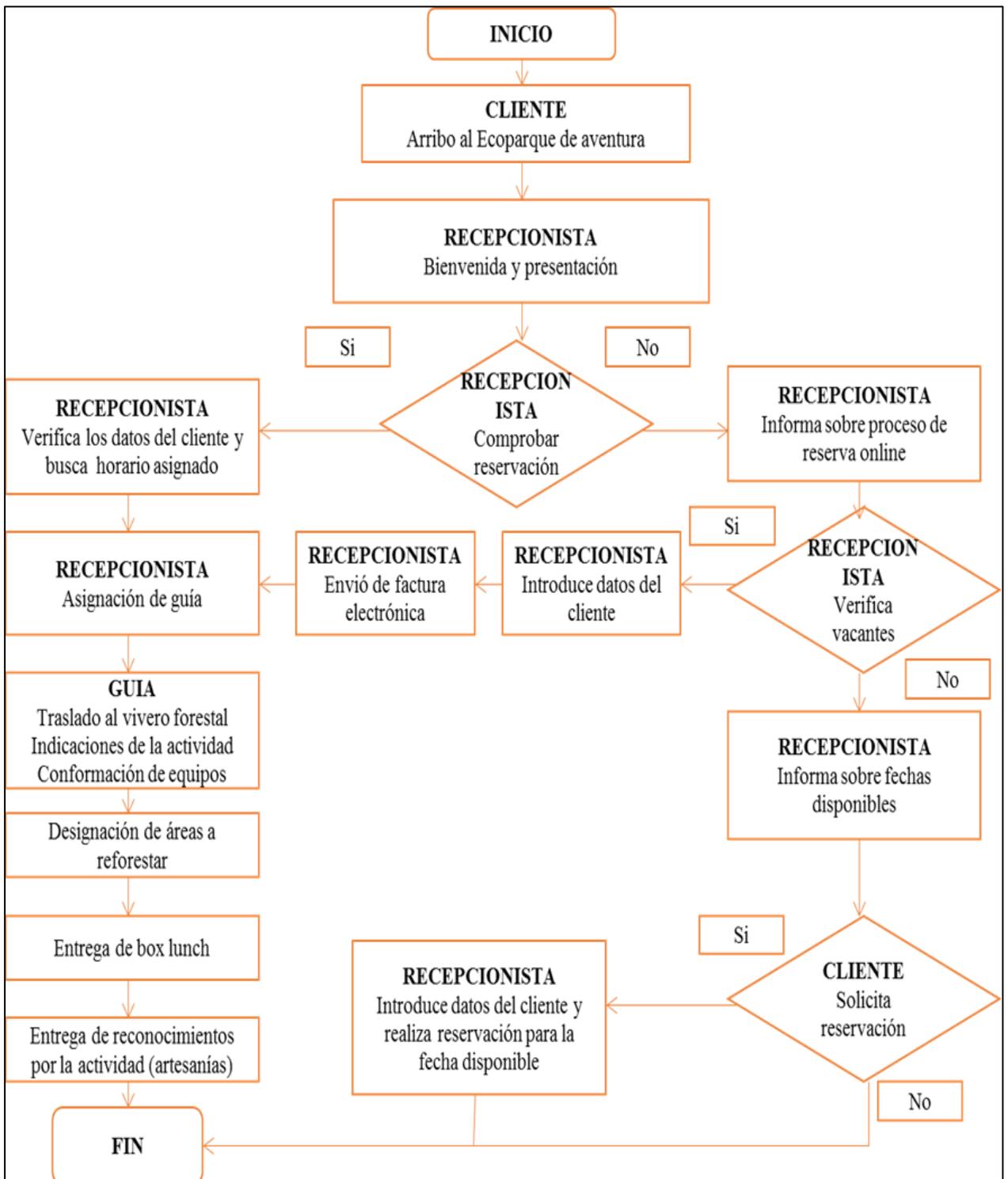
## 2) Interpretación ambiental



**Figura 24-2.** Flujograma talleres de interpretación ambiental

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

### 3) Actividad de reforestación



**Figura 25-2.** Flujograma actividad de reforestación

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

## C. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

### 1. Estrategias de posicionamiento

#### a. Identificación del nicho de mercado

A partir del estudio de mercado se pudo determinar la procedencia de los visitantes extranjeros, nacionales y la población local, se identificaron los siguientes targets (Grupo objetivo) considerando los porcentajes más significativos.

##### 1) Target Internacional

Los turistas extranjeros procedentes de Alemania son quienes registran mayor número de visitantes con un 19%; de Estados Unidos 15%; Italia con 11%; Canadá, Colombia y Brasil con 6%, cuya edad promedio es de 28 años.

##### 2) Target Nacional

Los turistas nacionales procedentes de Guayaquil son quienes registran mayor número de visitantes con un 40%; de Riobamba en un 17%; Ambato y Cuenca en un 8% respectivamente; Manabí y Santa Elena en un 6% respectivamente, cuya edad promedio es de 28 años.

##### 3) Target Local

El 43% de la población local pertenecen a la edad de 25 a 29 años; el 29% se encuentran entre la edad de 20 a 24 años, calculando una edad promedio de 27 años

#### b. Validez

El Ecoparque de aventura está instaurado bajo principios de responsabilidad social empresarial - ambiental con una perspectiva hacia el desarrollo sostenible, propiciando la calidad y seguridad en los servicios ofertados.

Brindando un entorno idóneo para la práctica de deportes de aventura y actividades de educación ambiental, pretendiendo provocar un cambio conductual en los visitantes a través del análisis crítico sobre temas que requieren compromiso ambiental social.

## 1) El branding

El proceso gráfico de creación y diseño de la marca, busca a través de la combinación de elementos, símbolos, signos y términos una representación gráfica que refleje la naturaleza del producto, apuntando a establecer una significativa presencia y diferenciación en el mercado que atraiga a los targets determinados. Para ello se consideró los siguientes lineamientos:

**Tabla 1-3.** Lineamientos para el diseño del logo

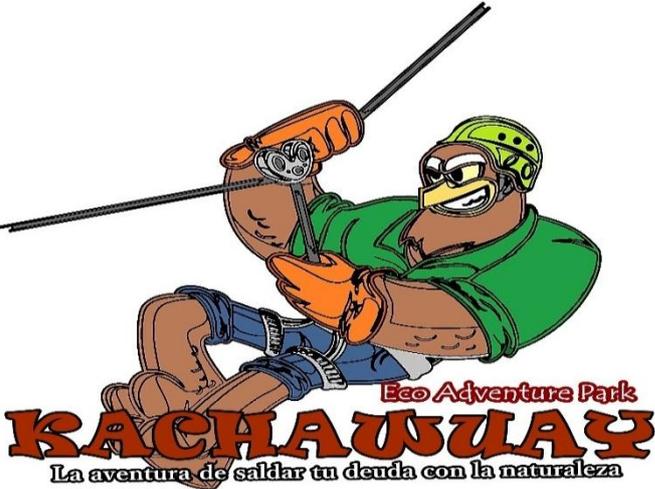
<b>Lineamientos para el diseño del logo</b>	
<b>Productos y servicios</b>	Actividades de aventura: Canopy, paintball, bubble soccer, campamento.
	Actividades educación ambiental: Reforestación, excursiones, interpretación ambiental
<b>Problema que buscan solucionar</b>	La falta de interés y compromiso ambiental que se evidencia en la población local y turistas.
<b>Valores de la empresa</b>	Seguridad, calidad, solidez, confiabilidad, eficiencia y profesionalismo.
<b>Audiencia meta / Naturaleza del mercado</b>	Se encuentra entre los 22 y 32 años, interesados en deportes de aventura y actividades de educación ambiental.
<b>Mensaje audiencia meta</b>	Empresa responsable con la sociedad y el ambiente que oferta servicios seguros y de calidad.
<b>Objetivos y metas a largo plazo.</b>	Empresa turística referente nacional en desarrollo sostenible evidenciada en su estructura y funcionalidad.

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2) Diseño de logo

Tabla 2-3. Diseño de logo

	
<b>NOMBRE</b>	<p>El sitio es conocido por la población local con el nombre de “Kachawuay”, es una palabra Kichwua, y adquiere una interpretación al español como un sitio ritual y de comunicación con la naturaleza.</p> <p>Se decidió utilizar dicho nombre para mantener su referente ancestral y que además de cierta manera está ligado a los principios del producto.</p>
<b>SLOGAN</b>	<p>“La aventura de saldar tu deuda con la naturaleza” Es un mensaje sugerente que pretende incitar a las personas a involucrarse en acciones que busquen corregir los problemas ambientales provocados por los seres humanos.</p>
<b>COMPONENTES</b>	<p>Imágen gráfica en la que se representa la práctica del canopy por el búho terrestre (<i>Athene cunicularia</i>) especie cuyo hábitat tiene una distribución notoria dentro del área.</p>
<b>IDENTIDAD CROMÁTICA</b>	<p>Colores ligado a la cromática natural con colores: café, blanco, negro, amarillo, verde, celeste, rojo y naranja.</p> <p>Café: Significa estabilidad, su uso aporta inspirar la creatividad y simboliza el éxito</p> <p>Blanco: Significa pureza, su uso aporta purificar la mente a los más altos niveles</p> <p>Negro: Significa elegancia, su uso aporta paz y silencio</p> <p>Amarillo: Significa inteligencia, precaución e innovación, su uso aporta a la estimulación mental y aclarar una mente confusa</p> <p>Verde: Significa equilibrio, su uso aporta a revitalizar el espíritu</p> <p>Celeste: Significa sinceridad Su uso aporta a disipar temores</p> <p>Rojo: Significa energía, vitalidad, poder, fuerza y valor, su uso aporta a superar la depresión</p>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### c. Venue (Conveniencia)

Realizada la investigación de los canales se seleccionaron aquellos que tienen mejor posicionamiento en el mercado, cobertura geográfica en mercados estratégicos, que puedan brindar apoyo formativo, tecnológico y de marketing, el potencial de ventas que puede suponer, la comisión que cobra 10%, el propósito similar, identidad y valores semejante a los de la empresa y el coste adquisición de canales e-business directos e indirectos.

#### 1) Canales e-business indirectos

En base a una investigación para determinar los canales de distribución online consolidados en países del target internacional, se pudo identificar posibles socios estratégicos quienes actualmente se encuentran inmersos en esta nueva cadena de negocio electrónico de productos turísticos. Seleccionando agencias de viajes y tour operadoras nacionales cuya alianza permitirá introducir el producto en estas nuevas plataformas digitales, a través de convenios para la inclusión de nuestro producto en sus paquetes a cambio de una comisión por ventas del 10% de comisión de cualquier actividad.

**Tabla 3-3.** Canales e-business online

Canales e-business online				
Nombre	Tipo	Mercado estratégico	AAVV-TTOO	Central de reserva
Kayak (kayak.com)	Metabusador	EEUU	Gray Line Ecuador (Graylineecuador.travel)	Princeline
			Latin Adventures (www.latinadventures.ec)	
Orbitz (orbitz.com)	Metabusador	EEUU (Chicago)	Gray Line Ecuador (Graylineecuador.travel)	Expedia
			Latin Adventures (www.latinadventures.ec)	
Travelocity (travelocity.com)	AAVV online	EEUU (Texas)	Latin Adventures (www.latinadventures.ec)	Travelocity

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### a) Trip Advisor

Metabuscaador de viajes de gran representación en 45 países, mantiene relación directa con todo tipo de empresas turísticas, permitiendo de forma gratuita la difusión de información referente a la empresa mediante un perfil en Tripadvisor, además de ofrecer la posibilidad de visualizar y generar opiniones, comentarios y sugerencias sobre su experiencia como cliente.

Trip Advisor es capaz de ofrecer reservas por la adición del botón "reservar" vinculado al socio de conectividad (software de reserva) de la empresa turística, definiendo un proceso de comercialización directa mediante el cual el cliente podrá pasar sin esfuerzo de buscar a reservar, sin tener que salir del sitio web. El proceso de reserva está totalmente optimizado para PC, tabletas y plataformas móviles en todas las monedas internacionales. La reserva instantánea de Trip Connect es un modelo de comisiones basado en el pago por las estancias efectivamente realizadas y obtendrá el acceso a datos e informes accediendo al centro de rendimiento de la reserva instantánea. El modelo de comisión seleccionado para el producto es del 15%.

**Tabla 4-3.** Requerimientos reserva instantánea Trip Connect

<b>Reserva instantánea Trip Connect</b>		
<b>Parámetro</b>	<b>Requerimientos</b>	<b>Insumos</b>
Validación perfil Tripadvisor	Datos de la empresa Nombre oficial, dirección y número de teléfono. Disponible/abierto al público, cronograma regular, horarios y servicios publicados en el sitio web oficial.	Kachawuay EcoAdventure Park Disponible previa reservación Lun-Dom 07:00 – 20:00 www.kachawuay.ec
Datos socio de conectividad (Software de reserva)	Nombre del establecimiento, dirección y sitio web Plazas diarias disponibles por servicios planificadas en el calendario	Kachawuay EcoAdventure Park www.kachawuay.ec Hospedaje (12) <u>Actividades de aventura</u> Canopy (69) Paintball (69) Bubble soccer (69) Campamento (16) <u>Actividades educación ambiental</u> Reforestación (30) Interpretación ambiental (30) Excursión (15)
	Política de cancelación	Cancelación 48 horas antes de la fecha reservada: 100% de reembolso menos una tarifa de 5% por operación. Cancelación 24 horas antes de la fecha reservada: Es posible cambiar la fecha planificada pero no se procesará ningún reembolso.

		Llegadas tardes o no presentarse: Sin reembolso.
Porcentaje de visualización de tarifas	Seleccionar tarifas/comisión	comisión por ventas del 10% de comisión de cualquier actividad y 15% en paquetes
Forma de pago valida	Información tarjeta de crédito Vinculación al centro de gestión Sistema de facturación mensual	Facturación mensual basada en el pago por las estancias efectivamente realizadas.

Fuente: Tripadvisor.com

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2) Canales e-business directos

Los canales e-business directos permitirán manejar toda la información acerca de los clientes, datos como: origen geográfico, horario, día, ocupación media para la fecha de viaje y generar la logística adecuada para la prestación de las actividades y servicios del producto, se utilizará un software para las reservas online a través de la pagina web y aplicación mobil.

### a) Software de reserva

También denominado socio de conectividad, es una herramienta de gestión turística integrada a la página web y aplicación móvil, que permite personalizar las tarifas, descuentos, disponibilidad, opciones de garantía, reservas anticipadas, promociones especiales, contacto a través de mensajes personalizados y gestión de la base de datos de los clientes (Panel de administración).

## d. Valor

### 1) Precio final de actividades y servicios

Se determinaron los precios considerando la información obtenida sobre el valores preferenciales de las actividades y servicios de la demanda, además se registraron los precios de las actividades ofertadas por la competencia, también se calculó el precio de producción de cada actividad que se pretenden ofertar para finalmente determinar el precio oficial.

**Tabla 5-3.** Precios actividades y servicios a ofertar

Actividad / servicio	Precio estudio de la demanda USD	Tipo	Precios referenciales productos similares / USD		Precio oficial USD
			Nayon Xtreme Valley	Tu Canopy	
Servicios	5,00 – 7,00	Ingreso	00,00	Adultos 5,00 Niños 2,50	6,00
	N/D	Hospedaje	80,00	60,00 - 190,00	51,00
	N/D	Alimentación	5,00	14,50	6,00
Actividades de recreación y deportes de aventura	14,00 a 16,00	Canopy	25,00	Adultos 22,00 Niños 18,00	26,00
		Bubble soccer	--	--	16,00
		Paintball	15,00	--	15,00
		Camping	10,00	10,00	13,00
Actividades de educación ambiental	3,00 a 5,00	Reforestación	--	--	5,00
		Interpretación ambiental	--	--	5,00
		Excursión	3,00	Auto guiada 5,00 Guiada 8,00	9,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2) Política de servicio

### a) Políticas de reservación

Las reservaciones para los servicios y actividades del Ecoparque de aventura serán canalizadas a través del software de reservas de la empresa estableciéndose que:

Para confirmar la reservación se establece un pago del 50% a través de tarjeta de crédito y el otro 50% se lo cobrará en la fecha reservada.

Posibilidad de cambiar la fecha de reservación sin cargo alguno previo aviso de 48 horas de anticipación mediante correo electrónico o vía telefónica

Para reservas telefónicas o por correo se pagará el 50% y serán confirmadas mediante el pago en efectivo o transferencia bancaria cuyo comprobante deberá ser envía por mail.

**b) Políticas de cancelación**

Cancelación 48 horas antes de la fecha reservada: 100% de reembolso menos una tarifa de 5% por operación.

Cancelación menor a 36 horas de la fecha reservada no procede el reembolso del pago anticipado.

Cambio de fecha 48 horas antes del día reservado: Es posible cambiar la fecha de excursión pero no se procesará ningún reembolso.

No presentarse: Sin reembolso.

**c) Políticas de pago**

Las formas de pago que el Ecoparque de aventura va a aceptar por la prestación de servicios y actividades serán preferencialmente mediante tarjeta de crédito y efectivo, en casos particulares mediante transferencia bancaria.

**e. Vogue (Moda)**

Para establecer los canales e-commerce, se consideró los resultados obtenidos en el estudio de mercado, determinándose que los turistas nacionales mayoritariamente se informan a través de: familiares y amigos (59%), meta buscadores de viajes online (22%); mientras que los turistas extranjeros utilizan: meta buscadores de viajes online (38%), familiares y amigos (21%) y la población local a través de internet (46%), televisión (22%).

Según los datos citados anteriormente se determinó la gran importancia de la calidad de los servicios y actividades debido a que un gran porcentaje se informan a través de sus familiares y amigos; también se identificó los metabuscadores de viajes más utilizados considerando que la plataforma google obtuvo una preferencia del 23% se estableció como primordial el diseño de una página web de la empresa, otro de los metabuscadores con preferencia del 60% por los turistas extranjeros es tripadvisor con quien se plantea establecer alianzas de comercialización, finalmente facebook tuvo una aceptación por la población local de 37% por lo que también será considerado como canal e-business.

En base al estudio se logró determinar la temporalidad de conexión considerando que el acceso a la web es diario, determinando que las horas de mayor conexión a la web están entre las 22:00 con un 19% y entre las 19:00 – 20:00 en un 17% definiendo este el horario para generar y subir contenido en los canales e-commerce

## 1) Página Web

El Ecoparque de aventura ofertará sus actividades y servicios a través de una página web (www.kachawuayecoadventurpark.ec), que para su diseño considerará los siguientes lineamientos:

**Tabla 6-3.** Lineamientos diseño de página web

<b>Lineamientos diseño de página web</b>	
<b>Parámetro</b>	<b>Lineamiento</b>
Diseño web	Secciones bienvenida, quienes somos, servicios y actividades, paquetes, galería, noticias, reservaciones y contacto
	Valores, Misión y Visión.
	Diseño en (4) idiomas (alemán, inglés, portugués y español)
	Sección galería con fotografías servicios, actividades e instalaciones
Optimización	Contenido web responsive estructurado para computadas de toda clase, tabletas y dispositivos móviles
	Optimización en motores de búsqueda mediante plugin SEO
	Banners de promociones
	Incorporación en la sección de reservaciones el software de reserva
Botones e iconografía	Iconografía vinculada a facebook, twitter, tripadvisor, youtube
	Iconografía de descarga de trípticos precios por actividades y servicios
	Iconografía de descarga sobre políticas de reserva y cancelación
	Iconografía de calificación sobre el servicio online y sugerencias
	Botones social media share facebook, twitter para compartir contenido
Contenido indexado	Enlaces URL y contenido indexado de videos
	Contenido indexado del mapa de ubicación
Funciones dinámicas	Sistemas de comentarios vinculados a perfiles de Facebook.
	Sistemas de notificación de respuesta a comentarios
Relación creador de contenidos – clientes	Caja de información creador de contenidos y encargado en ventas y reservaciones (Nombre/Cargo/Contacto)
	Respuestas a preguntas o comentarios cuando sea necesario
	Encuestas sobre experiencias para medir el grado de satisfacción de los clientes

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## 2) App móvil Ecoadventure park

El desarrollo de una herramienta informática diseñada para ser ejecutada por teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles, permitiendo un acceso rápido y sencillo a la información de la empresa y almacenamiento de datos del usuario se la diseñará en 4 idiomas alemán, inglés, portugués y español que contendrá las siguientes secciones:

**Tabla 7-3.** Secciones App móvil

<b>Secciones App móvil</b>		
<b>Secciones</b>	<b>Sub secciones</b>	<b>Contenido</b>
Información empresa	Descripción	Descripción breve
		Dirección
		Calificaciones clientes
		Opiniones
Localización	Mapa offline	Nombre de vías y calles
		Etiqueta ubicación
		Vinculación gps
Servicios actividades	Detalles	Descripción breve por actividad
		Equipamiento
		Precios
		Promociones
Reservaciones	Vinculación software reservación	Nombre cliente
		Servicios/actividades
		Correo electrónico
		Numero adultos/niños
		Fecha de reservación
Políticas	Detalles	Políticas reservaciones
		Políticas cancelaciones
		Políticas de pago

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## 3) Página de facebook

Se creará un fan page de la empresa en facebook debido a que es uno de los medios e-commerce con mayor porcentaje de preferencia en el estudio de mercado, considerando que el contenido se convertirá en una ventaja competitiva del producto debe ser atractivo y de alto impacto visual, siendo fundamental regular y estandarizar los formatos del contenido que permitan ser viralizados por nuestros clientes, para ello se definieron estrategias a considerar para la creación de contenidos:

**Tabla 8-3.** Estrategias de creación de contenidos

<b>Estrategias de creación de contenidos</b>	
<b>Parámetro</b>	<b>Lineamiento</b>
Características de contenido	Mensajes cortos
	2 de 3 publicaciones serán sobre contenidos de interés y la 3 sobre la empresa
	Imágenes grandes y llamativas
	Publicaciones direccionadas a la página web
	Adaptado a tendencias
	Responsabilidad ambiental
	Investigaciones ambientales
	Vinculado a buenas prácticas ambientales
	Ideas ambientales innovadoras
	Actividades de recreación y aventura (canopy)
	Fotografías experiencias clientes
	Videos de experiencias clientes
Temporalidad de contenido	Calendario mensual temática de contenido
	Contenido publicado en horas de mayor conexión
	Contenido nuevo y actualizado
Promociones	Planificadas eventos en torno a feriados y temporadas
	Recompensas por adquirir productos
	Ofertas por difusión de contenido
	Gratuidades por interacción en redes

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

#### 4) Anuncios de facebook para empresas

Para seleccionar la tipología de anuncios se consideraron los canales e-business y e-commerce establecido anteriormente, que pueden vincularse estratégicamente a anuncios con la finalidad de fortalecer las estrategias adoptadas. Encontrando dos modelos básicos de precios para la publicidad. El CPM, el anunciante paga por 1.000 impresiones independientemente del número de usuarios que finalmente hacen clic en el anuncio. Mediante el CPC, al anunciante paga únicamente por los clics que los usuarios hacen en sus anuncios.

**Tabla 9-3.** Categorías anuncios de facebook

<b>Anuncios de facebook</b>	
<b>Categoría</b>	<b>Características</b>
<b>Clics en el sitio web</b>	Permite atraer usuarios a el sitio web desde Facebook. A través de clics en anuncios que redireccionara a la página web, incluida la sección para reservas.
<b>Instalaciones de la aplicación</b>	Permite difundir la aplicación mobil con la finalidad de que más personas la instalen. Dirige los anuncios a las personas adecuadas según el dispositivo y el sistema operativo que utilicen. Cuando el usuario de click en el anuncio, se redirigirá a la página de instalación de la tienda de aplicaciones.
<b>Difusión local</b>	A través de la información sobre la dirección del Ecoparque de aventura y la zona a la que quieres llegar permitirá mostrar los anuncios a la mayor cantidad posible de personas en Facebook que residan en el área seleccionada.
<b>Presentaciones</b>	Anuncios a través de videos sencillos de corta duración asegurará que las

	personas puedan verlos desde cualquier lugar del mundo y en casi cualquier dispositivo conectado a internet.
--	--

Fuente: Facebook.com

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 5) Contenidos audiovisuales

### a) Videos corporativos (Brand cannel)

Para difundir videos corporativos se creará un canal en la plataforma de youtube en la que se pretende subir contenido de forma atractiva, sencilla y directa permitiendo a los posibles clientes la visualización de actividades, servicios y conocer el entorno de la empresa de una forma didáctica y de fácil acceso.

### b) Banners web

Consiste en el diseño de gráficos con contenido informativo de la empresa, estructurado de forma llamativa para los internautas pretendiendo atraer posibles clientes, para ello se diseñará contenido de estas características y se lo vinculará a las páginas oficiales de la empresa de facebbok y twitter.

**Tabla 10-3.** Parámetros para el diseño de banners

Parámetros para el diseño de banners	
Parámetro	Lineamiento
Características de contenido	Mensaje que incite a dirigirse a la página web
	Imágenes grandes y llamativas
	Diseño que considere los colores del logo
	Incluir mensajes de promociones
	Vinculado a formularios para recibir información
	Incluirá el logotipo en el diseño
	Humor apropiado al mensaje

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 6) Twitter

Se diseñará campañas promocionales interactivas en esta red social enmarcadas en el uso de etiquetas o palabras clave (hashtag) permitiendo generar un posicionamiento web o tendencia, logrando difundir contenido de nuestra empresa a posibles clientes.

**Tabla 11-3.** Parámetros para publicidad en twitter

<b>Parámetros para publicidad en twitter</b>	
<b>Parámetro</b>	<b>Lineamiento</b>
Características de contenido	Mensaje conciso y específico
	Incluir link página web
	Hashtags vinculados a campañas y promociones del producto
	Retweets populares y respuestas la interacción con seguidores
	Gifs y videos de corta duración

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

### 7) **Google**

Se consideró la importancia del posicionamiento de la página web dentro del motor de búsqueda más utilizado Google, a través de local google mediante imágenes y detallando el posicionamiento geográfico en google maps, además con la incorporación en línea al directorio de negocios gratuito local businnes center, se pretende incorporar entre las empresas competitivas digitalmente

### 8) **Lonely planet**

Para acceder a una publicación dentro de las guías digitales de lonely planet se considerará los parámetros establecidos para incorporar un artículo sobre el producto, el que no requiere ningún pago y consiste únicamente en llenar un formulario con todos los detalles de contacto para ser validados por el autor de la reseña del establecimiento

### 9) **E-mail masivo**

Con la finalidad de difundir de forma directa y creativa, información de la empresa a clientes actuales y potenciales se diseñará el contenido de e-mails para ser enviados de forma masiva y recurrente pretendiendo insertarse en nuevos segmentos para ganar posicionamiento en el mercado, además se realizará una evaluación estadística de difusión, número de clics en contenidos y mails revisados.

**Tabla 12-3.** Parámetros para el diseño de e-mails masivos

<b>Parámetros para el diseño de e-mails masivos</b>	
<b>Parámetro</b>	<b>Lineamiento</b>
Características de contenido	Mensaje concreto, sencillo y claro
	Imágenes en HTML vinculadas al link de la página web
	No usar tags
	No escribir el asunto todo en mayúsculas
	Evitar uso de signos
	Mensaje en tamaño de letra mediano

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### 10) Social Media analytics

Permite una evaluación de canales de distribución y comercialización online en base a resultados obtenidos de los reportes de ventas e informes de impacto y repercusión de los contenidos. Concediendo los insumos necesarios para el análisis de datos y planteamiento de estrategias que buscan solidificar la mejor combinación de canales que le aporte el mayor volumen de clientes y con el mejor beneficio posible. Para ellos se analizarán parámetros como:

**Tabla 13-3.** Matriz social media analytics

<b>Social media analytics</b>				
<b>Canales de distribución</b>				
<b>Parámetros</b>	<b>Canal 1</b>	<b>Canal 2</b>	<b>Canal 3</b>	<b>Canal 4</b>
Perfil del cliente que genera el canal (origen geográfico, temporalidad de reserva, actividades, estancia media de reserva)				
Ingresos generales de cada canal				
Márgenes de beneficio generados por cada canal de distribución.				
Temporadas alta y baja de reservas (ocupación media)				
Repetición de visita (fidelidad a ese canal de venta)				
<b>Canales de comercialización</b>				
<b>Parámetros</b>	<b>Canal 1</b>	<b>Canal 2</b>	<b>Canal 3</b>	<b>Canal 4</b>
Perfil de turista que nos genera el canal (origen geográfico, edad, sexo, horario y temporalidad de visita canal)				
Evaluación del impacto de contenidos (comentado, compartido)				
Sistematización y respuesta a preguntas frecuentes				

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2. Requerimientos del área comercial

### 1) Activos fijos

**Tabla 14-3.** Activos fijos del área comercial

ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA COMERCIAL			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
<i>Equipos de computo</i>			
Computadora (Laptop HP)	3	2500.00	7,500.00
Macbook Apple	1	3,000.00	3,000.00
Impresora	1	300.00	300.00
<i>Equipos de oficina</i>			
Perforadora	1	4.00	4.00
Calculadora	2	5.00	10.00
Grapadora	3	3.50	10.50
LCD	1	700.00	700.00
Cámara digital	1	800.00	800.00
<i>Muebles y enseres</i>			
Sillas	3	19.00	57.00
Sillón	1	210.00	210.00
Archivador	1	75.00	75.00
Escritorios	3	40.00	120.00
		<b>TOTAL</b>	<b>13,866.50</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### 2) Gastos

**Tabla 15-3.** Talento humano del área comercial

DEPARTAMENTO COMERCIAL												
CARGO	#	RM MENSUAL	REM ANUAL	BENEFICIOS DE LEY						GASTO MENSUAL	GASTO MENSUAL TOTAL	GASTO ANUAL
				10M O CUARTO	10M O TERCERO	VACACIÓN	FONDOS DE RESEÑA RVA	APORTE PATRONAL	APORTE IND.			
AREA DE PROMOCIÓN												
Diseñador grafico	1	377,53	4,530.36	30.50	45.30	45.30	31.45	42.09	35.68	607.86	607.86	7,294.28
Relaciones públicas	1	377.53	4,530.36	30.50	45.30	45.30	31.45	42.09	35.68	607.86	607.86	7,294.28
AREA DE VENTAS												
Técnico de ventas	1	377,53	4,530.36	30.50	45.30	45.30	31.45	42.09	35.68	607.86	607.86	7,294.28
Operador de tecnologías	1	370.94	4,451.28	30.50	44.51	44.51	30.90	41.36	35.05	597.78	597.78	7,173.34
Asistente	1	369.62	4,435.44	30.50	44.35	44.35	30.79	41.21	34.93	595.76	595.76	7,149.12
										<b>TOTAL</b>	<b>3,017.11</b>	<b>36,205.30</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2016 Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### a) Gastos por publicidad

**Tabla 16-3.** Gastos por publicidad

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO IND.	INV. MENSUAL	INV. ANUAL
<i>Diseño página web</i>	1	500.00	500.00	500.00
<i>Diseño aplicación móvil y software de reservación</i>	1	600.00	600.00	600.00
<i>Video corporativo (brand channel)</i>	2	10.00	20.00	240.00
<i>Banners</i>	10	0.00	0.00	0.00
<i>Campaña en twitter</i>	3	10.00	30.00	360.00
<i>Publicidad en google (local google)</i>	1	0.00	0.00	0.00
<i>Publicación revista lonely planet</i>	1	0.00	0.00	0.00
<i>Publicación tripadvisor</i>	1	0.00	0.00	0.00
<i>Email masivos</i>	4	15.00	60.00	720.00
<i>Anuncios facebook</i>				
<i>Clics en el sitio web</i>	1	30.00	30.00	360.00
<i>Instalaciones de la aplicación</i>	1	30.00	30.00	360.00
<i>Difusión local</i>	1	30.00	30.00	360.00
<i>Presentaciones</i>	1	30.00	30.00	360.00
		<b>TOTAL</b>	<b>1,330.00</b>	<b>3,860.00</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### b) Materiales e insumos

**Tabla 17-3.** Materiales e insumos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO IND.	INV. MENSUAL	INV. ANUAL
<i>Resma de papel para impresiones</i>	1	5.00	5.00	60.00
<i>Cartuchos impresora</i>	2	10.00	20.00	240.00
<i>Esferos</i>	4	1.40	5.60	67,20
<i>Grapas</i>	2 cajas	2.00	4.00	48.00
<i>Clips</i>	2 cajas	2.50	5.00	60.00
<i>Facturero</i>	2	5.00	10.00	120.00
		<b>TOTAL</b>	<b>49.60</b>	<b>595.20</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## D. VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIAL

Para realizar el estudio ambiental se determinó como área de influencia indirecta el sector el Batán y para aplicar la matriz de Lázaro Lagos se consideró el área de estudio con la finalidad de estudiar los componentes ambientales susceptibles a soportar cambios o impactos, siendo los siguientes:

## 1. Medio físico o medio ambiental

### a. Suelo

Es uno de los componentes ambientales que se ha visto perjudicado en el área de estudio por la presencia de plantaciones de pino y eucalipto para aprovechamiento maderero, además debido a esta actividad se ha modificado la morfología del área con la creación de caminos para el acceso de maquinaria pesada

### b. Agua

El agua es un componente localizado en el área de influencia indirecta que evidencia serios problemas de afectación tal es el caso del río Chibunga el cual debido a factores antrópicos por la descarga de desechos sólidos, aguas grises y negras en gran parte del trayecto, además se ve afectada en la disminución de su caudal.

### c. Aire

El aire es uno de los componentes que no evidencia impactos significativos debido a que el área de estudio esta conformado por vegetación, sin embargo el tipo de suelo arenoso y las condiciones climáticas provocan la presencia de polvo.

### d. Fauna y flora

#### 1) Fauna

En el área de estudio se evidencia la presencia de una variedad de especies de aves quienes habitan en un entorno rodeados por construcciones y zonas de cultivo como el: Gorrión (*Zonotrichia capensis*); Colibrí Colilargo Mayor (*Lesbia victoriae*); Pájaro Brujo (*Pyrocephalus rubinus*); Metalura tiria (*Metallura tyrianthina*); Conirrostro Cinéreo (*Conirrostro Cinéreo*); Fringilo Platero (*Phrygilus alaudinus*); Quilico (*Falco sparverius*); Mirlo (*Turdus chiguanco*); Tórtola (*Columbina buckleyi*) Colibrí Rutilante (*Colibri Coruscans*).

Mediante salidas para el reconocimiento en el área de estudio a través de los senderos existentes se identificó la presencia del búho terrestre (*Athene cunicularia*). El sitio no presenta mayor diversidad de especies de flora de tipo alimenticio para aves y es debido a ello que existen pocas

especies; En cuanto a mamíferos anfibios y reptiles no se logró registrar ninguna especie. Además se identificaron 5 nidos de la especie *Athene cunicularia* distribuidos en diferentes sitios del área de estudio, el acceso a estos sitios tiene una dificultad media, los pobladores locales no evidencian un interés por esta especie.

## 2) Flora

Para el inventario de flora en el área de estudio se realizó recorridos para el reconocimiento de especies de flora, en el cual se logró identificar especies divididas por estratos bajo, medio y alto identificándose las siguientes:

- a) **Estrato bajo:** Chilca (*Baccharis latifolia*); Alfalfa (*Medicago sativa*); Marco (*Ambrosia arborescens*); Cactus (*Austrocylindropuntia cylindrica*); Frejol (*Phaseolus vulgaris*); Tocto o Nogal (*Juglans neotropica*); Supirroza (*Lantana camara*)
- b) **Estrato medio:** Cactus (*Austrocylindropuntia subulata*); Eucalipto (*Eucalyptus globulus*); Cabuya negra (*Agave americana*); Cabuya blanca (*Furcraea andina*)
- c) **Estrato alto:** musgo de piedra (*Usnea barbata*); Wicundo (*Tillandsia ionochroma*) Eucalipto (*Eucalyptus globulus*); Shawingo Bromelia (*Tillandsia secunda*); Sigse (*Cortaderia jubata*); Epífita (*Tillandsia incarnata*); Paja (*Calamagrostis intermedia*); pino (*Pinus sylvestris*)

Las especies de flora más abundantes son el eucalipto (*Eucalyptus globulus*); paja (*Calamagrostis intermedia*) y pino (*Pinus sylvestris*) ya que poseen mayor número de individuos distribuidos en los 3 estratos.

En el estrato alto se encontró un área intervenida que afecta drásticamente a la composición vegetal del área de estudio, que ha sido utilizada para el cultivo de Frejol (*Macropitilium atropurpureum*) cuya presencia produjo la extracción definitiva de las especies pino y paja, además el área cultivada no posee las condiciones para su óptimo desarrollo debido a que se altera la función ecosistémica del sitio y no existe el suministro con agua de riego.

### **3. Paisaje**

Las condiciones del área donde se pretende implementar el proyecto debido a su relieve permite una apreciación del entorno con una vista panorámica en la que se logra tener una privilegiada perspectiva de los volcanes Chimborazo, Tungurahua, el Altar, el Carihuairazo y los Cubillines.

### **2. Medio socioeconómico**

#### **a. Componente socio económico**

El proyecto pretende contribuir a dinamizar la economía local, mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo vinculadas al ámbito turístico y promoviendo el emprendimiento en actividades complementarias que consideren la presencia de turistas.

### **3. Identificación de las actividades que pueden causar impacto**

#### **a. Fase pre-operativa**

##### **1) Fase de instalación**

Para la implantación de infraestructura en las áreas ya determinadas en las que se contempla realizar movimientos de tierra, excavaciones, desbroces, nivelaciones y traslado de materiales contemplados en los diseños arquitectónicos.

El montaje de obra implica actividades que generarán ruido y gran cantidad de desechos de materiales de construcción que deben ser manejados adecuadamente para minimizar el impacto negativo

#### **b. Fase de operación**

##### **1) Operación turística**

Al momento en que el proyecto se encuentre en funcionamiento generará impacto por las actividades que se pretenden ofertar.

**a) Hospedaje y alimentación**

Siendo estos los servicios ofertados y considerando que la demanda objetiva proyectada para alimentación para el primer año es de 233 pax mensuales y para hospedaje 25 pax mensuales.

**b) Recreación y deportes de aventura**

Las actividades ofertadas son: canopy, bubble soccer, paintball, excursión y camping en las que se va a incurrir en la generación de impactos ya que el Ecoparque de aventura con una demanda general proyectada de 233 pax mensuales.

**c) Educación ambiental**

Consideradas dentro de las actividades a ofertar debido a su impacto positivo que pretenden concientizar a los visitantes del Ecoparque de aventura la importancia de vincularse a acciones que busquen mejorar las condiciones ambientales y por consiguiente la protección del entorno a través de la interpretación ambiental y reforestación.

**d) Eliminación de desechos**

La operación y desarrollo de las actividades del Ecoparque de aventura implica la generación de desechos tanto orgánicos como inorgánicos, para su eliminación se dispondrá de tachos diferenciados para desechos sólidos y orgánicos.

**e) Fuentes de trabajo**

La operación turística permitirá generar fuentes de trabajo, creando plazas que deben ser ocupadas principalmente para los servicios de alimentación, hospedaje, recepción y actividades de interpretación ambiental, reforestación, bubble soccer y paintball.

#### 4. Evaluación de la matriz de Lázaro Lagos

Tabla 1-4. Evaluación de la matriz de Lázaro Lagos

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Construcción de infraestructura	2. Hospedaje	3. Alimentación	4. Canopy	5. Paintball	6. Bubble soccer	7. Construcción del sendero	8. Campamento	9. Reforestación con spp. nativas	10. Excursiones	11. Interpretación ambiental		1. Naturalidad	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
<b>A. AIRE</b>	X					X			X			Polvo	-	1	0	C	Sc	1	1	C	S	2
<b>B. SUELO</b>	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	Compactación	-	1	2	C	Ac	2	3	M	S	7
		X	X				X		X			Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	-	1	2	D	Sc	1	1	C	S	4
	X					X						Escombros	-	1	3	C	Pr	1	1	C	S	5
<b>C. AGUA</b>	X	X	X					X				Aumento de consumo	-	1	2	D	Sc	2	3	C	S	7
<b>D. FLORA Y FAUNA</b>	X			X		X	X	X	X			Perturbación especies por ruido	-	2	2	D	Sc	1	1	C	N	6
							X	X	X	X		Valoración de la importancia de flora y fauna	+	3	3	C	Pr	2	1	M	S	12
<b>E. SOCIO-ECONÓMICO</b>	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	Aparición de la actividad turística	+	2	2	C	Pr	1	2	C	S	7
	X		X				X		X			Sensibilización de turistas y población local	+	1	1	D	Sc	1	1	C	S	3
	X	X	X	X	X	X		X				Generación de fuentes de empleo	+	3	3	C	Pr	1	2	C	S	12
	X	X	X	X	X	X		X		X		Dinamización de la economía local	+	2	2	C	Sc	1	2	M	S	7
<b>F. PAISAJE</b>	X			X	X	X	X	X	X	X	X	Fomento de deportes de aventura y esparcimiento	+	2	1	D	Pr	1	2	C	S	5
	X	X	X	X	X	X	X	X		X		Generación y eliminación de desechos	+	1	2	D	Sc	1	1	C	S	4
	X	X		X			X	X	X			Modificación del entorno	-	1	1	C	Sc	1	2	M	S	4

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**Tabla 2-4.** Matriz de cuantificación

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			
<b>A</b>	-2				-2					-2		-	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>B</b>	-7 -4-5	-7 -4	-7 -4		-7	-7	-7-5	-7 -4		-7 -4	-7	-	<b>93</b>	<b>93</b>
<b>C</b>	-7	-7	-7						-7			-	<b>28</b>	<b>28</b>
<b>D</b>	-6 +13			-6			-6	-6 +12	+13	-6 +12	+12	<b>62</b>	<b>30</b>	<b>92</b>
<b>E</b>	+7 +3 +12 +7 +5	+7 +12 +7	+7 +3 +12 +7	+7 +12 +7 +5	+7 +12 +7 +5	+7 +12 +7 +5	+5	+7 +3 +5	+12	+7 +3 +7 +5	+7 +5	<b>248</b>	-	<b>248</b>
<b>F</b>	+4 -4	+4 -4	+4	+4 -4	+4	+4	+4 -4	+4 -4	-4	+4		<b>36</b>	<b>24</b>	<b>60</b>
<b>TOTAL (+)</b>	<b>51</b>	<b>30</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>9</b>	<b>31</b>	<b>25</b>	<b>38</b>	<b>24</b>	<b>346</b>		
<b>TOTAL (-)</b>	<b>35</b>	<b>22</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>19</b>	<b>24</b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>7</b>		<b>181</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>86</b>	<b>52</b>	<b>51</b>	<b>45</b>	<b>44</b>	<b>42</b>	<b>28</b>	<b>55</b>	<b>36</b>	<b>57</b>	<b>31</b>			<b>527</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### c. Interpretación de la matriz

Los resultados obtenidos en la matriz de Lázaro Lagos son positivos con un puntaje de 346 (66%), en comparación con la puntuación negativa que alcanza el número de 181 puntos (34%). Determinándose que tendrá un impacto positivo medianamente significativo.

El componente con mejor valoración en puntaje positivo es el socio económico con un valor de 248 seguido por el componente de correspondiente a la flora y fauna que tiene un puntaje positivo de 62, de entre las actividades que sobresalen está la de construcción de infraestructura con un puntaje de 51 debido a que la ejecución de esta actividad se vinculan con el componente físico en que se desarrollaran las demás actividades convirtiéndose en el punto de partida y

actividad base del proyecto, seguida de la actividad de excursión con 38 puntos, las actividades de canopy, paintball y bubble soccer se encuentran puntuadas en 35 respectivamente, la actividad de acampada tiene un puntaje de 31.

Mientras que entre los componentes con alta valoración negativa sobresale el componente suelo valorado con un puntaje de 93, con actividades de construcción de infraestructura debido a los trabajos de excavación, movimientos de tierra, desbroces, el montaje de las edificaciones y las implicaciones que vienen en la ejecución de la obra, le sigue la actividad de camping con un valor de 24, alimentación tiene una valoración de 22, canopy tienen un valor de 18 y la implementación de senderos con una puntuación de 19.

#### 5. Acciones y requerimientos para el manejo de impactos socio ambientales

**Tabla 3-4.** Matriz acciones y requerimientos para mitigación de impactos socio ambientales

COMPONENTE	IMPACTO	ESTRATEGIA	BENEFICIO	TIPO DE MEDIDA	MOMENTO
<b>AIRE</b>	Polvo	Forestación con plantas nativas.	Compensación del oxígeno.	Prevención y control	Pre operativo
<b>SUELO</b>	Compactación	Adecuación y mantenimiento del sendero ecológico con materiales propios de la zona.	Control al avance de la erosión.	Prevención y control	Pre operativo y operativo
	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos	Para evitar el incremento de desechos sólidos inorgánicos se propondrá la campaña de las 3R (reducir, reciclar y reutilizar).	Mayor concientización de los turistas sobre los desechos y el cuidado del ambiente.	Prevención	Operativo
		Ubicación de cestos de basura en lugares estratégicos.	Disminución de la basura en los sitios de visita.	Control	Pre operativo

<b>AGUA</b>	Aumento de consumo	Implementar inodoros con un sistema de descarga que utiliza menor cantidad de agua.	Disminución del consumo de agua.	Prevención y control	Pre operativo
<b>FLORA Y FAUNA</b>	Perturbación especies por ruido	Difundir información a los visitantes sobre el problema que genera el ruido en la fauna.	Concientización a los visitantes	Prevención y control	Operativo
	Valoración de la importancia de flora y fauna	Para la valoración de especies de flora y fauna se implementará señalética informativa en la que se dé a conocer las principales especies de la zona y su importancia.	Concientización a los visitantes	Prevención	Pre operativo
	Reforestación especies nativas	Utilización de plantas ornamentales con flores llamativas para aves.	Conservación de la fauna con sus hábitos naturales dentro del área.	Mitigación	Pre operativo
<b>SOCIO ECONÓMICO</b>	Aparición de la actividad turística	Información adecuada de las actividades y servicios del establecimiento.	Correcta distribución de los turistas en el área.	Control	Operativo
	Sensibilización de turistas y población local	Implementar talleres de capacitación con los pobladores del sector para la toma de consciencia de lo que implica la actividad turística.	Actividad turística sostenible.	Prevención	Pre operativo y operativo
	Generación de fuentes de empleo	Fortalecimiento de las capacidades para la fabricación y promoción de artesanías.	Nuevas oportunidades para la generación ingresos económicos.	Prevención y control	Pre operativo
		Capacitación de la población en el uso de abonos orgánicos para tener productos más sanos.	Mejoramiento de las condiciones de salud y educación de la población en general.	Prevención y control	Pre operativo
	Dinamización de la economía local	Fortalecer emprendimientos asociativos al proyecto.	Desarrollo comunitario.	Prevención y control	Pre operativo y operativo

	Fomento de deportes de aventura y esparcimiento	Capacitación a pobladores locales en la práctica de deportes de aventura y actividades recreativas y deportivas para la prestación de servicio.	Diversificación del producto.	Prevención y control	Pre operativo
<b>PAISAJE</b>	Generación y eliminación de desechos	Fortalecimiento y promoción del turismo comunitario con programas de manejo de desechos sólidos para evitar la contaminación de los componentes ambientales.	Mejoramiento de la calidad de visita a los turistas.	Prevención y control y mitigación	Pre operativo y operativo
	Modificación del entorno	Usar elementos arquitectónicos que se integren adecuadamente a la forma típica de la zona y acorde al ambiente natural.	Conservación del paisaje.	Prevención y control	Pre operativo

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## **E. VIABILIDAD LEGAL, ADMINISTRATIVA**

### **1. Estudio legal**

Para el estudio legal se realizó un análisis de la Constitución de la República vigente, Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley de Turismo y sus respectivos reglamentos, cuyo análisis aportará para la legalización y el funcionamiento del Ecoparque de aventura.

#### **a. Tipo de empresa**

El Ecoparque de aventura se constituirá como una empresa de economía popular y solidaria, considerando que es una forma organizativa legal que permite involucrar a los pobladores del sector con la finalidad de organizar y desarrollar procesos para ofrecer la prestación de servicios turísticos por medio de la empresa, con el propósito de generar ingresos a disposición de la población local que permitan generar inversiones que persigan el bien común. De acuerdo al siguiente análisis, se determina el soporte legal para la operación del producto:

#### **b. Marco legal que ampara la operación**

##### **1) Constitución Política del Ecuador (2008).**

**Art. 66.-** Se reconoce y garantiza a las personas:

13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

**Art. 83.** Sobre las responsabilidades:

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

7. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.

**Art. 277.-** Buen vivir, deberes del estado

6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada.

**Art. 278.-** Buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

2. Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.

**Art. 283.-** El sistema económico es social y solidario...

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

## 2) Ley de Turismo (2002).

**Art. 4.-** La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.

**Art.5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

f. hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento.

**Art. 12.-** Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en ésta Ley y a los reglamentos respectivos.

### **3) Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo (2004).**

**Art. 45.-** Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

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

**Art. 48.-** Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

**Art. 49.-** Registro y razón social.- El Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro.

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

**Art. 56.-** Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

**Art. 58.-** Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción.

**Art. 60.-** Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro.

En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza Correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

#### **4) Ley de Economía Popular y Solidaria**

**Art. 2.-** Formas de organización:

b) Las organizaciones económicas constituidas por comunidades fundadas en relaciones familiares, identidades étnicas, culturales o territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario.

**Art. 3.-** Las formas de organización de economía popular y solidaria, se caracterizan por:

- a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
- b) Su compromiso con la comunidad, la responsabilidad por su ámbito territorial y la naturaleza;
- c) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
- d) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- e) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;
- f) La prevalencia del trabajo sobre los recursos materiales; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

**Art.- 4.-** Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

**Art.- 5.-** Declárese de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, y su ampliación a partir del resto de la economía popular, como mecanismo eficaz para construir el Sistema Económico Social y Solidario, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir a la estabilidad económica, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.

**Art.- 18.-** Las organizaciones económicas del sector comunitario, no requieren personalidad jurídica para su funcionamiento, sin embargo, para acogerse a la presente ley, se registrarán en el Instituto, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento General de la misma.

**Art.- 19.-** Las organizaciones económicas del sector comunitario, podrán adoptar la denominación que convenga a sus intereses, pero no podrán denominarse asociaciones, fundaciones, corporaciones ni cooperativas.

**Art.- 21.-** El fondo social de las organizaciones económicas del sector comunitario, será variable y estará constituido por los aportes de sus miembros, efectuados en numerario, trabajo o bienes, debidamente avaluados por su máximo órgano de gobierno, aportes que serán retribuidos en la forma y condiciones resueltas libremente por dichos órganos.

**Art.- 22.-** Las organizaciones económicas del sector comunitario, cancelarán su registro con la presentación de un acta suscrita por la mayoría de sus integrantes, salvo que medie obligación de devolución de bienes entregados por el Instituto u otro organismo estatal, en cuyo caso, se sujetará a lo señalado en el Reglamento General de la presente Ley.

#### **5) Reglamento de operación turística de aventura**

**Art. 6.-** Clases de modalidades turísticas de aventura.- Las modalidades turísticas de aventura se clasifican de acuerdo al elemento natural donde se desarrollan (tierra, agua o aire) y son:

**Art. 9.-** Requisitos básicos.- Se refieren a los requisitos mínimos con los cuales una agencia de viajes operadora o dual que desee ofertar modalidades turísticas de aventura, debe contar antes de obtener el registro de turismo y durante su funcionamiento, según corresponda

Son requisitos básicos:

a) Un local donde se contraten los servicios y se mantenga un mínimo de facilidades que permitan la realización y tratamiento de las reservas y contratación de servicios mediante comunicaciones telefónicas, correo postal y/o electrónico.

b) Un organigrama básico de funcionamiento y división de responsabilidades cuando el personal sea mayor o igual a tres personas.

c) Una póliza de responsabilidad civil cuando se ofrezcan modalidades turísticas de aventura, la que deberá incluir a clientes, guía(s) y terceras personas e informar explícitamente las

restricciones que imponen la póliza sobre la cobertura, tales como límites de edad, enfermedades pre existentes, equipos u otros.

d) Plan de operaciones de cada modalidad turística de aventura que oferte.

e) Manual de operaciones de cada modalidad turística de aventura que oferte.

f) Plan de gestión de riesgos.

**Art. 10.-** Requisitos para la comercialización.- Se refieren a los requisitos mínimos que una agencia de viajes operadora o dual debe cumplir para mantener prácticas comerciales responsables y asegurar al usuario la veracidad y claridad en la información que transmite sobre las modalidades turísticas de aventura que oferta y comercializa.

Son los siguientes:

a. Comprobantes de venta vigentes con autorización del Servicio de Rentas Internas.

b. Información de las modalidades turísticas de aventura que ofrecen, con descripción de la infraestructura, equipamiento y lugares donde se las realiza.

c. Información clara de los componentes o actividades del producto o servicio ofertado, así como la descripción de las personas a las que este va dirigido y de los niveles de riesgo que la actividad supone

**Art. 11.-** Requisitos para la prestación del servicio.- Se refieren a los requisitos mínimos que deben cumplirse para la adecuada atención al turista y para asegurar la prestación de los servicios conforme a la ley.

Son los siguientes:

a. Infraestructura (cuando aplique), equipamiento, accesorios y equipos mínimos para el desarrollo de cada modalidad de aventura, que se describen en el presente Acuerdo, sean estos propios o alquilados y deberán estar en buen estado de funcionamiento acorde a la modalidad que se realiza, ser homologados, cumplir con normas y, estándares internacionales y contar con

certificaciones UL, ULC, CE o UIAA y deberán estar acordes al peso, altura y edad del turista que los utilice.

b. Plan de mantenimiento y reposición de materiales, accesorios, equipos, equipamiento e infraestructura.

c. Formulario de "Descargo de Responsabilidad y Asunción de Riesgos" como documento habilitante al comprobante de venta.

d. Medios de transporte apropiados para la operación turística de aventura que cumplan con la regulación de la Agencia Nacional de Tránsito.

e. Guías especializados para todas las modalidades turísticas de aventura descritas en el presente Acuerdo, a excepción de la modalidad de surf y modalidades recreaciones en embarcaciones motorizadas donde deberán contar con un instructor especializado y deberán cumplir con lo estipulado a continuación

## **6) Requisitos legales**

Para la constitución de la empresa se necesita realizar los siguientes trámites de acuerdo a la Ley de Economía Popular y Solidaria y del sector financiero popular y solidario:

**a) Asamblea Constitutiva.-** Se debe realizar una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.

**b) Acta Constitutiva.- El acta de la asamblea constitutiva debe contener:**

- Lugar y fecha de constitución;
- Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;
- Denominación, domicilio y duración;
- Objeto social;
- Monto del fondo o capital social inicial;
- Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;

- Nómina de la Directiva provisional; y,
- Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

**c) Requisitos de constitución.- Se debe presentar los siguientes documentos:**

Las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia los siguientes requisitos:

- i. Solicitud de constitución
- ii. Acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores
- iii. Copia de la cédula de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

**d) Estructura interna de la organización**

Las organizaciones económicas del sector comunitario, adoptarán el sistema de gobierno y representación que mejor convenga a sus costumbres, prácticas y necesidades, así como también implementarán sus propios mecanismos y procedimientos de autocontrol social y auto regulación, enmarcándose en los valores y principios que rigen la economía popular y solidaria. De acuerdo a lo mencionado se estableció la estructura organizacional más adecuada para la empresa, que se detalla (**Ver gráfico 1-5**)

**e) Requisitos para el funcionamiento**

Todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan la actividad turística deben cumplir con dos requisitos obligatorios para la operación.

- i. Obtener el Registro de Turismo, que es emitida por el Ministerio de Turismo, que es la certificación de que la actividad se realiza en las normas enmarcadas en la normativa turística.
- ii. Obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento que emite el GAD, o las municipalidades descentralizadas, la cual debe ser renovada cada año.

**f) Registro de Turismo**

El registro de turismo se lo deberá hacer en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional. Los requisitos para el registro son:

- i. Petición por escrito realizado por el interesado.
- ii. Certificado de la designación y/o nombramiento del representante por parte de la Asamblea General de la organización.
- iii. Estatutos de la asociación notariados mediante escritura pública.
- iv. Copias de la cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado del representante legal de la organización.
- v. Registro único de contribuyentes (RUC).

**g) Registro único de contribuyentes**

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- i. Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal
- ii. Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- iii. Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- iv. Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- v. Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- vi. Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- vii. Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- viii. Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE.
- ix. Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

## **h) Licencia Única Anual de Funcionamiento)**

Para obtener la licencia anual de establecimiento se requiere:

- i. Solicitud dirigida al Alcalde
- ii. Certificado de registro por el Ministerio de Turismo
- iii. Patente municipal actualizada
- iv. Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
- v. Copia certificada del RUC
- vi. Lista de precios del establecimiento turístico
- vii. Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

## **2. Estudio administrativo**

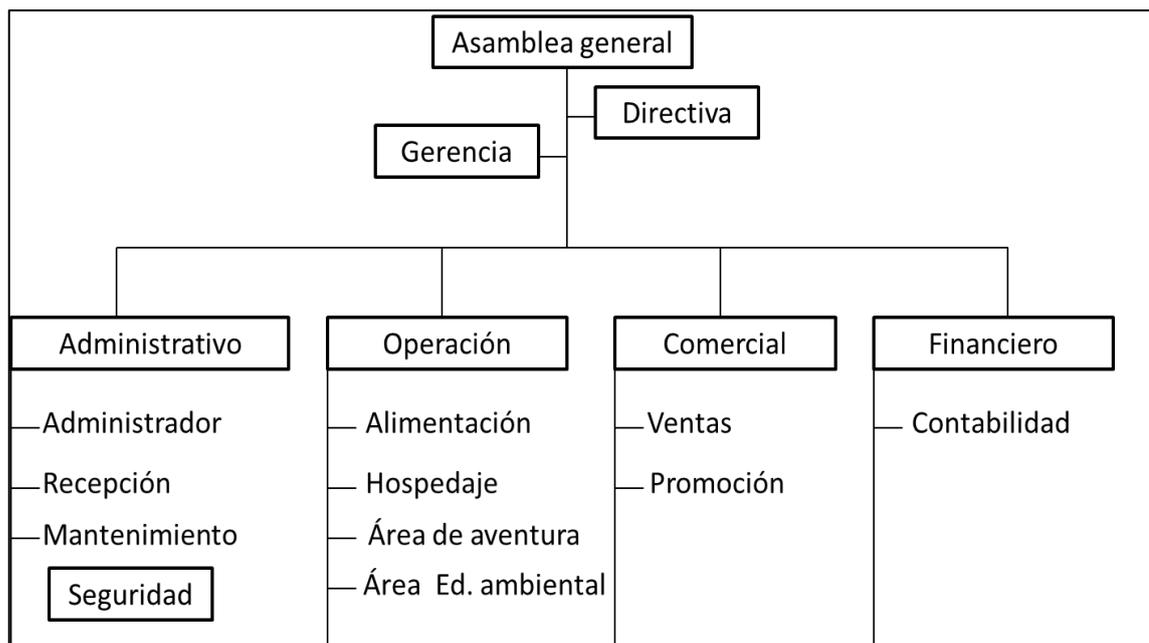
### **a. Estructura organizativa de la empresa**

Se plantea un organigrama considerando la parte operativa, administrativa y comercial de la empresa determinada por la prestación de servicios y distribución de responsabilidades en las actividades ofertadas con sus respectivos coordinadores para una adecuada operación.

#### **1) Organización estructural**

Se establecieron los departamentos que tienen objetivos específicos para con la empresa, que soporten las acciones determinadas por el gerente definiendo un trabajo conjunto logrando entrelazarse y solidificar los organigramas por procesos establecidos anteriormente, permitiendo evitar confusión en el cumplimiento de roles y alcanzar un óptimo desarrollo operativo, administrativo y comercial de la empresa.

La organización del barrio el Batán debe tener una representatividad legal al constituirse como una organización de derecho y representada en cada una de sus decisiones por una directiva barrial permitiendo reflejar un fortalecimiento organizativo social. Este planteamiento de organización se fundamenta en otorgar mayor importancia de la Asamblea General conformada por los pobladores locales como organismo que participe en la toma de decisiones planteadas desde la parte administrativa por el gerente de la empresa y con el respaldo de la directiva barrial.



**Figura 1-5.** Organigrama

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

## b. Manual de funciones

### 1) Manual de funciones y políticas de remuneración

Con el propósito de que el personal que va a laborar en la empresa tenga el conocimiento de las funciones y responsabilidades que tiene en sus áreas de trabajo se ha elaborado el siguiente manual de cargos y funciones:

#### a) Asamblea

**Tabla 1-5.** Funciones y responsabilidades asamblea

Cargo:	Asamblea
<b>Descripción del cargo</b>	Considerada como la máxima autoridad del barrio y se encuentra integrada por todos o la mayoría de pobladores mayores de edad, cuyos nombres constan en el registro barrial.
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toma decisiones; establece estatutos y reglamentos para el Ecoparque de aventura.</li> <li>- Define las políticas administrativas, sociales y culturales.</li> <li>- Monitorea y da seguimiento a las acciones de la directiva.</li> <li>- Solicita reportes financieros.</li> <li>- Aporta en la elaboración del plan de trabajo.</li> <li>- Conoce, estudia, y resuelve toda queja y reclamo que se presente con los asuntos barriales.</li> </ul> <p><b>Otras responsabilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mantener un entorno barrial limpio y ordenado.</li> <li>- Mantener un trato cordial al relacionarse con los visitantes.</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## b) Directiva

Tabla 2-5. Funciones y responsabilidades directiva

<b>Cargo:</b>	<b>Directiva barrial</b>
<b>Descripción del cargo</b>	Representa legalmente al barrio, dirige, planifica, gestiona acciones que permitan salvaguardar el bienestar de la población local, visitantes y el Ecoparque de aventura
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer lineamientos de funcionamiento para ser incorporados al plan de trabajo una vez sean aprobados en asamblea barrial</li> <li>- Crear convenios que ayuden al desarrollo del barrio</li> <li>- Convocar a reuniones frecuentes para la toma de decisiones</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## c) Gerente

Tabla 3-5. Funciones y responsabilidades gerente

<b>Cargo:</b>	<b>Gerente</b>
<b>Descripción del cargo</b>	Ser el responsable a cargo de las acciones a ejecutarse de manera oportuna en beneficio del Ecoparque de aventura
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar el plan de trabajo de la empresa en coordinación con la directiva barrial y la asamblea</li> <li>- Crear convenios que ayuden al desarrollo comercial de la empresa.</li> <li>- Formular propuestas de acciones a considerarse para la administración de la empresa en conjunto con los departamentos</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## d) Departamento administrativo

## i. Administrador

Tabla 4-5. Funciones y responsabilidades administrador

<b>Cargo:</b>	<b>Administrador</b>
<b>Descripción del cargo</b>	El administrador del establecimiento se ocupa principalmente de gestionar los procesos de la empresa: velar por el bienestar de los visitantes, mantener una calidad continua de todos los servicios, cumplir con las exigencias legales y tributarias, finalmente incentivar al personal para alcanzar un desarrollo económico, competitivo y de crecimiento empresarial.
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización.</li> <li>- Informar al cabildo todo lo relacionado con el establecimiento.</li> <li>- Planificar objetivos y estrategias.</li> <li>- Encargado del manejo de talento humano (capacitaciones, calculo y emisión de roles de pago).</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<b>1. Conocimientos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Procesos y procedimientos administrativos y contables.</li> <li>- Técnicas de definición de precios, productos y servicios.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo.</li> <li>- Procesos de mejora continua.</li> <li>- Técnicas de negociación y administración de contratos.</li> <li>- Vocabulario técnico del segmento del turismo y hospitalidad.</li> <li>- Aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración turística.</li> <li>- Técnicas de liderazgo.</li> <li>- Tipo, estructura y funcionamiento de los establecimientos de diversión.</li> </ul> <p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificación a corto y largo plazo.</li> <li>- Toma de decisiones.</li> <li>- Raciocinio numérico aplicado a negocios.</li> <li>- Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita.</li> <li>- Interpretación del lenguaje corporal.</li> </ul> <p><b>3. Aptitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovador.</li> <li>- Perseverante.</li> <li>- Previsor.</li> <li>- Orientado al cambio.</li> <li>- Entusiasta</li> </ul>
<b>Suplencia</b>	En el caso de presentarse algún inconveniente y el administrador no pueda asistir al establecimiento, quien lo reemplace será el o la recepcionista.
<b>Perfil</b>	<p><b>1. Experiencia laboral:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínimo 1 año de experiencia en Administración de empresas.</li> </ul> <p><b>2. Formación académica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios de tercer nivel en Turismo; Administración de empresas; o carreras afines.</li> <li>- Manejar con fluidez el idioma inglés</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## ii. Recepción

**Tabla 5-5.** Funciones y responsabilidades recepcionista

<b>Cargo:</b>	<b>Recepcionista</b>
<b>Descripción del cargo</b>	El/la recepcionista se ocupa, principalmente, de recibir y registrar al cliente a su llegada (check in); relacionar al cliente con los diversos servicios y actividades del centro recreacional turístico.
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir y registrar a los visitantes.</li> <li>- Dar información amplia de los servicios y actividades que presta el centro recreacional turístico.</li> <li>- Cobrar y facturar por los servicios.</li> <li>- Operar equipos de recepción.</li> <li>- Actualizar los sistemas administrativos.</li> <li>- Actuar como nexo entre los clientes y las otras áreas del establecimiento.</li> <li>- Asignar guía a los visitantes que lo requieran</li> <li>- Velar por la seguridad de los clientes y el establecimiento.</li> <li>- Asegurar la satisfacción del cliente.</li> </ul>

	<p><b>Otras responsabilidades: reservas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificar la necesidad del cliente</li> <li>- Informas de servicios, actividades, horarios y tarifas.</li> <li>- Interpretar y ofrecer acomodaciones.</li> <li>- Registrar depósitos anticipados para el pago.</li> <li>- Comunicar confirmaciones.</li> <li>- Prever cambios y cancelación de reservas.</li> </ul>
<b>Competencia</b>	<p><b>1. Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dominio del sistema tarifario.</li> <li>- Procesos de ingreso del visitante.</li> <li>- Procedimientos de seguridad relacionados con el control de acceso a áreas de circulación social.</li> <li>- Servicios del centro, funciones generales de cada área del establecimiento.</li> <li>- Procedimientos básicos de telefonía, horarios, números útiles en caso de emergencia y uso de guía telefónica.</li> <li>- Información turística del lugar.</li> <li>- Requisitos de higiene personal.</li> <li>- Relaciones humanas.</li> <li>- Manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras de internet.</li> <li>- Contabilidad general.</li> <li>- Husos horarios.</li> <li>- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros.</li> <li>- Primeros auxilios básicos.</li> </ul> <p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Debatir afablemente en discusiones.</li> <li>- Lectura y escritura, con capacidad de comunicación oral simple, de forma sintética y caligrafía legible.</li> <li>- Comunicación verbal clara y articulada, inclusive por teléfono, con manejo de gramática y vocabulario adecuados.</li> <li>- Predisposición para integrarse al trabajo en equipo.</li> <li>- Obtención de la cooperación de colegas y de otros sectores.</li> <li>- Interpretación de lenguaje corporal.</li> <li>- Comprensión de las necesidades del cliente.</li> <li>- Capacidad de relacionarse con el cliente.</li> <li>- Capacidad de realizar una evaluación completa de la situación antes de tomar una decisión.</li> </ul> <p><b>3. Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovador.</li> <li>- Equilibrado emocionalmente.</li> <li>- Atento.</li> </ul>
<b>Suplencia</b>	En el caso de presentarse algún inconveniente y el recepcionista no pueda asistir al establecimiento, quien lo reemplace será el o la administradora.
<b>Perfil</b>	<p><b>1. Experiencia laboral</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínimo 6 meses en atención al cliente o en actividades relacionadas al turismo.</li> </ul> <p><b>2. Formación académica</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de bachiller o tercer nivel con conocimientos en servicio al cliente.</li> <li>- Cursos de recepcionista.</li> <li>- Poseer fluidez verbal en idioma inglés, necesario para actuar como intérprete entre el cliente y las demás áreas del establecimiento.</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## iii. Seguridad

**Tabla 6-5.** Funciones y responsabilidades seguridad

<b>Cargo:</b>	<b>Guardia</b>
<b>Descripción del cargo</b>	Vigilar y proteger los bienes muebles e inmuebles, y salvaguardar la integridad de los clientes y personal del establecimiento.
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acatar a los estatutos y reglamentos establecidos.</li> <li>- Evitar actos delictivos o infracciones.</li> <li>- Controlar el acceso de las personas.</li> <li>- Dirigir el ingreso y salida de vehículos.</li> <li>- Crear planes de seguridad.</li> <li>- Reportar novedades ocurridas durante el horario de trabajo, en forma clara y precisa.</li> <li>- Entregar en administración objetos y /o valores hallados en las rondas.</li> <li>- Verificar de las puertas de cada una de las oficinas.</li> <li>- Proporcionar una respuesta inmediata a los sistemas de alarma.</li> </ul>
<b>Competencias</b>	<p><b>1. Conocimientos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Manejo de correspondencia</li> </ul> <p><b>2. Habilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajo en equipo.</li> <li>- Capacidad de análisis.</li> <li>- Orientación a resultados.</li> <li>- Sentido de competitividad.</li> <li>- Implementación de acciones y estrategias.</li> </ul> <p><b>3. Actitudes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compromiso.</li> <li>- Lealtad.</li> <li>- Cooperación.</li> <li>- Ética.</li> </ul>
<b>Perfil</b>	<p><b>1. Experiencia laboral</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mínimo 6 meses de experiencia.</li> </ul> <p><b>2. Formación académica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller</li> </ul> <p>Conocimientos adicionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Cursos de defensa personal.</li> <li>- Utilización y manejo de armas; y sistemas de alarma.</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### e) Departamento financiero

**Tabla 7-5.** Funciones y responsabilidades departamento financiero

<b>Cargo:</b>	<b>Contador</b>
<b>Descripción del cargo</b>	Analizar registrar, contabilizar todas y cada una de las transacciones económicas y financieras para la emisión de reportes, cuya información le sirva para la toma de decisiones adecuadas.
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento.</li> <li>- Analizar y evaluar resultados para proponer acciones.</li> <li>- Asegurar la satisfacción del cliente interno y externo.</li> <li>- Liderar el equipo humano del trabajo.</li> <li>- Coordinar actividades de capacitación.</li> <li>- Organizar y dirigir las reuniones periódicas del trabajo del personal que conforme el equipo de gestión.</li> <li>- Manejar el presupuesto</li> <li>- Elaborar cotizaciones</li> <li>- Tener una lista de proveedores y efectuar pago.</li> <li>- Llevar en forma adecuada los recibos, facturas, notas de venta y todo comprobante que justifique un pago.</li> <li>- Llenar formulario y pagar los impuestos del SRI.</li> <li>- Verifica que este correcto el registro de las facturas emitidas por recepción.</li> <li>- Responder por los fondos del centro recreacional turístico.</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### f) Departamento comercial

**Tabla 8-5.** Funciones y responsabilidades departamento comercial

<b>Cargo:</b>	<b>Especialista en ventas y promoción</b>
<b>Descripción del cargo</b>	Responsable de establecer lineamiento con la finalidad de promocionar y vender los servicios y actividades ofertadas por el Ecoparque de aventura
<b>Principales responsabilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer estrategias y acciones de mercadeo.</li> <li>- Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento.</li> <li>- Analizar y evaluar resultados para proponer acciones.</li> <li>- Asegurar la satisfacción del cliente interno y externo.</li> <li>- Liderar el equipo humano del trabajo.</li> <li>- Coordinar actividades de capacitación.</li> <li>- Organizar y dirigir las reuniones periódicas del trabajo del personal que conforme el equipo de gestión.</li> <li>- Manejar la publicidad y marketing (promocionar y vender el servicio, así como diseñar nuevas formas de publicidad).</li> <li>- Establecer estrategias y acciones de mercadeo.</li> <li>- Formular políticas de promoción, precios, ventas, para su aprobación por el equipo de gestión.</li> <li>- Establecer acuerdos y alianzas comerciales.</li> </ul>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### **c. Reglamento interno para trabajadores y clientes**

#### **1) Reglamento para empleados**

##### **a) Derechos**

- i. Recibir la remuneración acordada.
- ii. Contribuir a la consolidación de la empresa de acuerdo al área de trabajo.
- iii. Formar parte en programas de capacitación
- iv. Formar parte en incentivos para mejorar su desenvolvimiento personal y grupal en el ámbito laboral

##### **b) Obligaciones**

- i. Cumplir oportuna y efectivamente las funciones y responsabilidades establecidas en el manual de funciones.
- ii. Acatar los estatutos y reglamentos de la empresa.
- iii. Utilizar indumentaria identificativa de la empresa.
- iv. Mantener un trato amable y con respeto dentro y fuera de la empresa.
- v. Mantener una buena conducta con sus compañeros y que no incomoden a los turistas.
- vi. Trabajar en equipo y en manera coordinada.
- vii. Generar ideas y propuestas para mejorar la gestión y operación de la empresa.
- viii. Cuidar su apariencia personal.
- ix. El personal debe ser consciente de los valores y objetivos que persigue la empresa

#### **2) Normativa de prestación del servicio**

- a) Manifestar un trato amable y atender las necesidades del cliente con prontitud y cordialidad.
- b) Tolerancia a ciertos patrones culturales de los visitantes y respetarlos.
- c) Prestar los servicios de forma responsable, puntual, con respeto y buena predisposición al cliente.
- d) Buscar las acciones pertinentes pretendiendo exceder las expectativas en la prestación de los servicios
- e) Cuidar su apariencia personal e indumentaria de la empresa.
- f) Trato cordial con el cliente, comunicándose por el nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándola a los ojos, con un trato educado y amistoso.

#### **d. Reglamento para clientes**

Este reglamento está estructurado con el propósito de que la calidad y experiencia percibida por los clientes en cada servicio y actividad adquirida no altere el entorno social y ambiental, además busca evitar generar acciones negativas que afecten la experiencia de otros clientes. Impidiendo distinguir la calidad de los servicios que oferta la empresa

##### **1) Obligaciones y restricciones**

- a) Anticipar a los encargados de la operación, sobre sus condiciones generales de salud y/o preferencias alimenticias, alergias o restricciones particulares.
- b) No producir acciones negativas contra la naturaleza.
- c) Se prohíbe ingerir bebidas alcohólicas.
- d) Se prohíbe el uso de drogas.
- e) Respeto a la cultura local.
- f) No irrumpir en áreas que no se encuentra permitido el acceso.
- g) Seguir siempre las instrucciones del guía.
- h) Cuidar sus pertenencias de valor
- i) Caminar siempre por los senderos.
- j) Se prohíbe arrancar cualquier tipo de planta y atentar con alguna especie animal.
- k) Los visitantes deben respetar y cuidar de las instalaciones que están a su disposición.
- l) No dejar desechos en los sitios de visita, ubicarlos en los tachos de basura.
- m) Acampar solo en áreas autorizadas.
- n) Apoyar la producción local
- o) No perturbar la tranquilidad de otros visitantes o pobladores locales.
- p) No realizar fogatas.
- q) Prohibido el ingreso de mascotas

### 3. Requerimientos del área administrativa

#### a. Talento humano

##### 1) Mano de obra directa

**Tabla 9-5.** Talento humano área administrativa

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO												
CARGO	CAN T	RM MENSU AL	REM ANUAL	BENEFICIOS DE LEY						COSTO MENSU AL	COSTO MENSU AL TOTAL	COSTO ANUAL
				10MO CUAR TO	10MO TERC ERO	VACA CIÓN	FOND OS DE RESE RVA	APOR TE PATR ONAL	APOR TE IND.			
Administrador	1	402,93	4,835.16	30.50	48.35	48.35	33.56	44.93	38.08	646.70	\$ 646.70	7,760.41
Recepcionista	1	369.77	4,437.24	30.50	44.37	44.37	30.80	41.23	34.94	595.99	\$ 595.99	7,151.87
Jardinero	1	366.00	4,392.00	30.50	43.92	43.92	30.49	40.81	34.59	590.22	\$ 590.22	7,082.69
Técnico en mantenimiento	2	370.50	4,446.00	30.50	44.46	44.46	30.86	41.31	35.01	597.11	1,194.21	14,330.54
										<b>TOTAL</b>	3,027.12	36,325.51

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2016 Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**Tabla 10-5.** Talento humano departamento financiero y gerencia

DEPARTAMENTO FINANCIERO Y GERENCIA												
CARGO	CAN T	RM MENSU AL	REM ANUAL	BENEFICIOS DE LEY						COSTO MENSU AL	COSTO MENSU AL TOTAL	COSTO ANUAL
				10MO CUAR TO	10MO TERC ERO	VACA CIÓN	FOND OS DE RESE RVA	APOR TE PATR ONAL	APOR TE IND.			
Gerente	1	402.93	4,835.16	30.50	48.35	48.35	33.56	44.93	38.08	646.70	646.70	7,760.41
Especialista en contabilidad	1	402.93	4,835.16	30.50	48.35	48.35	33.56	44.93	38.08	646.70	646.70	7,760.41
										<b>TOTAL</b>	1293.40	15,520.82

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2016 Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

##### 2) Mano de obra indirecta

**Tabla 11-5.** Talento humano seguridad

SEGURIDAD												
CARGO	CAN T	RM MENSU AL	REM ANUAL	BENEFICIOS DE LEY						COSTO MENSU AL	COSTO MENSU AL TOTAL	COSTO ANUAL
				10MO CUAR TO	10MO TERC ERO	VACA CIÓN	FOND OS DE RESE RVA	APOR TE PATR ONAL	APOR TE IND.			
Guardia	2	377.58	4,530.96	30.50	45.31	45.31	31.45	42.10	35.68	607.93	1,215.87	14,590.39
										<b>TOTAL</b>	1,215.87	14,590.39

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2016 Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

### 3) Materiales e insumos

**Tabla 12-5.** Materiales e insumos para el área administrativa

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO IND.	INV. MENSUAL	INV. ANUAL
Biblioratos	5 u	1,30	6.50	78.00
Papel bond (resmas)	2 resmas	5,00	10.00	120.00
Lápices	1 caja	0,50	0.50	6.00
Cuaderno Universitario	1 u	1,50	1.50	18.00
Esferos	2 caja	0,35	0.70	8.40
Corrector	1Paq.	0,50	0.50	6.00
Papel de notas	1 paq.	1,20	1.20	14.40
Clips	1 Caja	1,50	1.50	18.00
Saca grapas	2 Paq.	6,00	6.00	6.00
Tableros	2 u	3,20	6.40	76.80
Borrador	1 Caja	1,60	1.60	19.20
Perforadora	2 u.	6,00	12.00	144.00
Grapadora	2 u.	5,00	10.00	120.00
Marcadores	1 Caja	2,00	2.00	24.00
		<b>TOTAL</b>	<b>60.40</b>	<b>658.40</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**Tabla 13-5.** Materiales e insumos para el área financiera y gerencia

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	PRECIO IND.	INV. MENSUAL	INV. ANUAL
Biblioratos	2 u	1,30	2.60	31.20
Papel bond (resmas)	1 resmas	5,00	5.00	60.00
Lápices	1 caja	0,50	0.50	6.00
Cuaderno Universitario	1 u	1,50	1.50	18.00
Esferos	1 caja	0,35	0.35	4.20
Corrector	1Paq.	0,50	0.50	6.00
Papel de notas	1 paq.	1,20	1.20	14.40
Clips	1 Caja	1,50	1.50	18.00
Saca grapas	1 Paq.	6,00	6.00	6.00
Borrador	1 Caja	1,60	1.60	19.20
Perforadora	2 u.	6,00	12.00	144.00
Grapadora	2 u.	5,00	10.00	120.00
Marcadores	1 Caja	2,00	2.00	24.00
		<b>TOTAL</b>	<b>44.75</b>	<b>471.00</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## b. Activos fijos

**Tabla 14-5.** Activos fijos para el área administrativa

ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA ADMINISTRATIVA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
<i>Equipos de computo</i>			
Computadora	2	950.00	1900.00
<i>Equipos de oficina</i>			
Teléfono LG	2	54.99	109.98
Calculadora	1	12.00	12.00
<i>Muebles y enseres</i>			
Sillas	4	25.00	100.00
Silla giratoria	1	51.00	51.00
Escritorio	2	220.00	440.00
Archivador	2	90.00	180.00
		<b>TOTAL</b>	<b>2,792.98</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**Tabla 15-5.** Activos fijos para el área financiera y gerencia

ACTIVOS FIJOS DEL ÁREA FINANCIERA Y GERENCIA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	INV. UNITARIA	INV. TOTAL
<i>Equipos de computo</i>			
Computadora	2	950.00	1900.00
<i>Equipos de oficina</i>			
Teléfono LG	2	54.99	109.98
Calculadora	1	12.00	12.00
<i>Muebles y enseres</i>			
Sillas	4	25.00	100.00
Silla giratoria	2	51.00	102.00
Escritorio	2	220.00	440.00
Archivador	2	90.00	180.00
		<b>TOTAL</b>	<b>2,843.98</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## c. Activos diferidos

### 1) Requisitos para formar la empresa

**Tabla 16-5.** Requisitos para la constitución de la empresa

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Estatuto de constitución	50,00
Elevación escritura de registro	250,00
Registro de nombramiento legal	100,00
Apertura cuenta en el Banco Nacional de Fomento	200,00
Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	100,00
Registro en el Instituto Nacional de Economía Popular	25,00
<b>Total</b>	<b>725,00</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2) Requisitos para el funcionamiento

**Tabla 17-5.** Documentos legales para la operación

REQUISITOS	INVERSIÓN
Registro Mintur	80,00
Permiso del cuerpo de bomberos	50,00
Permiso sanitario	50,00
Licencia única anual de funcionamiento	140,00
Otras instituciones	30,00
<b>Total</b>	<b>350,00</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 3) Procesos de selección de talento humano

**Tabla 18-5.** Procesos de selección del personal

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Convocatoria socio empleo	00,00
Recepción	100,00
Entrevista	60,00
Reclutamiento	50,00
<b>Total</b>	<b>210,00</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 4) Estudios

**Tabla 19-5.** Estudios

DENOMINACIÓN	INVERSIÓN
Estudio de factibilidad	1500,00
<b>Total</b>	<b>1500,00</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## F. VIABILIDAD ECONÓMICA, FINANCIERA

### 1. Análisis económico

#### a. Inversiones del proyecto

**Tabla 1-6.** Inversiones del proyecto

TIPO DE INVERSIÓN	INVERSIÓN
<b>Activos fijos</b>	
Terrenos	135,000.00
Construcciones y edificaciones	403,319.43
Maquinaria y equipo	33,375.35
Muebles y enseres	9,166.00
Menaje	1,163.20
Equipo de computación/oficina	19,297.46

<b>Activos diferidos o nominales</b>	
Capacitación personal	738.00
Gastos de promoción	3,860.00
Gastos de constitución / Permisos	1,285.00
Estudios	1,500.00
<b>Capital de trabajo</b>	
Materia prima	11,539.80
Materiales e insumos	5,650.70
Mano de obra directa	179,651.23
Mano de obra indirecta	21,808.14
Sueldos y salarios	88,051.63
Servicios básicos	3,049.44
<b>Total</b>	<b>918,455.38</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

#### b. Cálculo del pago de la deuda

No existe una tabla de endeudamiento debido a que el proyecto será financiado por el Ministerio de Turismo y el GAD Provincial de Chimborazo.

#### c. Financiamiento

Tabla 2-6. Financiamiento

TIPO DE INVERSIÓN	INVERSIÓN	PORCENTAJE
<b>Activos fijos</b>		
Terrenos	135,000.00	15%
Construcciones y edificaciones	403,319.43	43%
Maquinaria y equipo	33,375.35	4%
Muebles y enseres	9,166.00	1%
Menaje	1,163.20	0.1%
Equipo de computación/oficina	19,297.46	2%
<b>Activos diferidos o nominales</b>		
Capacitación personal	738.00	0.08%
Gastos de promoción	3,860.00	0.3%
Gastos de constitución / Permisos	1,285.00	0.1%
Estudios	1,500.00	0.2%
<b>Capital de trabajo</b>		
Materia prima	11,539.80	1.32%
Materiales e insumos	5,650.70	0.6%
Mano de obra directa	179,651.23	20%
Mano de obra indirecta	21,808.14	2%
Sueldos y salarios	88,051.63	10%
Servicios básicos	3,049.44	0.3%

<b>Total</b>	<b>905,033.93</b>	<b>100%</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Ministerio de turismo</b>	<b>601,321.44</b>	<b>58%</b>
<b>GAD provincial Chimborazo</b>	<b>380,135.95</b>	<b>42%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>918,455.38</b>	<b>100%</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

#### d. Depreciación de activos fijos

**Tabla 3-6.** Depreciación de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL (20%)	VALOR A DEPRECIAR	VIDA ÚTIL	DURACIÓN DEL PROYECTO	%	DEPRECIACIÓN POR AÑOS	VALOR DE SALVAMENTO	COSTO DE DEPRECIACIÓN POR PROYECTO
Construcciones y edificaciones	403,319.43	80,663.88	322,655.55	10.00	5.00	10%	16,126.77	241,991.67	80,663.88
Maquinaria y equipo	33,375.35	6,675.07	26,700.28	10.00	5.00	10%	1,335.00	20,025.21	6,675.07
Muebles y enseres	9,166.00	1,833.20	7,332.80	10.00	5.00	10%	366.64	5,499.60	1,833.20
Menaje	1,163.20	232.64	930.56	10.00	5.00	10%	46.53	697.92	232.64
Equipo de computación/oficina	19,297.46	3,859.50	15,437.96	3.00	5.00	33%	771.90	11,578.47	3,859.49
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>466,321.44</b>		<b>373,057.15</b>				<b>18,646.84</b>	<b>279,792.87</b>	<b>93,264.00</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**e. Amortización de inversiones nominales**

**Tabla 4-6.** Amortización de inversiones nominales

<b>INVERSIONES NOMINALES</b>	<b>VALOR DE INVERSIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>-AÑO 10</b>
Capacitación personal	738.80	73.88	73.88	73.88	73.88	73.88	73.88
Gastos de promoción	3,860.00	386,00	386,00	386,00	386,00	386,00	386,00
Gastos de constitución / Permisos	1,285.00	128.50	128.50	128.50	128.50	128.50	128.50
Estudios	1,500.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
<b>TOTAL</b>	<b>7,383.80</b>	<b>738,88</b>	<b>738,88</b>	<b>738,88</b>	<b>738,88</b>	<b>738,88</b>	<b>738,88</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**f. Estructura de costos y gastos**

Hay que señalar que los costos y gastos registrados se los proyecta teniendo en cuenta el comportamiento de la inflación, manejando una tasa del 5%, cabe señalar que no se emplea en todos los rubros, por cuanto algunos costos mantienen un comportamiento constante como las depreciaciones y amortizaciones.

**Tabla 5-6.** Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Mano de obra directa	179,651.23	188633.79	198065.48	207968.76	218367.19	229285.55	240749.83	252787.32	265426.69	278698.02
Mano de obra indirecta	21808.14	22898.55	24043.47	25245.65	26507.93	27833.33	29224.99	30686.24	32220.56	33831.58
Materia prima	11,539.80	12116.79	12722.63	13358.76	14026.70	14728.03	15464.44	16237.66	17049.54	17902.02
Materiales e insumos	5650.70	5933.24	6229.90	6541.39	6868.46	7211.88	7572.48	7951.10	8348.66	8766.09
<b>Costos operacionales</b>	<b>218649.87</b>	<b>229582.36</b>	<b>241061.48</b>	<b>253114.56</b>	<b>265770.28</b>	<b>279058.80</b>	<b>293011.74</b>	<b>307662.32</b>	<b>323045.44</b>	<b>339197.71</b>
Promoción y publicidad	3860.00	4053.00	4255.65	4468.43	4691.85	4926.45	5172.77	5431.41	5702.98	5988.13
<b>Gastos de ventas</b>	<b>3860.00</b>	<b>4053.00</b>	<b>4255.65</b>	<b>4468.43</b>	<b>4691.85</b>	<b>4926.45</b>	<b>5172.77</b>	<b>5431.41</b>	<b>5702.98</b>	<b>5988.13</b>
Sueldos y salarios	88051.63	92454.21	97076.92	101930.77	107027.31	112378.67	117997.61	123897.49	130092.36	136596.98
Servicios básicos	3049.44	3201.91	3362.01	3530.11	3706.61	3891.94	4086.54	4290.87	4505.41	4730.68
Depreciaciones	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80
Amortización	1256.76	1256.76	1256.76	1256.76	1256.76	1256.76	1256.76	1256.76	1256.76	1256.76
<b>Gastos de administración</b>	<b>111004.63</b>	<b>115559.68</b>	<b>120342.49</b>	<b>125364.44</b>	<b>130637.48</b>	<b>136174.18</b>	<b>141987.71</b>	<b>148091.91</b>	<b>154501.33</b>	<b>161231.22</b>
<b>TOTAL</b>	<b>333514.50</b>	<b>349195.05</b>	<b>365659.62</b>	<b>382947.42</b>	<b>401099.62</b>	<b>420159.42</b>	<b>440172.21</b>	<b>461185.65</b>	<b>483249.75</b>	<b>506417.06</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## g. Estructura de ingresos

Tabla 6-6. Estructura de ingresos

ACTIVIDAD/SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingreso	3123	3493	3913	4391	4935	5554	6259	7061	7974	9013
Precio	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Subtotal</b>	<b>12493</b>	<b>13972</b>	<b>15653</b>	<b>17566</b>	<b>19741</b>	<b>22217</b>	<b>25035</b>	<b>28243</b>	<b>31895</b>	<b>36053</b>
Alimentación	3123	3493	3913	4391	4935	5554	6259	7061	7974	9013
Precio	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>Subtotal</b>	<b>9370</b>	<b>10479</b>	<b>11740</b>	<b>13174</b>	<b>14806</b>	<b>16663</b>	<b>18776</b>	<b>21182</b>	<b>23921</b>	<b>27040</b>
Hospedaje	347	388	435	488	548	617	695	785	886	1001
Precio	51,00	51,00	51,00	51,00	51,00	51,00	51,00	51,00	51,00	51,00
<b>Subtotal</b>	<b>17698</b>	<b>19793</b>	<b>22175</b>	<b>24885</b>	<b>27967</b>	<b>31474</b>	<b>35466</b>	<b>40011</b>	<b>45184</b>	<b>51075</b>
Canopy	2776	3105	3478	3903	4387	4937	5563	6276	7088	8012
Precio	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00
<b>Subtotal</b>	<b>49972</b>	<b>55887</b>	<b>62613</b>	<b>70263</b>	<b>78966</b>	<b>88869</b>	<b>100141</b>	<b>112971</b>	<b>127579</b>	<b>144213</b>
Paintball	2413	2736	3104	3523	4000	4544	5164	5870	6675	7593
Precio	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
<b>Subtotal</b>	<b>28956</b>	<b>32829</b>	<b>37242</b>	<b>42270</b>	<b>47999</b>	<b>54527</b>	<b>61966</b>	<b>70443</b>	<b>80104</b>	<b>91114</b>
Bubble soccer	3123	3493	3913	4391	4935	5554	6259	7061	7974	9013
Precio	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
<b>Subtotal</b>	<b>31232</b>	<b>34929</b>	<b>39133</b>	<b>43914</b>	<b>49354</b>	<b>55543</b>	<b>62588</b>	<b>70607</b>	<b>79737</b>	<b>90133</b>
Acampada	2738	3084	3477	3925	4435	5016	5678	6432	7290	8268
Precio	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
<b>Subtotal</b>	<b>41068</b>	<b>46254</b>	<b>52158</b>	<b>58878</b>	<b>66531</b>	<b>75245</b>	<b>85170</b>	<b>96475</b>	<b>109352</b>	<b>124022</b>
Reforestación	2528	2853	3222	3643	4123	4668	5290	5999	6806	7726
Precio	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
<b>Subtotal</b>	<b>10112</b>	<b>11411</b>	<b>12889</b>	<b>14573</b>	<b>16490</b>	<b>18674</b>	<b>21161</b>	<b>23995</b>	<b>27224</b>	<b>30902</b>
Interpretación ambiental	2187	2471	2794	3162	3581	4058	4602	5221	5927	6731
Precio	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
<b>Subtotal</b>	<b>6561</b>	<b>7412</b>	<b>8381</b>	<b>9485</b>	<b>10742</b>	<b>12174</b>	<b>13805</b>	<b>15663</b>	<b>17780</b>	<b>20193</b>
Excursión	2687	3050	3463	3934	4471	5082	5779	6574	7479	8510
Precio	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
<b>Subtotal</b>	<b>26874</b>	<b>30501</b>	<b>34634</b>	<b>39343</b>	<b>44709</b>	<b>50824</b>	<b>57794</b>	<b>65736</b>	<b>74788</b>	<b>85105</b>
<b>TOTAL</b>	<b>234335</b>	<b>263467</b>	<b>296618</b>	<b>334350</b>	<b>377305</b>	<b>426211</b>	<b>481902</b>	<b>545326</b>	<b>617564</b>	<b>699850</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## h. Estado de resultados

Tabla 7-6. Estado de resultados

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(+) Ventas	234335.04	263466.64	296617.86	334350.50	377305.01	426211.48	481902.19	545325.94	617564.33	699850.39
(-) Costo operativos	218649.87	229582.36	241061.48	253114.56	265770.28	279058.80	293011.74	307662.32	323045.44	339197.71
<b>(=) Utilidad bruta</b>	<b>15685.17</b>	<b>33884.28</b>	<b>55556.38</b>	<b>81235.94</b>	<b>111534.72</b>	<b>147152.68</b>	<b>188890.45</b>	<b>237663.62</b>	<b>294518.89</b>	<b>360652.68</b>
(-) Gastos de Administración	111004.63	115559.68	120342.49	125364.44	130637.48	136174.18	141987.71	148091.91	154501.33	161231.22
(-) Gastos de Ventas	3860.00	4053.00	4255.65	4468.43	4691.85	4926.45	5172.77	5431.41	5702.98	5988.13
<b>(=) Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores</b>	<b>-99179.46</b>	<b>-85728.41</b>	<b>-69041.76</b>	<b>-48596.93</b>	<b>-23794.61</b>	<b>6052.05</b>	<b>41729.98</b>	<b>84140.29</b>	<b>134314.58</b>	<b>193433.33</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	-21819.48	-18860.25	-15189.19	-10691.32	-5234.81	1331.45	9180.59	18510.86	29549.21	42555.33
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	<b>-77359.98</b>	<b>-66868.16</b>	<b>-53852.58</b>	<b>-37905.60</b>	<b>-18559.80</b>	<b>4720.60</b>	<b>32549.38</b>	<b>65629.43</b>	<b>104765.38</b>	<b>150878.00</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	-11604.00	-10030.22	-8077.89	-5685.84	-2783.97	708.09	4882.41	9844.41	15714.81	22631.70
<b>(=) Utilidad antes de reservas</b>	<b>-65755.98</b>	<b>-56837.93</b>	<b>-45774.69</b>	<b>-32219.76</b>	<b>-15775.83</b>	<b>4012.51</b>	<b>27666.97</b>	<b>55785.01</b>	<b>89050.57</b>	<b>128246.30</b>
(-) 10% Reserva Legal	-6575.60	-5683.79	-4577.47	-3221.98	-1577.58	401.25	2766.70	5578.50	8905.06	12824.63
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>-59180.38</b>	<b>-51154.14</b>	<b>-41197.22</b>	<b>-28997.79</b>	<b>-14198.24</b>	<b>3611.26</b>	<b>24900.28</b>	<b>50206.51</b>	<b>80145.51</b>	<b>115421.67</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**i. Flujo de caja del proyecto**

**Tabla 8-6.** Flujo de caja del proyecto

<b>RUBRO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
(+) Ventas	234335.04	263466.64	296617.86	334350.50	377305.01	426211.48	481902.19	545325.94	617564.33	699850.39
(+) Valor de salvamento										271740.00
(-) Costos operativos	218649.87	229582.36	241061.48	253114.56	265770.28	279058.80	293011.74	307662.32	323045.44	339197.71
(-) Gastos de administración	111004.63	115559.68	120342.49	125364.44	130637.48	136174.18	141987.71	148091.91	154501.33	161231.22
(-) Gastos de ventas	3860.00	4053.00	4255.65	4468.43	4691.85	4926.45	5172.77	5431.41	5702.98	5988.13
<b>(=) Utilidad antes de repartición de utilidades e impuestos</b>	<b>-99179.46</b>	<b>-85728.41</b>	<b>-69041.76</b>	<b>-48596.93</b>	<b>-23794.61</b>	<b>6052.05</b>	<b>41729.98</b>	<b>84140.29</b>	<b>134314.58</b>	<b>193433.33</b>
(-) Impuesto	-21819.48	-18860.25	-15189.19	-10691.32	-5234.81	1331.45	9180.59	18510.86	29549.21	42555.33
<b>(=) Utilidad antes impuesto</b>	<b>-77359.98</b>	<b>-66868.16</b>	<b>-53852.58</b>	<b>-37905.60</b>	<b>-18559.80</b>	<b>4720.60</b>	<b>32549.38</b>	<b>65629.43</b>	<b>104765.38</b>	<b>150878.00</b>
(-) Reparto utilidades	-11604.00	-10030.22	-8077.89	-5685.84	-2783.97	708.09	4882.41	9844.41	15714.81	22631.70
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>-65755.98</b>	<b>-56837.93</b>	<b>-45774.69</b>	<b>-32219.76</b>	<b>-15775.83</b>	<b>4012.51</b>	<b>27666.97</b>	<b>55785.01</b>	<b>89050.57</b>	<b>128246.30</b>
(+) Depreciaciones	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80	18646.80
(+) Amortizaciones	1476.76	1476.76	1476.76	1476.76	1476.76	1476.76	1476.76	1476.76	1476.76	1476.76
(+) Capital de Trabajo										309750.94
<b>(=) Flujo de caja</b>	<b>-45632.42</b>	<b>-36714.37</b>	<b>-25651.13</b>	<b>-12096.20</b>	<b>4347.73</b>	<b>24136.07</b>	<b>47790.53</b>	<b>75908.57</b>	<b>109174.13</b>	<b>148369.86</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## j. Cálculo del punto de equilibrio

Tabla 9-6. Punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Ingresos totales</b>	<b>234335.04</b>	<b>263466.64</b>	<b>296617.86</b>	<b>334350.50</b>	<b>377305.01</b>	<b>426211.48</b>	<b>481902.19</b>	<b>545325.94</b>	<b>617564.33</b>	<b>699850.39</b>
<b>Costos fijos totales</b>	<b>114864.63</b>	<b>119612.68</b>	<b>124598.14</b>	<b>129832.87</b>	<b>135329.33</b>	<b>141100.62</b>	<b>147160.48</b>	<b>153523.32</b>	<b>160204.31</b>	<b>167219.35</b>
Gastos Administrativos	111004.63	115559.68	120342.49	125364.44	130637.48	136174.18	141987.71	148091.91	154501.33	161231.22
Gastos de Ventas	3860.00	4053.00	4255.65	4468.43	4691.85	4926.45	5172.77	5431.41	5702.98	5988.13
<b>Costos Variables</b>	<b>221699.31</b>	<b>232784.28</b>	<b>244423.49</b>	<b>256644.66</b>	<b>269476.90</b>	<b>282950.74</b>	<b>297098.28</b>	<b>311953.19</b>	<b>327550.85</b>	<b>343928.40</b>
Materia Prima	11539.80	12116.79	12722.63	13358.76	14026.70	14728.03	15464.44	16237.66	17049.54	17902.02
Mano de Obra Indirecta	21808.14	22898.55	24043.47	25245.65	26507.93	27833.33	29224.99	30686.24	32220.56	33831.58
Mano de Obra Directa	179651.23	188633.79	198065.48	207968.76	218367.19	229285.55	240749.83	252787.32	265426.69	278698.02
Servicios básicos	3049.44	3201.91	3362.01	3530.11	3706.61	3891.94	4086.54	4290.87	4505.41	4730.68
Materiales e insumos	5650.70	5933.24	6229.90	6541.39	6868.46	7211.88	7572.48	7951.10	8348.66	8766.09
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>336563.94</b>	<b>352396.96</b>	<b>369021.63</b>	<b>386477.53</b>	<b>404806.23</b>	<b>424051.36</b>	<b>444258.75</b>	<b>465476.51</b>	<b>487755.16</b>	<b>511147.74</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS</b>	<b>2130213.47</b>	<b>1027103.09</b>	<b>708084.70</b>	<b>558641.25</b>	<b>473535.47</b>	<b>419784.98</b>	<b>383741.64</b>	<b>358740.47</b>	<b>341144.37</b>	<b>328803.86</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

## 2. Análisis financiero

### a. Valor actual neto (VAN)

Para el cálculo del VAN es necesario tener presente la Tasa de descuento, la cual abarca diferentes indicadores de la economía del país como son tasa pasiva y tasa de inflación obtenida del Banco Central del Ecuador.

#### 1) Tasa de descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento se toma en cuenta lo siguiente:

Tasa pasiva (2016) = 5,62%

Tasa de inflación anual (2016) = 3,09%

Premio al riesgo (aspiraciones) = 3,00%

#### a) Cálculo:

Costo accionistas = Tasa pasiva + Inflación anual + Premio al riesgo

Costo accionistas = 5,62% + 3,09% + 3,00%

Costo accionistas = 11,71%

**Tabla 10-6.** Valor actual neto

Flujo neto de efectivo	Factor de actualización 5,62%	Flujo neto de efectivo actualizado
-918455.38	1.00	-918455.38
-45632.42	0.95	-43204.34
-36714.37	0.90	-32911.21
-25651.13	0.85	-21770.48
-12096.20	0.80	-9719.96
4347.73	0.76	3307.75
24136.07	0.72	17385.60
47790.53	0.68	32592.58
75908.57	0.65	49014.16
109174.13	0.61	66742.78
148369.86	0.58	85878.42

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

El VAN alcanza un valor de 85,878.42 dólares señalando que la puesta en marcha del proyecto es viable

**b. Tasa interna de retorno (TIR)**

**Tabla 11-6.** Tasa interna de retorno

Años	Flujo neto	Tasa mayor 26%	Flujo neto actualizado (dólares)	Flujo neto	Tasa menor 25%	Flujo neto actualizado (Dólares)
AÑO 0	-918,455.38	1.0000	-918,455.38	-918,455.38	1.000	-918,455.38
AÑO 1	-45,632.42	1.2600	-36,216.21	-45,632.42	1.250	-36,505.94
AÑO 2	-36,714.37	1.5876	-23,125.71	-36,714.37	1.563	-23,497.20
AÑO 3	-25,651.13	2.0004	-12,823.15	-25,651.13	1.953	-13,133.38
AÑO 4	-12,096.20	2.5205	-4,799.18	-12,096.20	2.441	-4,954.60
AÑO 5	4,347.73	3.1758	1,369.02	4,347.73	3.052	1,424.67
AÑO 6	24,136.07	4.0015	6,031.75	24,136.07	3.815	6,327.13
AÑO 7	47,790.53	5.0419	9,478.68	47,790.53	4.768	10,022.40
AÑO 8	75,908.57	6.3528	11,948.86	75,908.57	5.960	12,735.35
AÑO 9	109,174.13	8.0045	13,639.07	109,174.13	7.451	14,653.10
AÑO 10	148,369.86	10.0857	14,710.93	148,369.86	9.313	15,931.09
<b>TOTAL</b>			<b>-938,241.30</b>			<b>-935,452.76</b>

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

**a) Cálculo:**

$$TIR = tm + \left[ \frac{VANtm}{VANtm - VANTM} \right] * (TM - tm)$$

**Tabla 12-6.** Cálculo de tasa interna de retorno

<b>Tasa menor</b>	<b>tm =</b>	0.25
<b>Tasa Mayor</b>	<b>TM =</b>	0.26
<b>VAN Tasa mayor</b>	<b>VAN TM =</b>	-938,241.30
<b>VAN Tasa menor</b>	<b>VAN tm =</b>	-935,452.76
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>TIR =</b>	0.1717
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>TIR =</b>	17.17%

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

La TIR alcanza una tasa de 17%, la cual es mayor a la tasa de descuento que registró 11,71%, señalando que el proyecto es rentable, siendo sostenible desde el punto de vista financiero.

### c. Análisis Beneficio - Costo (B / C)

Se actualiza tanto los ingresos como los egresos, procediendo a emplear la siguiente fórmula.

$$RBC = \frac{\sum \text{Flujos.de.Ingresos.Operacionés.Descontados}}{\sum \text{Flujos.de.Egresos.Operacionés.Descontados}}$$

$$RBC = \frac{2,516,595.00}{2,194,725.51}$$

$$RBC = 1,14$$

Este valor es bueno señalar que se tiene 1,14 de ingresos para cubrir un dólar de costos y gastos, por lo tanto se va a tener recursos para lograr realizar el proyecto. También señala que por cada dólar de costos y gastos se tiene 0,14 dólares de ganancias.

### d. Período real de recuperación de la inversión (PRRI)

**Tabla 13-6.** Cálculo del período real de recuperación de la inversión

	Flujo neto de efectivo actualizado	Saldo por periodos de recuperación
<b>AÑO 0</b>	-918455.38	-918455.38
<b>AÑO 1</b>	-45632.42	-43204.34
<b>AÑO 2</b>	-36714.37	-32911.21
<b>AÑO 3</b>	-25651.13	-21770.48
<b>AÑO 4</b>	-12096.20	-9719.96
<b>AÑO 5</b>	4347.73	3307.75
<b>AÑO 6</b>	24136.07	17385.60
<b>AÑO 7</b>	47790.53	32592.58
<b>AÑO 8</b>	75908.57	49014.16
<b>AÑO 9</b>	109174.13	66742.78
<b>AÑO 10</b>	148369.86	85878.42

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Franklin Londo Guapi

El periodo real de recuperación de la inversión es 5 es decir se recupera en 5 años.

## VI. CONCLUSIONES

El diagnóstico evidencia que el sector el Batán por su morfología es un sector apto para la implementación del producto, sin embargo, existe deficiencia en el servicio de vialidad, respecto a servicios complementarios relacionados con salud y seguridad, la proximidad a la ciudad de Riobamba hace posible la prestación de estos servicios en tiempo oportuno y en caso de emergencia, condiciones que resultan favorables para la implementación del producto.

El nivel de aceptación del producto es alto, considerando una demanda objetivo de 3123 visitantes y turistas anuales; la oferta complementaria corresponde al total de establecimientos turísticos registrados en el cantón Riobamba con 52.585 plazas, las cuales son aptas para la prestación de servicios de alimentación y alojamiento.

El estudio técnico especifica las actividades y servicios que ofertará el Ecoparque de aventura, para ello se diseñó el área de ingreso/administración, centro de capacitación, servicios higiénicos, dos estaciones de sombra, cuatro puntos de ventas, mirador, bodega, infraestructura para canopy, cabaña, vivero forestal y un sendero de acceso, el diseño contempla el uso de materiales alternativos de construcción para guardar armonía con el ambiente.

Las estrategias de comercialización tradicional se fusionan con medios de difusión digital que cubren las preferencias de acceso a la información establecidas por la demanda cautiva nacional e internacional.

La evaluación ambiental y social determina que el proyecto es factible, sin embargo se identifican acciones negativas que pueden causar ciertos daños al ambiente en la fase pre-operativa y operativa, para lo cual se establecen estrategias de mitigación de impactos que son susceptibles de ser incorporadas durante la implementación del producto.

El modelo administrativo dispuesto para la operación del producto corresponde a Empresa de Economía Solidaria, condición que está adecuadamente sustentada y amparada en el marco legal nacional para la oferta y comercialización de productos turísticos, debiendo además cumplir con el Registro de Turismo y la obtención de la LUAF.

La inversión del proyecto asciende a \$905,033.93 dólares. El VAN alcanza un valor de 85,772.79, la TIR es de 17% y la relación beneficio costo 1,14 éstos valores demuestran que económica y financieramente implementar el producto es factible.

## VII. RECOMENDACIONES

La Directiva del sector del Batán debe gestionar la intervención pública a través del GAD municipal de Riobamba en vialidad y el sistema de saneamiento.

Debido a que el área de estudio pertenece a propietarios privados se recomienda gestionar la donación del terreno a los pobladores locales o a su vez la adquisición de la propiedad que por el momento se encuentra abandonada.

Inicialmente se recomienda dirigir las estrategias de comercialización a grupos de estudiantes universitarios de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y la Universidad Nacional de Chimborazo ya que representan una demanda significativa y de proximidad.

En la construcción de infraestructura del Ecoparque, mantener las normas y diseño técnico establecidos, formulando un plan de monitoreo y mantenimiento periódico de los equipos a utilizarse en las actividades de aventura, con la finalidad de salvaguardar la integridad de los visitantes

Aplicar las medidas de mitigación de impactos ambientales durante la fase pre operativa y de operativa, con la finalidad de mantener y mejorar la calidad ambiental y garantizar la conservación del sitio.

Garantizar el cumplimiento del marco legal de turismo para la obtención de las patentes y licencias requeridas para la operación del producto.

**VIII. RESUMEN****VIII. RESUMEN**

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo; consta de 6 etapas, evaluación del potencial de la zona, diseño técnico del producto, estrategias de comercialización, viabilidad ambiental, estudio legal administrativo y la viabilidad económica financiera. Determinando que la zona de estudio por su morfología, localización y extensión brinda una espectacular vista paisajística, con gran potencial para generar interés en turistas nacionales, extranjeros y población local. Los turistas nacionales provienen principalmente de ciudades como Guayaquil y Riobamba, y los turistas extranjeros de Alemania y EEUU, se definió una demanda objetivo de 3123 personas anual. El producto turístico fue diseñado en base al perfil de la demanda que manifiesta, que las principales actividades que les gustaría realizar son: Canopy, paintball, camping, reforestación, camping y excursión; se diseño infraestructura con fines turísticos como el centro de capacitación, infraestructura para canopy, cabañas, senderos, entre otros. Su comercialización se realizará mediante plataformas digitales y convenios con agencias de viajes. La figura legal propuesta para la operación del producto es una empresa de economía popular y solidaria, además se estableció medidas de mitigación y compensación de impacto ambiental que reducirán significativamente el impacto de la operación del producto. Se determinó la viabilidad económica y financiera del producto, teniendo un TIR de 17%, Relación Costo/Beneficio de \$1.14 y un tiempo de recuperación de capital de 5 años. Se concluye que el proyecto es factible y se recomienda su implementación como aporte al crecimiento y desarrollo de la oferta turística del cantón.

Palabras claves: producto turístico, potencial turístico, oferta turística.

Por: **Franklin Londo**



J. Logroño  
DESARROLLO  
4 Oct 2016  
Franklin

## IX. SUMARY

This research proposes: designing a tourist product in canton Riobamba, Chimborazo province, it consists of 6 stages, evaluation of the potential of the area, technical product design, marketing strategies, environmental viability, administrative legal study and financial economic viability determining that the study area by its morphology, localization and extension provides a spectacular view of landscapes with great potential to generate interest in national, foreign tourists, and local population. The national tourists are mainly from cities like Guayaquil and Riobamba, and the foreign tourists from Germany and the USA, an objective demand of 3123 people annual was defined. The tourist product was designed on the basis of the demand profile that shows that the main activities that people would like to do are: Canopy, paintball, camping, reforestation, and excursion; Infrastructure for tourism was formulated as the training center, also infrastructure for canopy, cabins, and trails, among others Its commercialization will be done by means of digital platforms and agreements with travel agencies. The legal concept proposed for the operation of the product is a company from the popular and solidarity economy, also mitigation and compensation of environmental impact measurements were established that will reduce significantly the impact of the operation of the product. Economic and financial viability of the product was determined, having an internal rate of return on investment ( IRR ) of 17%, cost / benefit ratio of \$ 1.14 and a capital recovery time of 5 years. It is concluded that the product is feasible and its recommended its implementation as a contribution to the growth and development of the tourist offer of the canton.

**Key Words:** tourist product, tourist potential, tourist offer



## X. BIBLIOGRAFÍA

Luna, R., & Chaves, D. (2001). Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos. Guatemala.

Meneses, E. (2001). Preparación y elaboración de proyectos. Quito - Ecuador.

Ministerio de Ambiente. (2008). Guía metodológica para la elaboración de planes de manejo de bosques y vegetación protectora del Ecuador. Quito, Ecuador: RANDI-RANDI / Conservación Internacional Ecuador.

Ministerio de Ambiente del Ecuador. (2013). Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador continental. Quito: Subsecretaria de Patrimonio Natural.

Ministerio de Comercio Industrias y Turismo. (2007). Requisitos para la operación de actividades de rapel en turismo de aventura. Bogota.

Ministerio de Turismo. (2013). Boletín de estadísticas turísticas 2001 - 2013. Quito.

Ministerio de Turismo. (2014). Reglamento de operación turística de aventura. Quito.

Ministerio de Turismo. (2015). Proyecto Ecuador potencia turística. Quito.

Ministerio del Ambiente. (2014, Enero-Marzo). Boletín informativo del proyecto de sostenibilidad financiera de áreas protegidas. Somos SNAP(05), 10.

Ministerio del Ambiente. (2015, 01 17). Criterios para la construcción de infraestructura ecológica en áreas naturales protegidas. Quito.

- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2013). Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador Continental. Subsecretaría de Patrimonio Natural. Quito.
- Naranjo, S. (2015 09 04). Turismo dejó \$ 1.487 millones en ingresos a Ecuador en 2014. El Universo.
- Organización Mundial de Turismo. (1993). Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects. Conferencia euromediterranea sobre turismo y desarrollo sostenible, (p. 22).
- Peñañiel. (1998). Manual sobre diseño y elaboración de proyectos. Galapágos: A&B.
- Pilco, P., Gavilanes, C., Suárez, D., Castillo, T., & Poats., S. (2008). Guía metodológica para la elaboración de planes de manejo de bosques y vegetación protectora del Ecuador. Quito - Ecuador.
- Riter, et al. (2000). Manual del taller de construcción de senderos. IMBA. Asociación Internacional de Ciclismo de Montaña. Consultoría Balam, S.C. Valdivia.
- Rodríguez, F. (2001). Estudio técnico. Retrieved from Geocities.com: consultado el 04 de abril de 2016, de <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico1.htm>.
- Secretaria de Turismo. (2004). Guía para el diseño y operación de senderos interpretativos. D.F., México.
- Sendín, A. E. (2006). Contenido de proyectos. Madrid: Navarra
- Themed Entertainment Association. (2015). The Global attractions attendance report. California: Themed Entertainment Association.
- United States Department of the Interior. National Park Service. (1993). Guiding principles of sustainable design. Denver - Colorado.

Valdivieso, L. (2000). Indicadores económico financieros. Texto Básico de Administración de Empresas. Riobamba - Ecuador.

Warnes, M. (1999). Definiendo turismo de aventura. Retrieved from Aventura Idoneos.com: consultado el 4 de marzo de 2016. <http://aventura.idoneos.com/>

World Tourism Organization. (1993). Sustainable Tourism Development: Guide for local planners. Madrid

Yucta, P. (2002). Diseño y formulación de proyectos ecoturísticos. Riobamba – Ecuador.

## XI. ANEXOS

### A. ANEXO 1



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



La presente encuesta tiene como objetivo identificar gustos y preferencias para el diseño del **Ecoparque de aventura** ubicado en el cantón **Riobamba**, su honesta participación respondiendo al siguiente cuestionario nos ayudará a conocer de mejor manera sus intereses y necesidades.

- Género:** Masculino  Femenino
- Edad:** \_\_\_\_\_
- Procedencia/Ciudad:** \_\_\_\_\_
- ¿Cuándo realiza viajes por qué razón lo hace?**  
Viajes y aventura  Gastronomía   
Visita a familiares  Trabajo   
Turismo  ¿Otra? \_\_\_\_\_
- ¿Con quién realiza sus viajes?**  
Solo  Compañeros esc/coleg/universidad   
Pareja  Compañeros de trabajo   
Familiares  Compañeros de tour   
Amigos  Amigos y familiares
- ¿Mediante qué medios planificas sus viajes?**  
Amigos y familia  Guías y revistas de turismo   
Blog de viajes  Metabuscadores de viajes online   
Apps de turismo  Agencia de viajes   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

**\*Si planifica sus viajes a través de Agencias de viajes ¿cuál utiliza?**

Rumbo Travel <input type="checkbox"/>	Chimborazo Travel <input type="checkbox"/>	Mundo Tours <input type="checkbox"/>
Majes Touring <input type="checkbox"/>	Delgado Travel <input type="checkbox"/>	Incañan Ecotourism <input type="checkbox"/>
Riotur Travel <input type="checkbox"/>	MundoDestinos <input type="checkbox"/>	Sustainours <input type="checkbox"/>
Global Tour <input type="checkbox"/>	Aero Vacaciones <input type="checkbox"/>	Puruha Razurku <input type="checkbox"/>
Universal Center Travel <input type="checkbox"/>	Infinity Ecuador <input type="checkbox"/>	

Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

**\* Si planifica sus viajes a través de aplicaciones para turismo ¿Cuáles utiliza con mayor frecuencia?**

Google Maps <input type="checkbox"/>	Twitter <input type="checkbox"/>	YouTube <input type="checkbox"/>	AroundMe <input type="checkbox"/>
ForeverMap <input type="checkbox"/>	Travel Pin <input type="checkbox"/>	Facebook <input type="checkbox"/>	TravelEchoes <input type="checkbox"/>

Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

**\*Si planifica sus viajes a través de Metabuscadores de viajes online ¿Cuáles utiliza con mayor frecuencia?**

Tripadvisor <input type="checkbox"/>	Minube <input type="checkbox"/>	Hotelikopter <input type="checkbox"/>	Side Step <input type="checkbox"/>
Ulisés <input type="checkbox"/>	Trivago <input type="checkbox"/>	Hotel calculator <input type="checkbox"/>	LetsBonus <input type="checkbox"/>

Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

- ¿Ha planificado algún deporte de aventura en su viaje, en el cantón Riobamba?**  
SI  NO
- ¿Estaría interesado en desarrollar dentro del Ecoparque actividades vinculadas a?**  
Deportes de aventura  Educación ambiental   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_
- ¿Qué tipo de deportes de aventura le gustaría practicar en un Ecoparque de aventura? (Seleccione max3)**  
Rapel  Paintball   
Canopy  Excursión   
Ciclismo  Parapente   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_
- ¿Qué actividades estaría dispuesto a realizar a más de las actividades de aventura?**  
De integración grupal  De reforestación   
De apoyo y vinculación con la población local   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_
- ¿Qué tipo de instalaciones desearía se incorporen en el Ecoparque de aventura?**  
Parqueadero  Juegos infantiles   
Zona de acampada   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_
- ¿Qué charlas/talleres sobre educación ambiental estaría interesado en recibir dentro del Ecoparque de aventura?**  
Sobre excursión  Avistamiento de aves   
De reciclaje  De protección recursos naturales   
Talleres de huerto y plantación  De eficiencia energética   
Juegos ecológicos y audiovisuales   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_
- ¿Desearía que en el sitio se alquilen equipos para deportes de aventura?**  
SI  NO
- ¿Con qué servicios le gustaría contar?**  
Alimentación  Guianza   
Hospedaje  Transporte   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

**\*¿Si desea el servicio de hospedaje, en cuál de estos lugares le interesaría hacerlo?**

Campamento <input type="checkbox"/>	Cabañas <input type="checkbox"/>
Hospedaje rural <input type="checkbox"/>	Albergues <input type="checkbox"/>

Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

**\*¿Si desea el servicio de Alimentación, qué tipo de alimentación preferiría degustar en el sitio?**

Típica/tradicional <input type="checkbox"/>	Vegetariana <input type="checkbox"/>
A la carta <input type="checkbox"/>	

Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por?**  
**\*Ingreso al Ecoparque de aventura**  
De 1 a 2 dólares  De 5 a 7 dólares   
De 3 a 4 dólares  Mayor a 7 dólares   
**\*Actividades de aventura**  
De 8 a 10 dólares  De 14 a 16 dólares   
De 11 a 13 dólares  Mayor a 17 dólares   
**\*Actividades de educación ambiental**  
De 3 a 5 dólares  De 9 a 11 dólares   
De 6 a 8 dólares  Mayor a 12 dólares
- ¿Por qué medio estaría dispuesto a realizar el pago?**  
Dinero electrónico  Transferencia bancaria   
Efectivo  Tarjeta de crédito

**MUCHAS GRACIAS!!**

Ac  
Ve

Ac  
Ve

B. ANEXO 2



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTY OF NATURAL RESOURCES  
SCHOOL OF ENGINEERING IN ECOTOURISM



This survey has the purpose to identify likes and preferences for the design of the **Eco-adventure Park** located in the **Riobamba canton**, please answer the following questionnaire with honesty; it will help us to know better your interests and needs.

1. Sex: Male  Female

2. Age: \_\_\_\_\_ Years old

3. Procedente/Country \_\_\_\_\_

4. When you do trips, why reason you do it?

Travel and adventure  Gastronomy

Visit family  Business

Tourism  which other? \_\_\_\_\_

5. With whom do you travel?

Alone  Sch/High sch/University partners

Couple  Co-workers

Family  Tour partners

Friends  Friends and Family

6. By what ways would you plan your travels?

Friends and Family  Guides and tourism journals

Travel blogs  Meta-search travel online

Tourism apps  Travel agencies

Which other? \_\_\_\_\_

\* If you plan your trips through travel agencies, which one do you use?

Rumbo Travel  Chimborazo Travel  Mundo Tours

Majes Touring  Delgado Travel  Incañan Ecotourism

Riotur Travel  Mundo Destinos  SustainTours

Global Tour  AeroVacaciones  Puruha Razurku

Universal Center Travel  Infinity Ecuador

Which others? \_\_\_\_\_

\* If you plan your travels through tourism apps, which one do you use most frequently?

Google Maps  Twitter  YouTube  AroundMe

ForeverMap  Travel Pin  Facebook  TravelEchoes

Which other? \_\_\_\_\_

\* If you plan your travels through Meta-search travel online which one you use with most frequently??

Tripadvisor  Minube  Hotelikopter  Side Step

Ulises  Trivago  Hotel calculator  LetsBonus

Which others? \_\_\_\_\_

7. Have you ever planned any adventure sport in your trip, inside Riobamba canton?

YES  NO

8. Which activities would you be interested in develop related with the Eco- Adventure Park?

Adventure sports

Environmental education

Which others? \_\_\_\_\_

9. What kind of adventure sports would you like to practice in the Eco-adventure Park? (max 3 options)

Rapel  Paintball

Canopy  Excursion

Cycling  Paragliding

Which others? \_\_\_\_\_

10. What other activities would you be pleased to do besides the adventure ones?

Group integration  Reforestation

Support and links with the local population

Which others? \_\_\_\_\_

11. What kind of facilities would you like to be incorporated in the Eco-adventure Park?

Parking  Children's games

Camping area

Which others? \_\_\_\_\_

12. What lectures/workshops of environmental education would you be interested in receiving within the Eco-adventure Park?

About excursion  Bird watching

About Recycling  About natural resources protection

Garden and planting workshops  About energy efficiency

Ecological and audiovisual games

Which others? \_\_\_\_\_

13. Would you like that in the site there was rent of equipment for adventure sports?

YES  NO

14. Which services inside the park would you like?

Food  Guide service

Accommodation  Transport

Which others? \_\_\_\_\_

\* If you take the lodging service, which of these places would you choose?

Camps  Huts

Rural accommodation  Refuges

Which others? \_\_\_\_\_

\* If you take the food service, what kind of dish would you prefer taste?

Typical/traditional food  Vegetarian food

special menu

Which others? \_\_\_\_\_

15. How much would you be satisfied to pay for?

\* Admission to the Eco-adventure park

1 to 2 US dollars  5 a 7 US dollars

3 to 4 US dollars  More than 7 US dollars

\* Adventure activities

8 to 10 US dollars  14 to 16 US dollars

11 to 13 US dollars  More than 17 US dollars

\* Environmental education activities

3 to 5 US dollars  9 to 11 US dollars

6 to 8 US dollars  More than 12 US dollars

16. Which way of payment would you use?

Electronic money  Wire transfer

Cash  Credit card

Which others? \_\_\_\_\_

**THANK YOU!**

Ac  
Ve

Ac  
Ve

C. ANEXO 3



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



La presente encuesta tiene como objetivo identificar gustos y preferencias para el diseño del Ecoparque de aventura ubicado en el cantón Riobamba, su honesta participación respondiendo al siguiente cuestionario nos ayudará a conocer de mejor manera sus intereses y necesidades.

1. Género: Masculino  Femenino

2. Edad \_\_\_\_\_

3. Procedencia/Ciudad \_\_\_\_\_

4. Ocupación \_\_\_\_\_  
Empleado del sector público  Estudiante   
Empleado del sector privado   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

5. ¿Cuándo realiza viajes porque razón lo hace?  
Viajes y aventura  Gastronomía   
Visita a familiares  Trabajo   
Turismo  Otra \_\_\_\_\_

6. Con quien realiza sus viajes (Seleccione 1)  
Solo  Compañeros asc/coleg/universidad   
Pareja  Compañeros de trabajo   
Familiares  Compañeros de tour   
Amigos  Amigos y familiares

7. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse antes de viajar?  
Radio  Prensa   
Televisión  Internet   
Revistas  Amigos o familiares   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

\*¿Si se informa a través de internet a qué hora suele conectarse con mayor frecuencia?  
¿por cuánto tiempo? \_\_\_\_\_ HORAS

\*¿Qué sitios web utiliza para realizar la búsqueda de información antes de viajar?  
Google  Twitter   
Mail  Facebook   
YouTube   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

\*¿Si se informa a través de Radio? ¿Qué emisora sintoniza con mayor frecuencia?  
Canela  La bruja   
Exa fm  Alegría   
Caracol  Los 40 principales   
Otras ¿cuáles? \_\_\_\_\_

8. Nivel de ingresos mensuales  
Menor a 275\$  276\$ - 359\$   
650\$ - 900\$  360\$ - 649\$   
Más de 900\$

9. ¿Ha realizado algún deporte de aventura?  
SI  NO   
\*Si responde SI: ¿Cada que tiempo?  
Semanal  Mensual  Trimestral  Semestral  Anua

10. ¿Estaría interesado en desarrollar dentro del Ecoparque actividades vinculadas a?  
Deportes de aventura   
Educación ambiental   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

**MUCHAS GRACIAS!!**

11. ¿Qué tipo de deportes de aventura le gustaría practicar en un Ecoparque de aventura? (Seleccione max3)  
Rapel  Paintball   
Canopy  Excursión   
Ciclismo  Parapente   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

12. ¿Qué actividades estaría dispuesto a realizar a más de las actividades de aventura?  
De integración grupal  De reforestación   
De apoyo y vinculación con la población local   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

13. ¿Qué tipo de instalaciones desearía se incorporen en el Ecoparque de aventura?  
Parqueadero  Juegos infantiles   
Zona de acampada   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

14. ¿Qué charlas/talleres sobre educación ambiental estaría interesado en recibir dentro del Ecoparque de aventura?  
Sobre excursión  Avistamiento de aves   
De reciclaje  De protección recursos naturales   
Talleres de huerto y plantación  De eficiencia energética   
Juegos ecológicos y audiovisuales   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

15. ¿Desearía que en el sitio se alquilen equipos para deportes de aventura?  
SI  NO

16. ¿Con que servicios le gustaría contar?  
Alimentación  Guianza   
Hospedaje  Transporte   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

\*¿Si desea el servicio de hospedaje, en cuál de estos lugares le interesaría hacerlo?  
Campamento  Cabañas   
Hospedaje rural  Albergues   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

\*¿Si desea el servicio de Alimentación, qué tipo de alimentación preferiría degustar en el sitio?  
Típica/tradicional  Vegetariana   
A la carta   
Otros ¿cuáles? \_\_\_\_\_

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por?  
\*Ingreso al Ecoparque de aventura  
De 1 a 2 dólares  De 5 a 7 dólares   
De 3 a 4 dólares  Mayor a 7 dólares   
\*Actividades de aventura  
De 8 a 10 dólares  De 14 a 16 dólares   
De 11 a 13 dólares  Mayor a 17 dólares   
\*Actividades de educación ambiental  
De 3 a 5 dólares  De 9 a 11 dólares   
De 6 a 8 dólares  Mayor a 12 dólares

18. ¿Por qué medio estaría dispuesto a realizar el pago?  
Dinero electrónico  Transferencia bancaria   
Efectivo  Tarjeta de crédito

A  
Ve

A  
Ve

## D. ANEXO 4

### Entrevista en la empresa.

**Este cuestionario muestra las preguntas que se aplicarán en la entrevista que se realizarán a las empresas con la finalidad de obtener información del panorama de las empresas del cantón Riobamba.**

1. La empresa está cumpliendo con los objetivos planteados? ¿por qué no?
2. ¿Cuál es la posición competitiva de la empresa en la prestación de sus servicios?
3. ¿Cómo se miden los resultados de la empresa?
4. ¿Cómo se mide la productividad del recurso humano en la empresa? ¿Cumple sus funciones correctamente?
5. ¿Cómo es el clima interno de la empresa y por qué es así?
6. ¿Cuántos empleados trabajan actualmente con la empresa?
7. Edad laboral promedio de la empresa \_\_\_\_\_
8. ¿Cuál es el área estratégica de la que depende el éxito a largo plazo de la empresa?
9. ¿Considera que posee el apoyo y colaboración de todos los que trabajan en la empresa?
10. ¿Realizan algún programa con la finalidad de realizar actividades de recreación con sus colaboradores? ¿Por qué no? ¿Con que frecuencia?
11. ¿Considera usted que es necesario fortalecer las relaciones personales entre sus colaboradores para ser una empresa con mayor competitividad?
12. ¿Realiza algún programa de fortalecimiento y conformación de un equipo de trabajo para sus colaboradores? ¿Por qué no? ¿Con que frecuencia?
13. ¿Estaría dispuesto a incluir entre su planificación un programa dirigido a sus colaboradores con la finalidad de consolidar un buen equipo de trabajo?



**Tabla 3-1.** Matriz de cuantificación impactos ambientales

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11				
A															
B															
C															
D															
E															
F															
TOTAL (+)															
TOTAL (-)															
TOTAL															

**Fuente:** Elaboración propia basado en revisión bibliográfica

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

G. ANEXO 7

1) Género

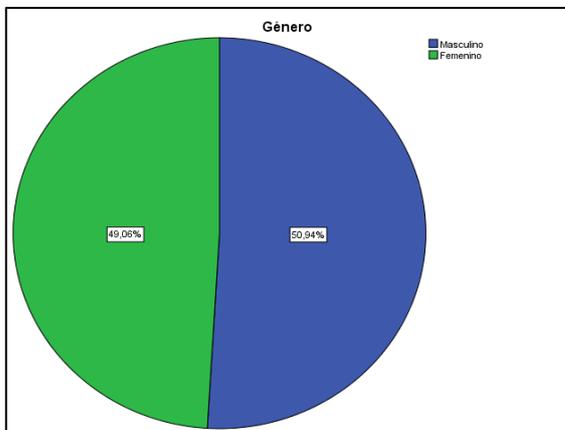


Figura 5-1. Distribución del género

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 51% de los turistas nacionales pertenecen al género masculino, mientras que el 49% pertenecen al género femenino, lo que indica que no existe mayor diferencia respecto a la cantidad de visitantes entre hombres y mujeres.

2) Edad

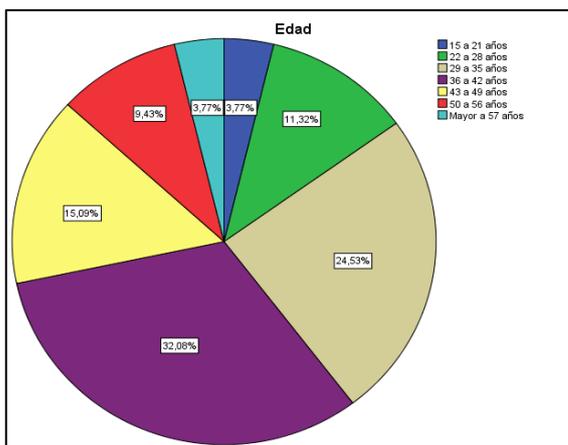


Figura 6-1. Distribución de la edad

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 32% de los turistas extranjeros pertenecen a la edad de 36 a 42 años; el

25% se encuentran entre la edad de 29 a 35 años; el 15% se encuentran entre la edad de 43 a 49 años, el 11% se encuentran entre la edad de 22 a 28 años, el 9% de 50 a 56 años, el 4% mayores a 57 años y el 4% de 15 a 21 años. Cuya edad promedio es de 28 años.

3) Procedencia

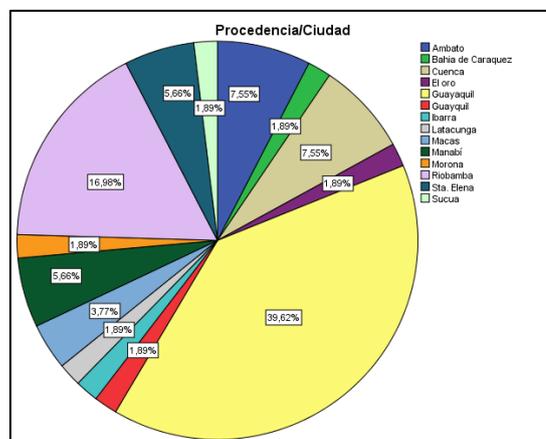


Figura 7-1. Distribución de procedencia

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

Los turistas nacionales procedentes de Guayaquil son quienes registran mayor número de visitantes con un 40%; de Riobamba en un 17%; Ambato con 8%; Cuenca con 8% de visitantes; Manabí 6%; Santa Elena 6%; Macas 4% y en 2% provenientes de Bahía de Caraquez, 2% de El oro, 2% de Ibarra, 2% de Latacunga, 2% de Morona y 2% de Sucua.

4) Motivo de viaje

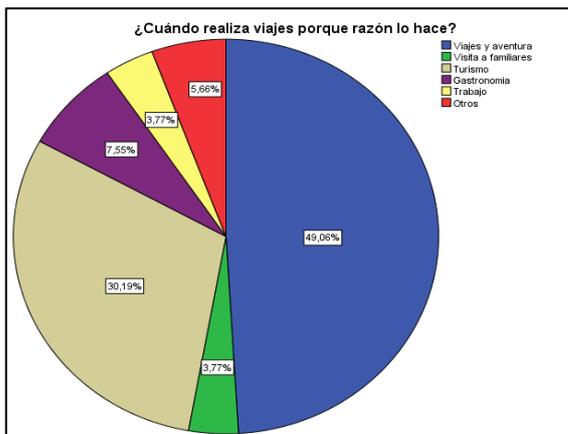


Figura 8-1. Distribución del motivo de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 50% de la población local realizan sus viajes motivados por viajes y aventura; el 30% lo hacen motivados por turismo; el 8% lo hacen por la gastronomía; el 6% viajan por otras motivaciones; el 4% lo hacen motivados por trabajo la y el 4% por visitar a sus familiares.

5) Acompañamiento de viaje

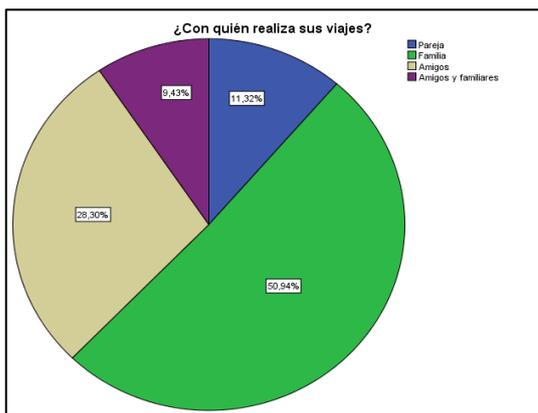


Figura 9-1. Distribución de acompañamiento de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 51% de los turistas nacionales prefieren realizar sus viajes acompañado de sus familiares; el 28% solo entre amigos; el

11% en pareja y el 9% entre amigos y familiares.

6) Medios para planificar viaje

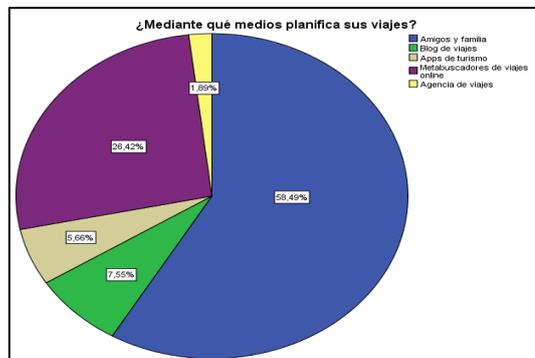


Figura 10-1. Distribución de acompañamiento de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 59% de los turistas nacionales se informa a través de familiares y amigos; el 26% a través de meta buscadores de viajes online; el 8% a través de blogs de viajes; el 6% a través de aplicaciones turísticas y el 2% a través de agencias de viaje.

7) Preferencia agencias de viaje

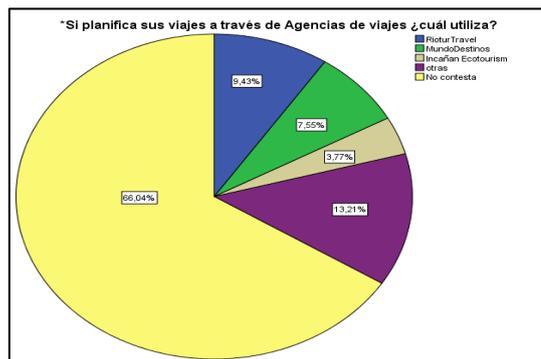
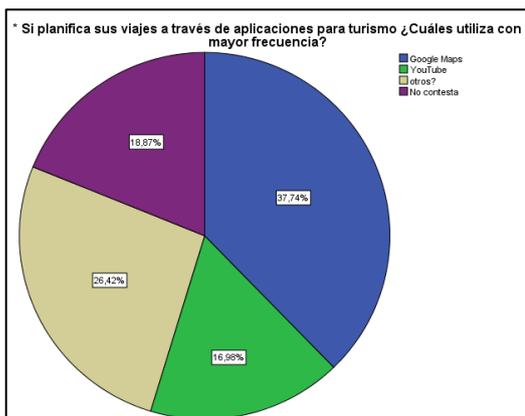


Figura 11-1. Distribución de preferencia agencias de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

Debido que los turistas nacionales que planifican sus viajes a través de agencias de viaje solo representan un

2%, esta pregunta tuvo un 66% de turistas que no contestaron; 13% prefieren otras agencias de viaje; 9% Riotour travel; 8% Mundo destinos y 4% Incañan Ecotourism.

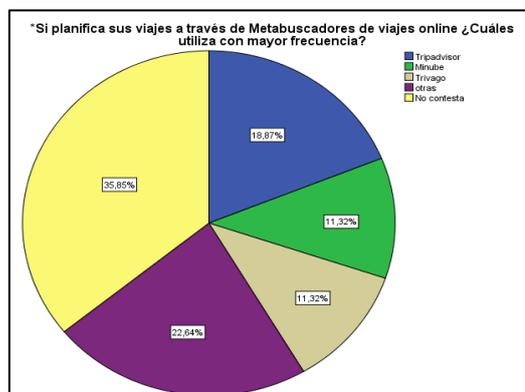
**8) Preferencia aplicaciones para viajes**



**Figura 12-1.** Distribución de preferencia aplicaciones para viajes  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 37% de los turistas recurren a google maps; el 26% a otras aplicaciones para planificar sus viajes; el 19% no contesta y el 17% recurren a Youtube. Entre las aplicaciones mencionadas por los turistas destacan Waze, SmartNavi, MapFactor y OsmAnd.

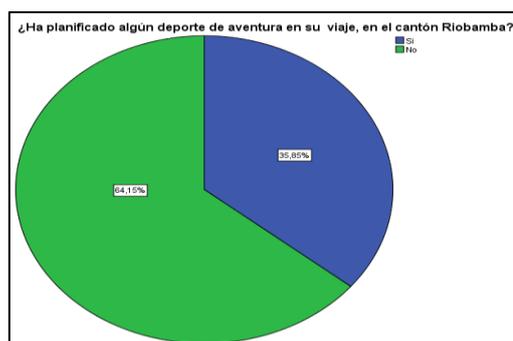
**9) Preferencia de meta buscadores de viaje online**



**Figura 13-1.** Distribución de preferencia de meta buscadores de viaje online  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 36% de los turistas nacionales no contestan; el 23% recurren a otras aplicaciones no mencionadas de las cuales destacan google; el 19% recurren a Tripadvisor como meta buscador de viajes online; el 11% recurren a Minube; y el 11% recurren a Trivago.

**10) Turistas que han planificado algún deporte de aventura en el cantón Riobamba**

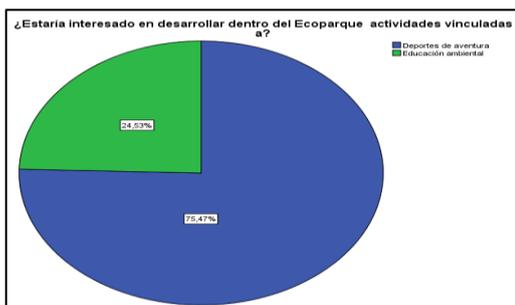


**Figura 14-1.** Distribución de turistas que han planificado algún deporte de aventura en el cantón Riobamba  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 64% de los turistas nacionales no planifican ningún deporte de aventura en su viaje al cantón Riobamba,

mientras que el 36% si lo hace, lo que nos indica que existe insuficiente oferta de actividades de aventura en el cantón.

### 11) Preferencia de actividades en el Ecoparque de aventura



**Figura 15-1.** Distribución de preferencia de actividades en el Ecoparque de aventura  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

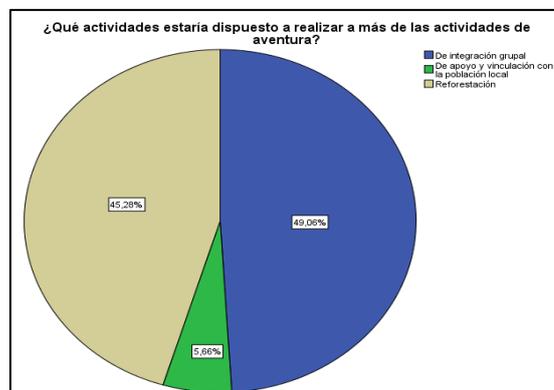
El 75% de los turistas están interesados en practicar actividades vinculadas a deportes de aventura; el 25% están interesados en realizar actividades de educación ambiental.

### 12) Deportes de aventura interesados en practicar



**Figura 16-1.** Distribución del tipo de deportes de aventura interesados en practicar  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi  
El 20% de los turistas nacionales están interesados en practicar parapente; el 19% canopy; el 19% paintball; el 15% excursión; el 15% ciclismo y el 11% rapel

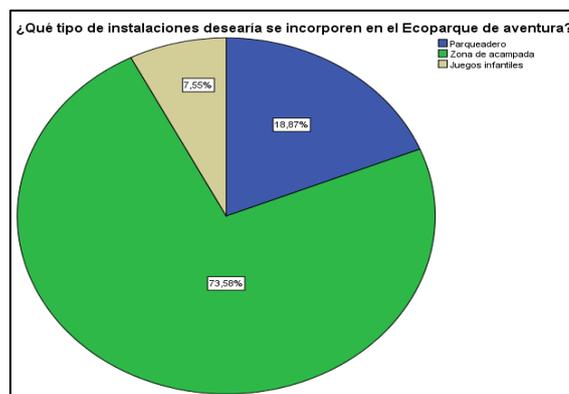
### 13) Preferencia de actividades adicionales



**Figura 17-1.** Distribución de preferencia de actividades adicionales  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 50% de los turistas están interesados en realizar actividades de integración grupal; el 45% está interesado en actividades de reforestación; y el 6% actividades de vinculación y apoyo a la población local

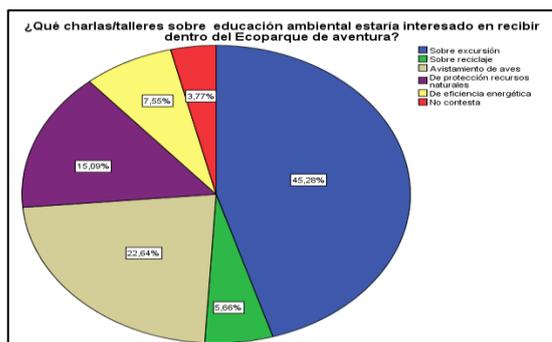
### 14) Preferencia del tipo de instalaciones



**Figura 18-1.** Distribución de la preferencia del tipo de instalaciones  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 74% de los turistas nacionales están interesados a que se incorpore una zona de acampada; el 19% parqueadero y el 8% se incorporen juegos infantiles.

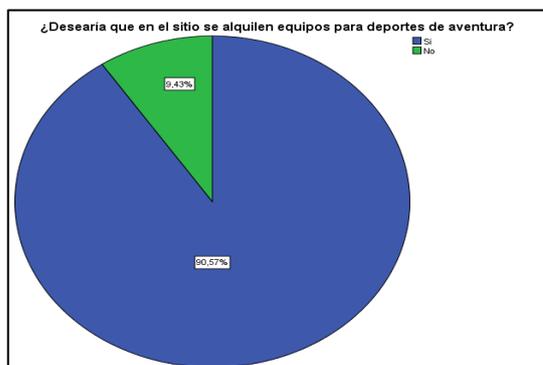
### 15) Preferencia de charlas/talleres de educación ambiental



**Figura 19-1.** Distribución de la preferencia de charlas/talleres de educación ambiental  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

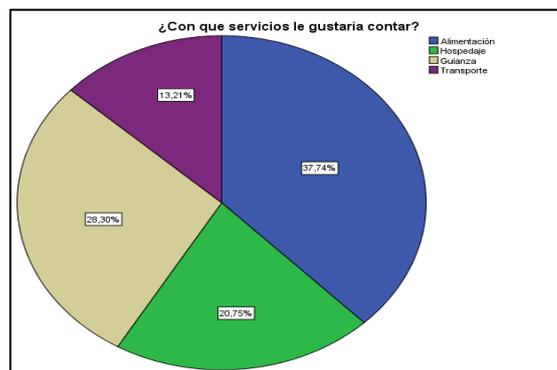
El 45% de los turistas nacionales están interesados en recibir charlas/talleres sobre excursión; el 22% sobre avistamiento de aves; el 15% de protección de recursos naturales; el 8% sobre eficiencia energética; el 6% sobre reciclaje y el 4% no contesta.

### 16) Interés por alquilar equipos para deportes de aventura



**Figura 20-1.** Distribución del interés por alquilar equipos para deportes de aventura  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi  
El 91% de los turistas nacionales están interesados en alquilar equipos para deportes de aventura, mientras que el 9% no está interesado en alquilar los equipos.

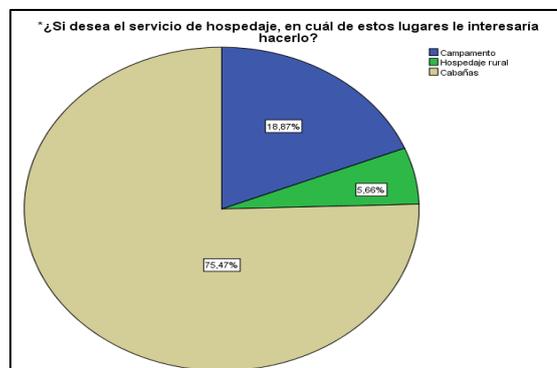
### 17) Preferencia por el tipo de servicio



**Figura 21-1.** Distribución de preferencia por el tipo de servicio  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 38% de los turistas nacionales les gustaría contar con el servicio de alimentación; el 28% guianza; el 21% hospedaje; y el 13% transporte.

### 18) Preferencia tipo de hospedaje



**Figura 22-1.** Distribución de preferencia tipo de hospedaje  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 75% de los turistas nacionales prefieren hospedarse en cabañas; el 19% en campamentos y el 7% prefieren el hospedaje rural.

19) Preferencia del tipo de comida

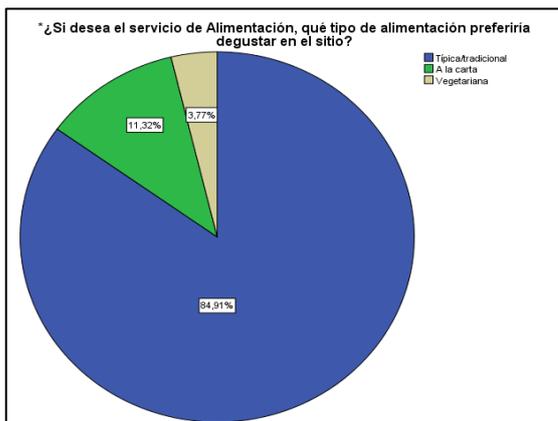


Figura 23-1. Distribución de preferencia del tipo de comida

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 84% de los turistas nacionales prefieren la comida típica-tradicional; el 11% platos a la carta y el 4% comida vegetariana

20) Preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque

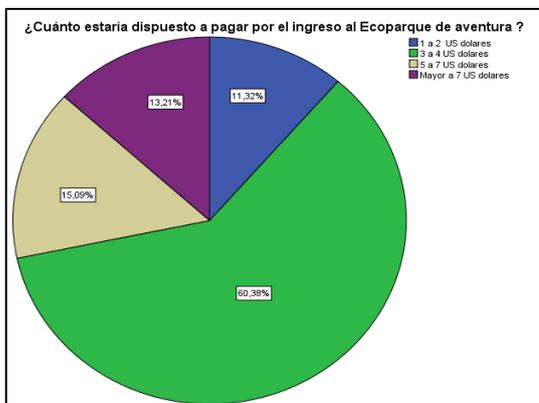


Figura 24-1. Distribución de preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 60% de los turistas nacionales prefieren pagar de 3 a 4 dólares por el ingreso al Ecoparque de aventura; el 15% de 5 a 7 dólares; el 13% mayor a 7 dólares y el 11% de 1 a 2 dólares.

21) Preferencia del valor por actividades de aventura



Figura 25-1. Distribución de preferencia del valor por actividades de aventura

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 77% de los turistas nacionales prefieren pagar de 8 a 10 dólares por las actividades de aventura; el 11% de 11 a 13 dólares; el 8% de 14 a 16 dólares y el otro 4% mayor a 17 dólares.

22) Preferencia del valor por actividades de educación ambiental

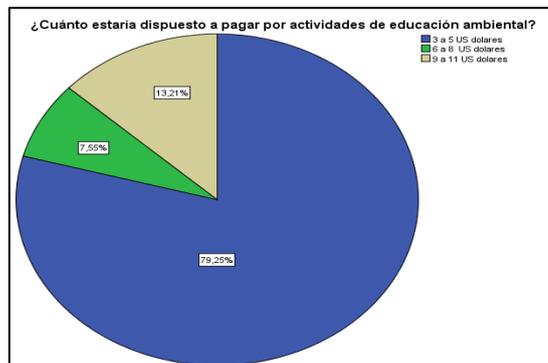
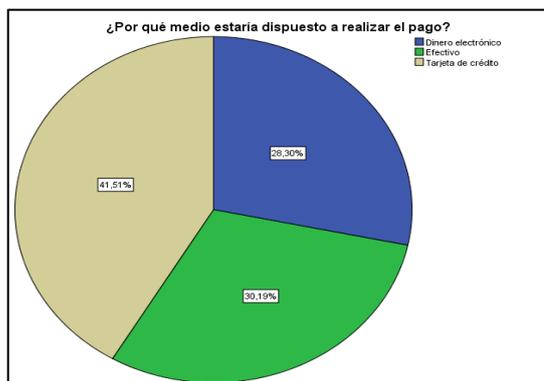


Figura 26-1. Distribución de preferencia del valor por actividades de educación ambiental

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 79% de los turistas nacionales están dispuestos a pagar de 3 a 5 dólares por las actividades de educación ambiental; el 13% de 9 a 11 dólares y el 8% de 6 a 8 dólares.

### 23) Preferencia por el medio de pago



**Figura 27-1.** Distribución de preferencia por el medio de pago

**Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 42% de los turistas nacionales prefieren pagar con tarjeta de crédito; el 30% en efectivo y el 4% mediante dinero electrónico.

H. ANEXO 8

1) Género

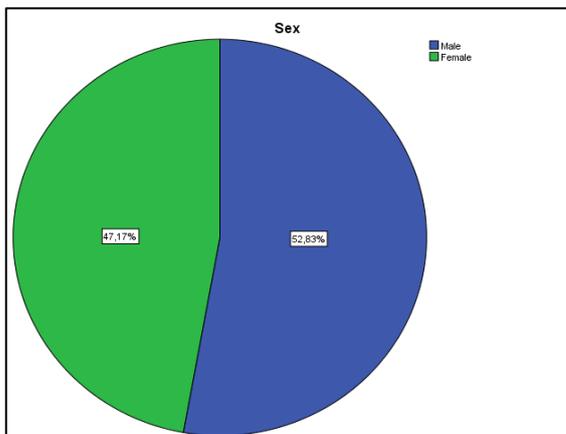


Figura 28-1. Distribución del género

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 53% de los turistas extranjeros pertenecen al género masculino, mientras que el 47% pertenecen al género femenino, lo que indica que no existe mayor diferencia respecto a la cantidad de visitantes entre hombres y mujeres.

2) Edad

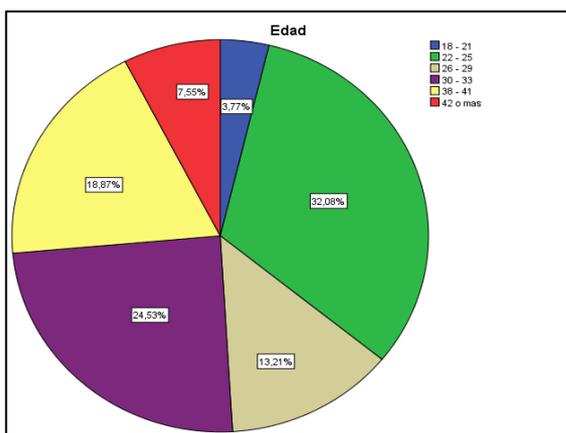


Figura 29-1. Distribución de la edad

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 32% de los turistas extranjeros pertenecen a la edad de 22 a 25 años; el

25% se encuentran entre la edad de 30 a 33 años; el 19% se encuentran entre la edad de 38 a 41 años, el 13% se encuentran entre la edad de 26 a 29 años, el 4% de 42 o mayores y el 4 de 18 a 21 años. Cuya edad promedio es de 28 años

3) Procedencia

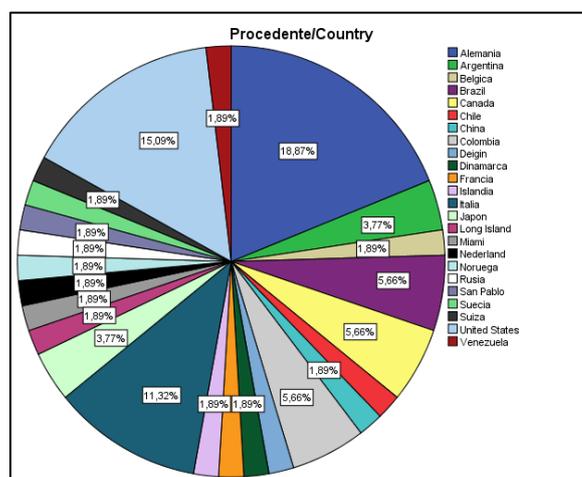


Figura 30-1. Distribución de procedencia

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

Los turistas extranjeros procedentes de Alemania son quienes registran mayor número de visitantes con un 19%; de Estados Unidos 15%; Italia con 11%; Canadá, Colombia y Brasil con 6% de visitantes cada uno; Argentina y Japón en un 4% cada uno; Belgica, Chile, China, Dinamarca, Francia, Islandia, Long Island, Miami, Nederland, Noruega, Rusia, San Pablo, Suecia, Suiza y Venezuela en 2% cada uno.

4) Motivo de viaje

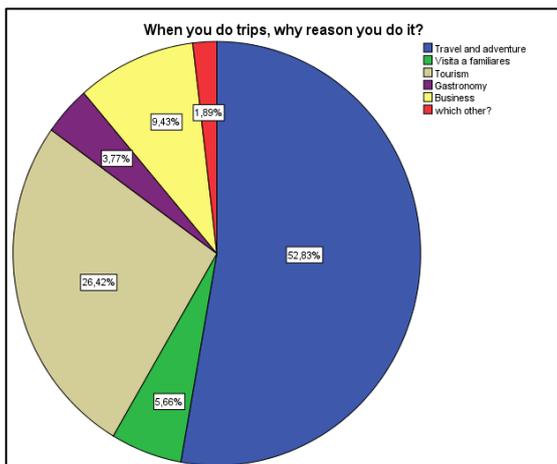


Figura 31-1. Distribución del motivo de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 53% de la población local realizan sus viajes motivados por viajes y aventura; el 26% lo hacen motivados por turismo; el 9% lo hacen por trabajo; el 6% por visitar a sus familiares; 4% lo hacen motivados por la gastronomía y en 2% viajan por otras motivaciones.

5) Acompañamiento de viaje

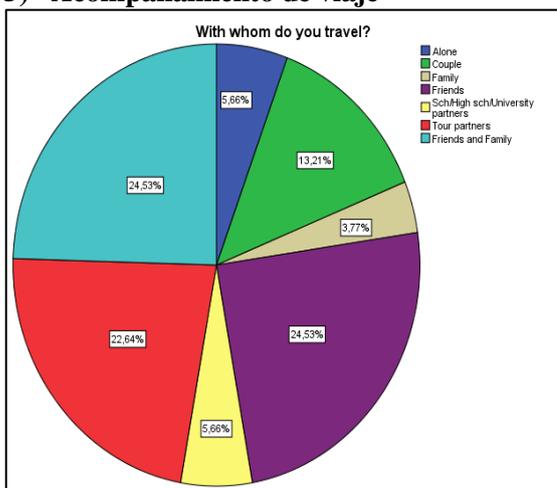


Figura 32-1. Distribución de acompañamiento de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 25% de los turistas extranjeros prefieren realizar sus viajes acompañado de sus amigos y familiares; el 25% solo entre amigos; el 23% con compañeros de tour; el 13% en pareja; el 6% solos; el 6% entre compañeros de escuela, colegio o universidad y el 4% en familia.

6) Medios de información

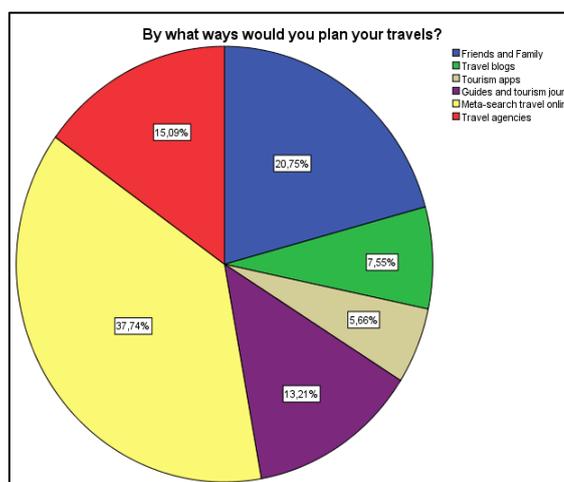
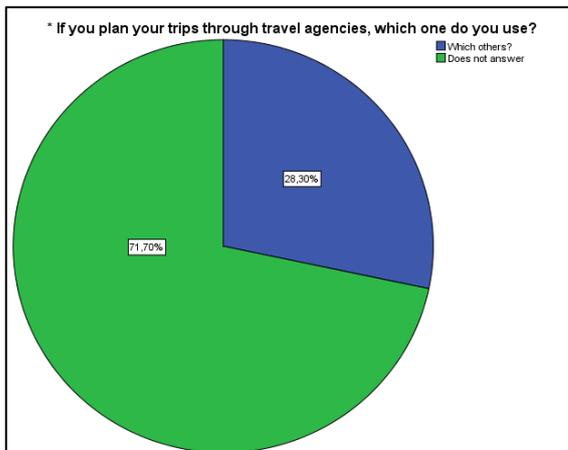


Figura 33-1. Distribución de medios de información Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 38% de los turistas extranjeros se informa a través de Meta buscadores de viajes online; el 21% a través de familiares o amigos; el 15% a través de agencias de viaje; el 13% a través de guías y revistas de turismo; el 8% a través de blogs de viajes y el 6% a través de aplicaciones turísticas.

**7) Preferencia agencias de viaje**

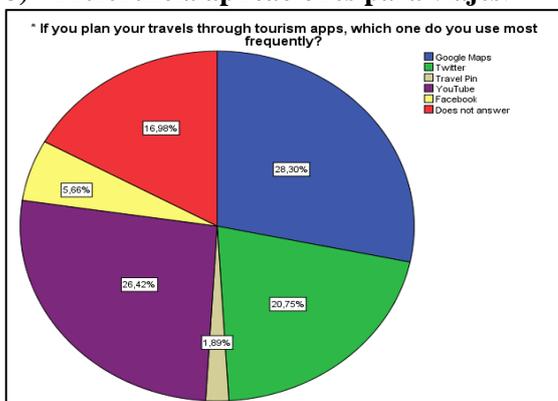


**Figura 34-1.** Distribución de preferencia agencias de viaje

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

Para estructurar esta pregunta se consideró agencias de viajes locales, lo cual no permitió precisar el nombre de la agencia de viaje más utilizadas por turistas extranjeros, sin embargo del 15% de turistas que prefieren agencias de viaje para planificar sus viajes optaron por mencionar en el campo “otros” el nombre de Sun+Snow, The Heap, True Ecuador en un 28%.

**8) Preferencia aplicaciones para viajes.**

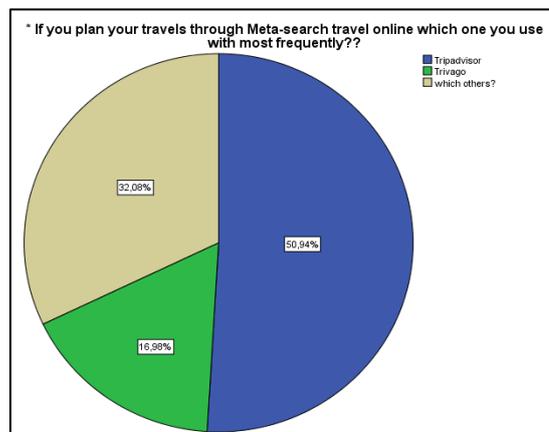


**Figura 35-1.** Distribución de preferencia aplicaciones para viajes

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 28% de los turistas recurren a google maps como principal aplicación para planificar su viaje; el 26% recurre a YouTube; el 20% recurre a twitter; el 17% no contesta; el 5% recurren a Facebook y el 1% recurre a Travel Pin.

**9) Preferencia de meta buscadores de viaje online.**

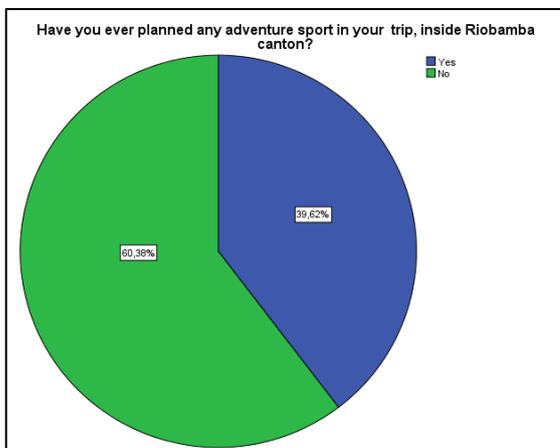


**Figura 36-1.** Distribución de preferencia de meta buscadores de viaje online

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 60% de los turistas extranjeros recurren a Tripadvisor como principal Meta buscador de viajes online; el 17% recurre a Trivago; y el 32% recurre a otros Meta buscadores como Lonely Planet y Booking.

**10) Turistas que han planificado algún deporte de aventura en el cantón Riobamba**

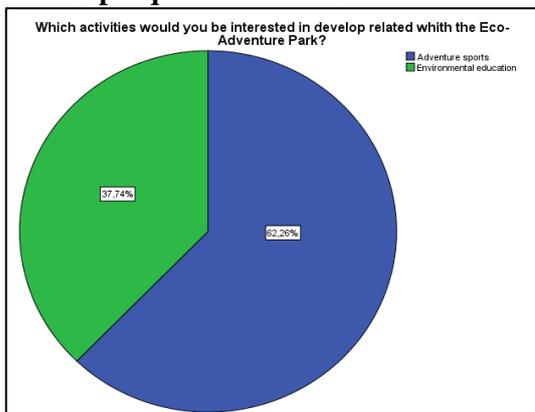


**Figura 37-1.** Distribución de turistas que han planificado algún deporte de aventura en el cantón Riobamba

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 60% de los turistas no planifican ningún deporte de aventura en su viaje al cantón Riobamba, mientras que el 40% si lo hace, lo que nos indica que existe insuficiente oferta de actividades de aventura en el cantón.

**11) Preferencia de actividades en el Ecomparque de aventura**

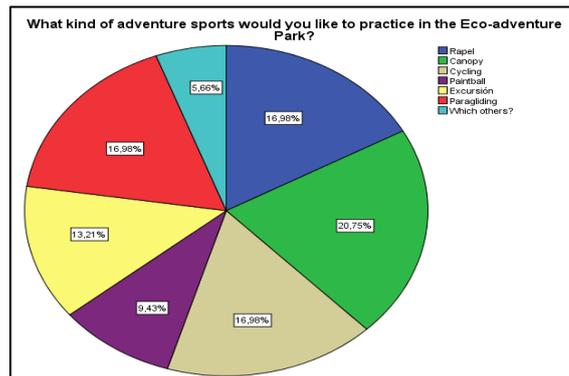


**Figura 38-1.** Distribución de preferencia de actividades en el Ecomparque de aventura

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 62% de los turistas están interesados en practicar actividades vinculadas a deportes de aventura; el 38% están interesados en realizar actividades de educación ambiental.

**12) Tipo de deportes de aventura interesados en practicar**

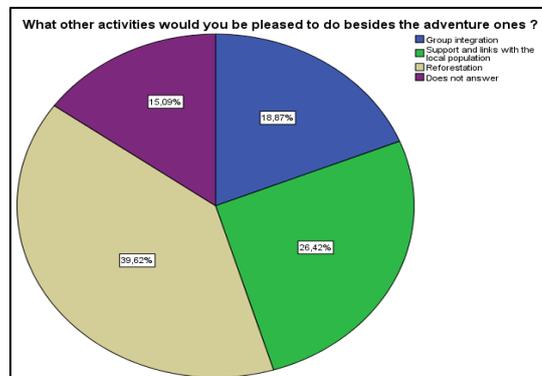


**Figura 39-1.** Distribución del tipo de deportes de aventura interesados en practicar

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 21% de los turistas extranjeros están interesados en practicar canopy; el 17% rapel; el 17% ciclismo; el 17% parapente; el 13% excursión; el 9% paintball y el 6% otros deportes de aventura.

**13) Preferencia de actividades adicionales**

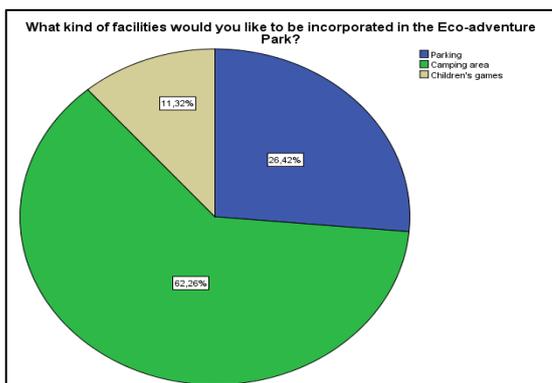


**Figura 40-1.** Distribución de preferencia de actividades adicionales

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 40% de los turistas están interesados en realizar actividades de reforestación; el 26% está interesado en actividades de vinculación y apoyo a la población local; el 19% en actividades de integración grupal y el 15% no contesta.

**14) Preferencia del tipo de instalaciones**

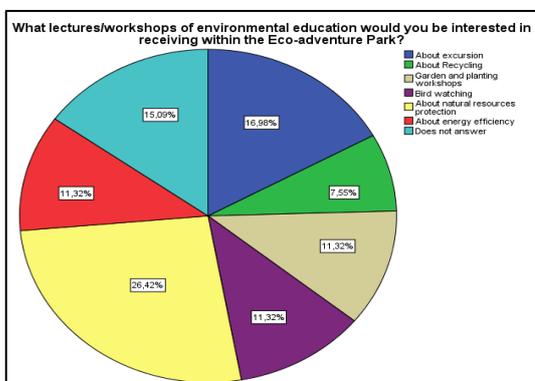


**Figura 41-1.** Distribución de la preferencia del tipo de instalaciones

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 62% de los turistas extranjeros están interesados a que se incorpore una zona de acampada; el 26% parqueadero y el 11% se incorporen juegos infantiles.

**15) Preferencia de charlas/talleres de educación ambiental**

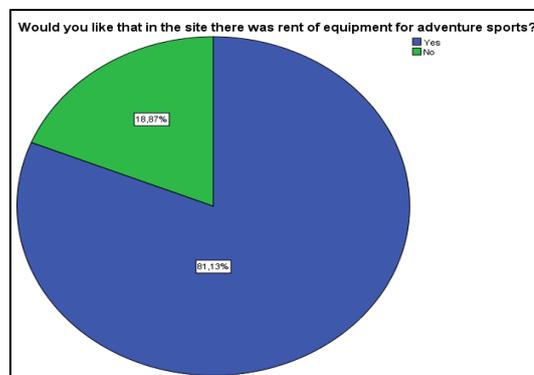


**Figura 42-1.** Distribución de la preferencia de charlas/talleres de educación ambiental

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 26% de los turistas extranjeros están interesados en recibir charlas/talleres de protección de recursos naturales; el 17% sobre excursión; el 15% no contesta; el 11% sobre eficiencia energética; el 11% talleres de huerto y plantación; el 11% sobre avistamiento de aves y el 8% sobre reciclaje.

**16) Interés por alquilar equipos para deportes de aventura**

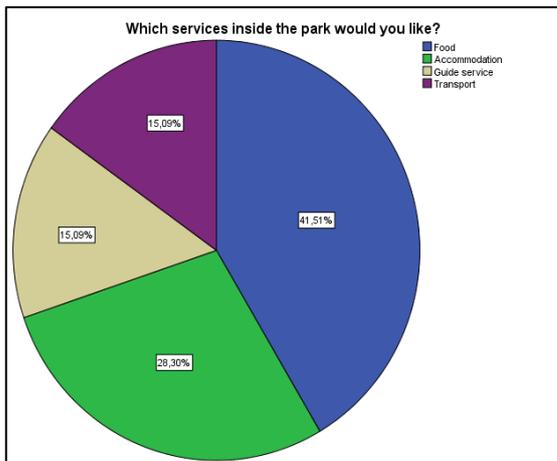


**Figura 43-1.** Distribución del interés por alquilar equipos para deportes de aventura

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 81% de los turistas extranjeros están interesados en alquilar equipos para deportes de aventura, mientras que el 19% no está interesado en alquilar los equipos.

**17) Preferencia por el tipo de servicio**

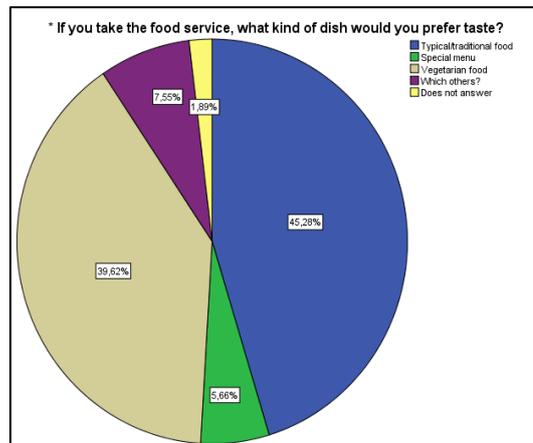


**Figura 44-1.** Distribución de preferencia por el tipo de servicio

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 42% de los turistas extranjeros les gustaría contar con el servicio de alimentación; el 28% hospedaje; el 15% guianza y el 15% transporte.

**19) Preferencia del tipo de comida**

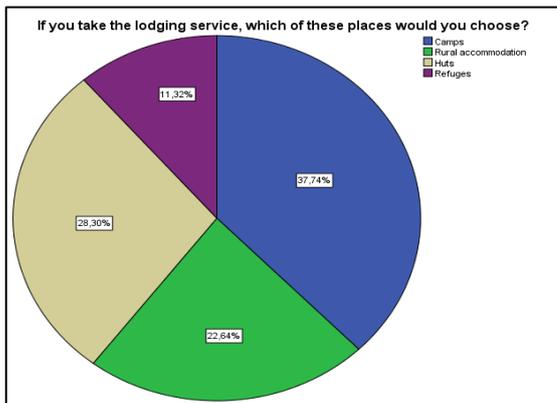


**Figura 46-1.** Distribución de preferencia del tipo de comida

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 45% de los turistas extranjeros prefieren la comida típica-tradicional; el 40% comida vegetariana; el 8% otros; el 6% platos a la carta y el 2% no contesta.

**18) Preferencia tipo de hospedaje**

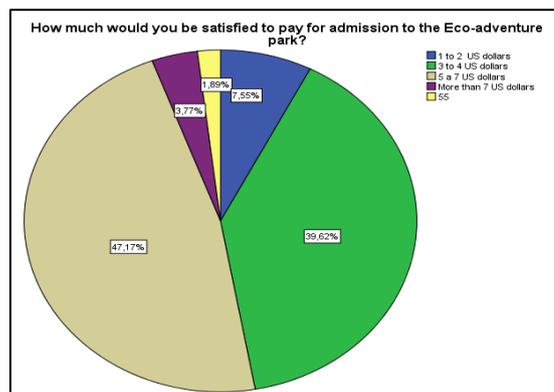


**Figura 45-1.** Distribución de preferencia tipo de hospedaje

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 38% de los turistas extranjeros prefieren hospedarse en campamentos; el 29% en cabañas; el 23% en hospedaje rural y el 11% en albergues.

**20) Preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque**

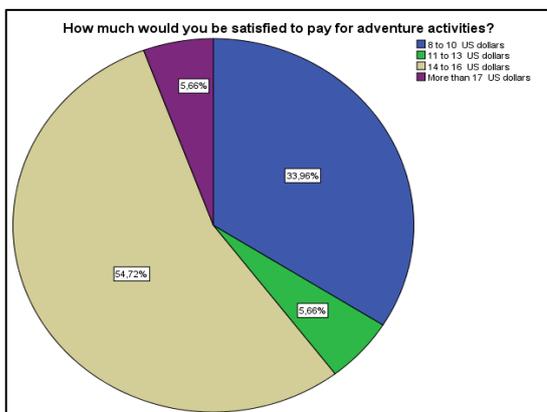


**Figura 47-1.** Distribución de preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 48% de los turistas extranjeros prefieren pagar de 5 a 7 dólares por el ingreso al Ecoparque de aventura; el 40% de 3 a 4 dólares; el 9% de 1 a 2 dólares y el 4 mayor a 7 dólares

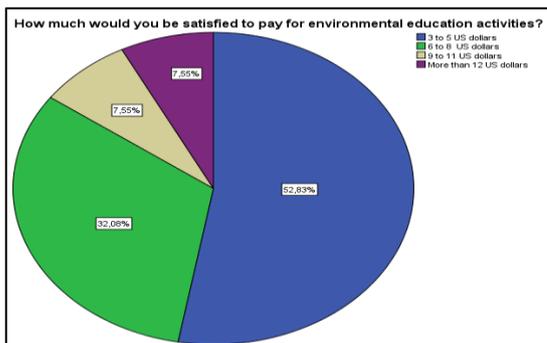
**21) Preferencia del valor por actividades de aventura**



**Figura 48-1.** Distribución de preferencia del valor por actividades de aventura  
**Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 55% de los turistas extranjeros prefieren pagar de 14 a 16 dólares por las actividades de aventura; el 34% de 8 a 10 dólares; el 6% de 11 a 13 dólares y el otro 6% mayor a 17 dólares.

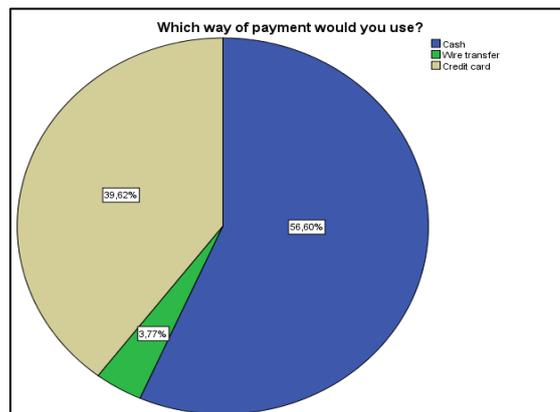
**22) Preferencia del valor por actividades de educación ambiental**



**Figura 49-1.** Distribución de preferencia del valor por actividades de educación ambiental  
**Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 53% de los turistas extranjeros están dispuestos a pagar de 3 a 5 dólares por las actividades de educación ambiental; el 32% de 6 a 8 dólares; el 8% de 9 a 11 dólares y el 8% mayor a 12 dólares.

**23) Preferencia por el medio de pago**

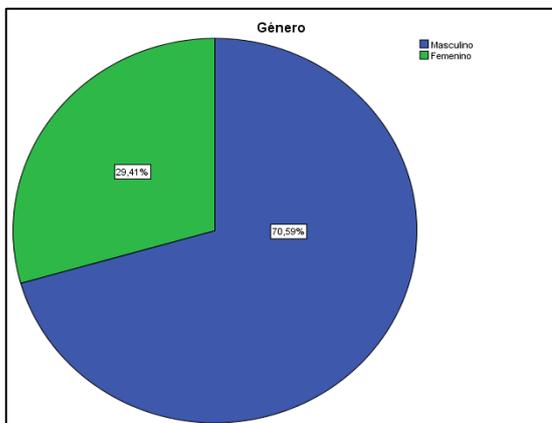


**Figura 50-1.** Distribución de preferencia por el medio de pago  
**Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 57% de los turistas extranjeros prefieren pagar en efectivo; el 40% con tarjeta de crédito y el 4% mediante transferencia bancaria.

**I. ANEXO 9**

**1) Género**

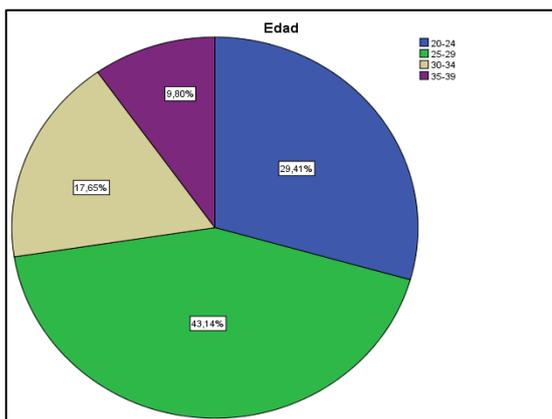


**Figura 51-1.** Distribución del género

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 71% de la población local pertenecen al género masculino, mientras que el 29% pertenecen al género femenino, lo que indica que las personas con mayor capacidad de gasto para el producto serán hombres.

**2) Edad**



**Figura 52-1.** Distribución de la edad

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

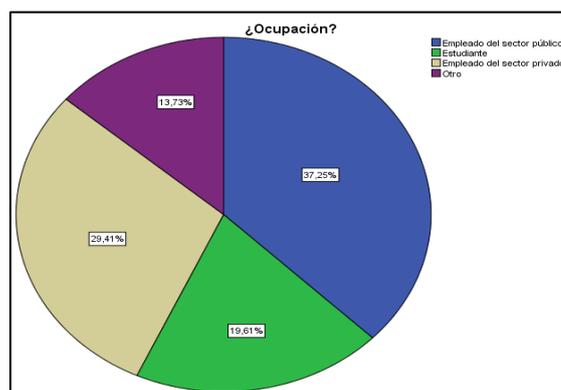
El 43% de la población local pertenecen a la edad de 25 a 29 años; el 29% se encuentran entre la edad de 20 a 24 años; el 18% se encuentran entre la edad de 30 a 34

años y el 10% se encuentran entre la edad de 35 a 39 años. Cuya edad promedio es de 27 años

**3) Procedencia**

Para garantizar la confiabilidad de la información se descartaron en la tabulación, las encuestas que no registren como lugar de procedencia el cantón Riobamba.

**4) Ocupación**



**Figura 53-1.** Distribución de la ocupación

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 37% de la población local encuestada son empleados del sector público; el 29% son empleados del sector privado; el 20% son estudiantes y el 14% tiene otra ocupación.

5) Motivo de viaje

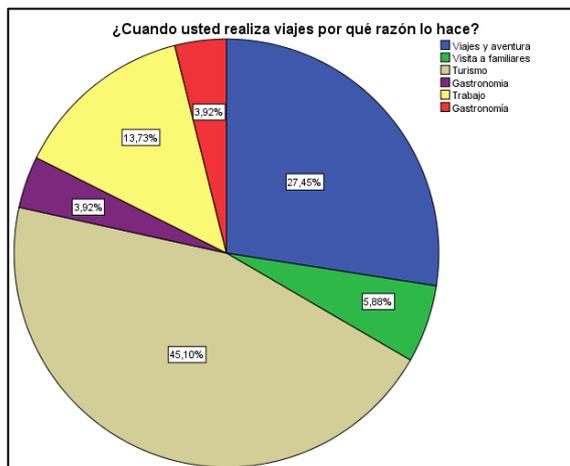


Figura 54-1. Distribución del motivo de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 45% de la población local realizan sus viajes motivados por hacer turismo; el 27% lo hacen motivados por viajes y aventura; el 14% lo hacen por trabajo; el 6% por visitar a sus familiares; 4% motivados por la gastronomía y el 4% por otros motivos.

6) Acompañamiento de viaje



Figura 55-1. Distribución de acompañamiento de viaje Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 31% de la población local prefiere realizar sus viajes acompañado de sus familiares; el 22% en pareja; el 14% con amigos y familiares; el 14% entre amigos; el 8% solos; el 8% entre compañeros de

escuela, colegio o universidad y el 4% entre compañeros de trabajo.

7) Medios de información de la población local

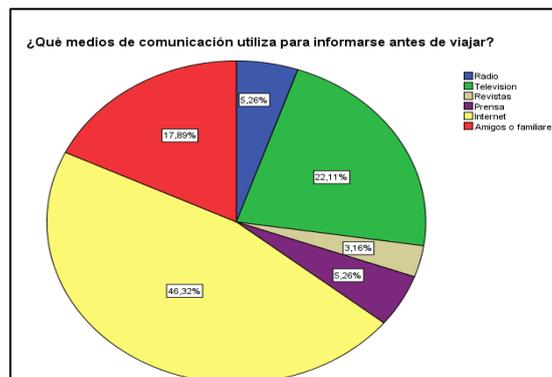


Figura 56-1. Distribución de medios de información Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 46% de la población local se informa a través del internet; el 22% a través de la televisión; el 18% a través de familiares o amigos; el 5% a través de la prensa y radio y el 3% a través de revistas.

8) Tiempo destinado a informarse a través de internet

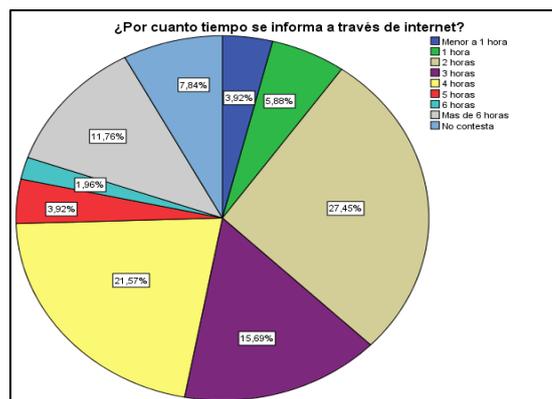
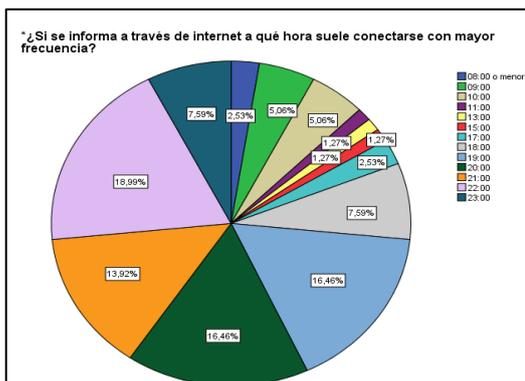


Figura 57-1. Distribución del tiempo destinado a informarse a través de internet Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 27% de la población local destina 2 horas de conexión a internet; el 22% destina 4 horas; el 16% destina 3 horas; el 12%

destina más de 6 horas; el 8% no contesta; el 6% destina 1 hora; el 4% destinan un tiempo menor a 1 hora, el 4% 5 horas y el 2% destinan 6 horas de conexión a internet

**9) Hora de conexión a internet**

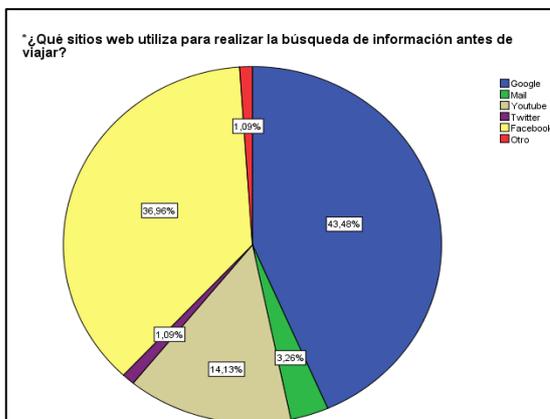


**Figura 58-1.** Distribución de la hora de conexión a internet

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 19% de la población local se conecta a las 22:00; el 17% a las 19:00 y 20:00; el 14% a las 21:00; el 8% a las 18:00 y 23:00; el 5% a la 09:00 y 10:00; el 3% a las 17:00 y 08:00 o menor; el 1% a las 11:00, 13:00 y 15:00.

**10) Preferencia sitios web utilizados para planificar el viaje**

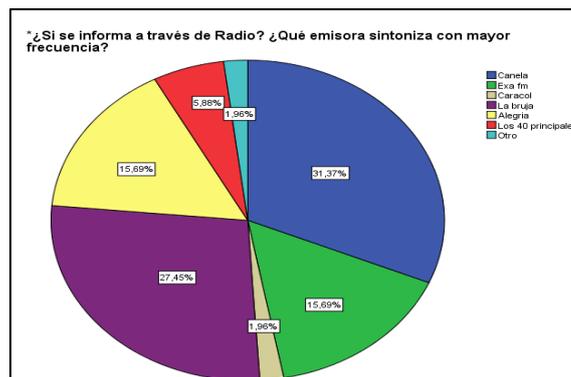


**Figura 59-1.** Distribución de preferencia sitios web utilizados para planificar el viaje

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 44% de la población local recurre a google como principal sitio web antes de realizar su viaje; el 37% recurre a Facebook; el 14% recurre a YouTube; el 3% recurre a su mail y el 1% recurren a Twitter y el 3% recurre a otros sitios web.

**11) Preferencia de emizora de radio**

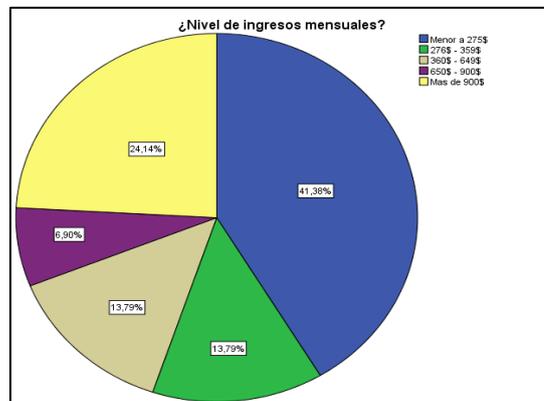


**Figura 60-1.** Distribución de preferencia emizora de radio

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 31% de la población local sintoniza radio Canela; el 28% sintoniza la bruja; el 16% sintoniza radio alegría; el 16% sintoniza Exa FM; el 6% sintoniza los 40 principales; el 2% sintoniza radio caracol y el 2% otras emisoras

**12) Ingresos mensuales**

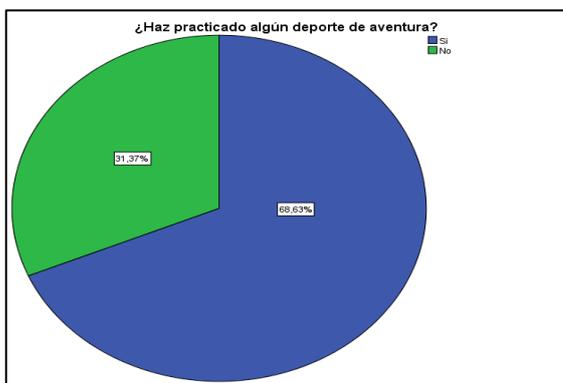


**Figura 61-1.** Distribución de los ingresos mensuales

Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 41% de la población local tienen ingresos mensuales menores a 275 dólares; el 24% tienen ingresos mayores a 900 dólares; el 14% ingresos entre 276–358 dólares; el 14% ingresos entre 360-649 dólares y el 7% ingresos entre 650-900 dólares.

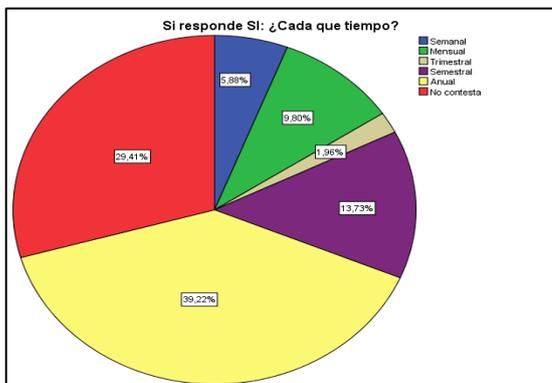
**13) Población que ha practicado algún deporte de aventura**



**Figura 62-1.** Distribución de la población que ha practicado algún deporte de aventura  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 69% de la población local si ha practicado algún deporte de aventura, mientras que el 31% no ha practicado ningún deporte de aventura

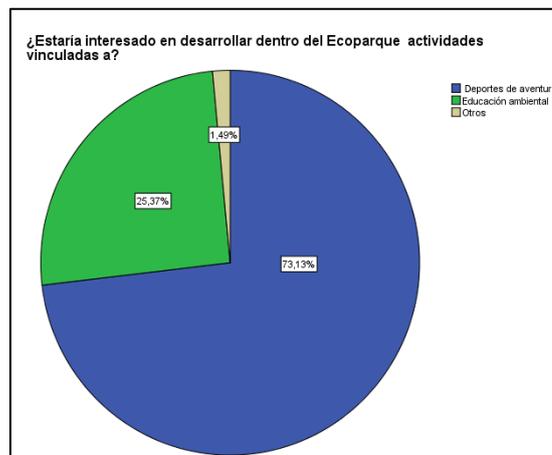
**14) Periodicidad con la que practican algún deporte de aventura**



**Figura 63-1.** Distribución periodicidad con la que practican algún deporte de aventura  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 39% de la población local practica deportes de aventura anualmente; el 23% no contesta; el 14% lo practica semestralmente; el 10% lo practica mensualmente; el 6% semanalmente y el 2% trimestralmente.

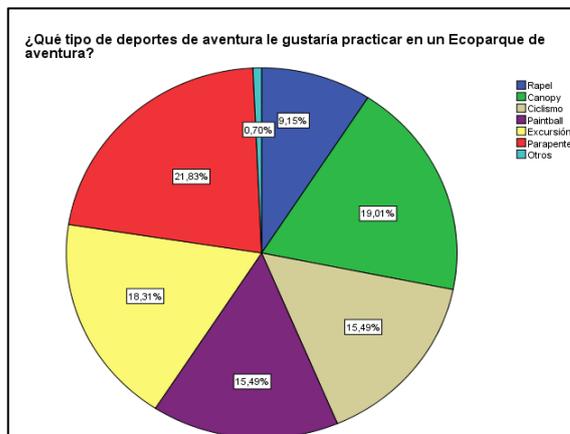
**15) Preferencia de actividades en el Ecoparque de aventura**



**Figura 64-1.** Distribución de la preferencia de actividades en el Ecoparque de aventura  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 73% de la población local está interesada en practicar actividades vinculadas a deportes de aventura; el 25% está interesado en realizar actividades de educación ambiental y el 2% quiere realizar otras actividades.

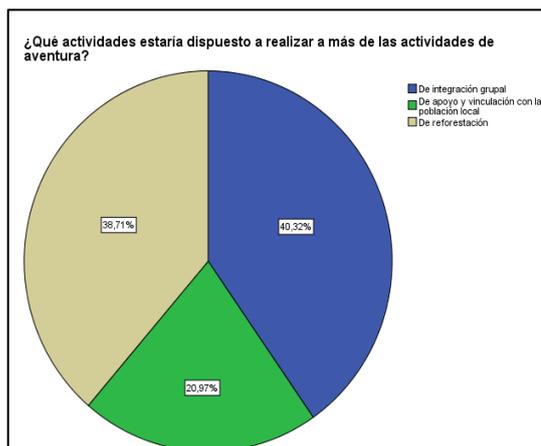
### 16) Tipo de deportes de aventura interesados en practicar



**Figura 65-1.** Distribución del tipo de deportes de aventura interesados en practicar **Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 22% de la población local está interesada en practicar parapente; el 19% canopy; el 18% excursión; el 16% paintball; el 16% ciclismo; el 9% rapel y el 0,7% otros deportes de aventura.

### 17) Preferencia de actividades adicionales

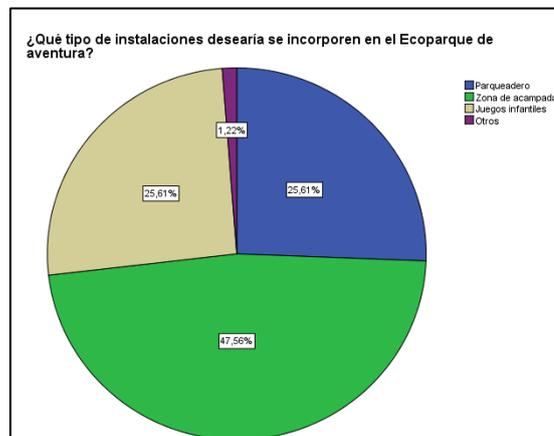


**Figura 66-1.** Distribución de preferencia de actividades adicionales **Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 40% de la población está interesada en realizar actividades de integración grupal; el 39% en actividades de reforestación y el

21% están interesados en actividades de vinculación y apoyo a la población local.

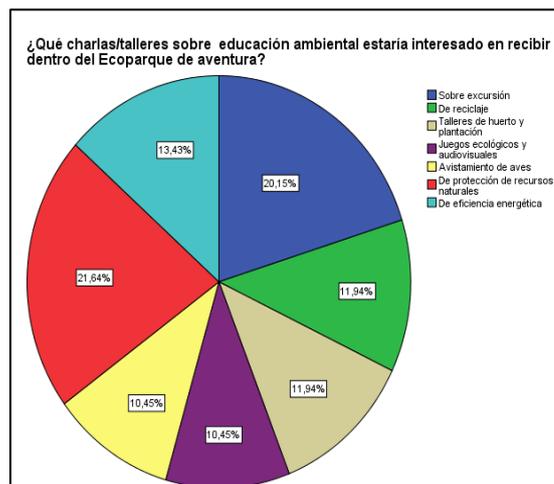
### 18) Preferencia del tipo de instalaciones



**Figura 67-1.** Distribución de la preferencia del tipo de instalaciones **Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 48% de la población local está interesado a que se incorpore una zona de acampada; el 26% parqueadero; el 26% se incorporen juegos infantiles y el 1% otras instalaciones

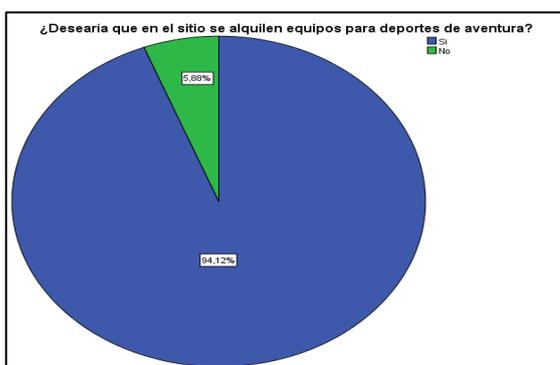
### 19) Preferencia de charlas/talleres de educación ambiental



**Figura 68-1.** Distribución de la preferencia de charlas/talleres de educación ambiental **Fuente:** Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 22% de la población local está interesada en recibir charlas/talleres de protección de recursos naturales; el 20% sobre excursión; el 13% de eficiencia energética; el 12% de reciclaje; el 12% talleres de huerto y plantación y el 11% desearía juegos ecológicos y audiovisuales.

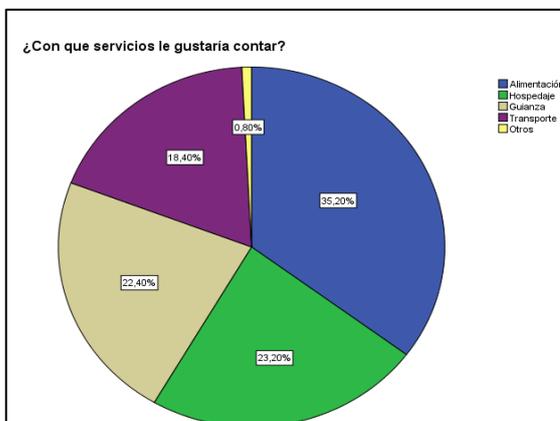
**20) Interés por alquilar equipos para deportes de aventura**



**Figura 69-1.** Distribución del interés por alquilar equipos para deportes de aventura  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 94% de la población local está interesada en alquilar equipos para deportes de aventura, mientras que el 6% no está interesado en alquilar los equipos

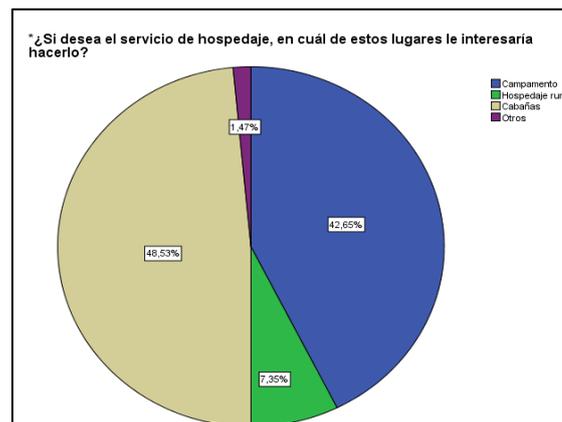
**21) Preferencia por el tipo de servicio**



**Figura 70-1.** Distribución de preferencia por el tipo de servicio  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 35% de la población local le gustaría contar con el servicio de alimentación; el 23% hospedaje; el 22% guianza; el 18% transporte y el 0,8% otros servicios

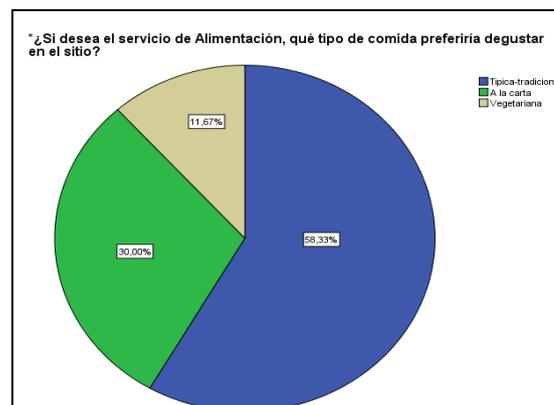
**22) Preferencia del tipo de hospedaje**



**Figura 71-1.** Distribución de preferencia tipo de hospedaje  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 49% de la población local prefieren hospedarse en cabañas; el 43% en un campamento; el 7% en hospedaje rural y el 2% otros.

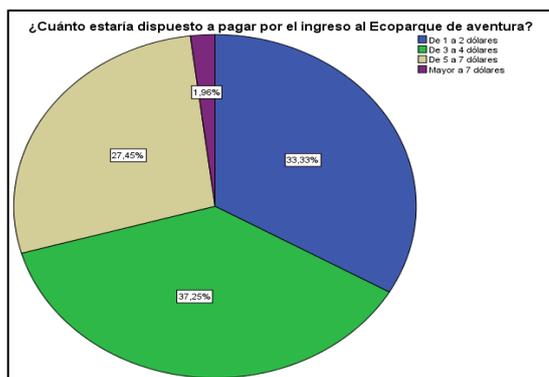
**23) Preferencia del tipo de comida**



**Figura 72-1.** Distribución de preferencia del tipo de comida  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 58% de la población local prefiere la comida típica-tradicional; el 30% platos a la carta y el 12% comida vegetariana.

**24) Preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque**



**Figura 73-1.** Distribución de preferencia del valor por el ingreso al Ecoparque  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 37% de la población local prefiere pagar de 3 a 4 dólares por el ingreso al Ecoparque de aventura; el 33% de 1 a 2 dólares; el 28% de 5 a 7 dólares y el 2 mayor a 7 dólares

**25) Preferencia del valor por actividades de aventura**

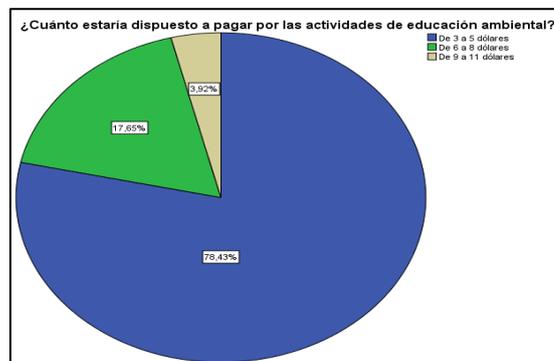


**Figura 74-1.** Distribución de preferencia del valor por actividades de aventura  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 55% de la población local prefiere pagar de 8 a 10 dólares por las actividades de

aventura; el 26% de 14 a 16 dólares y el 20% de 11 a 13 dólares.

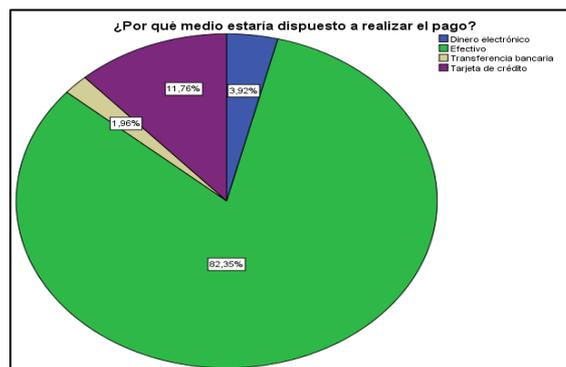
**26) Preferencia del valor por actividades de educación ambiental**



**Figura 75-1.** Distribución de preferencia del valor por actividades de educación ambiental  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 78% de la población local está dispuesto a pagar de 3 a 5 dólares por las actividades de educación ambiental; el 18% de 6 a 8 dólares y el 4% de 9 a 11 dólares

**27) Preferencia por el medio de pago**



**Figura 76-1.** Distribución de preferencia por el medio de pago  
Fuente: Elaborado por Franklin Londo Guapi

El 82% de la población local prefiere pagar en efectivo; el 12% con tarjeta de crédito; el 4% mediante dinero electrónico y el 2% mediante transferencia bancaria.

## J. ANEXO 10

Tabla 5-1. Establecimientos de alojamiento registrados en el cantón Riobamba

ACTIVIDAD TURISTICA	SUBACTIVIDAD TURISTICA	CATEGORIA	NOMBRE	PROPIETARIO	TELEFONO	MAIL	DIRECCION	MESAS	PLAZAS MESA S	CAMAS	PLAZAS CAMA S	HABITACIONES
ALOJAMIENTO	HOTEL	LUJO	SAN PEDRO DE RIOBAMBA	LARREA MEJIA LUIS ENRIQUE	032940586	sanpedroderiobambahotel@hotmail.com	AV. DANIEL LEÓN BORJA 29-50 Y JUAN MONTALVO	6	24	30	31	12
ALOJAMIENTO	HOTEL	PRIMERA	CHIMBORAZO INTERNACIONAL	CHIMBORAZO INTERNACIONAL C.A.	2963475	hotelchimborazo@andinanet.net	LOS NOGALES Y ARGENTINOS	25	100	106	106	32
ALOJAMIENTO	HOTEL	PRIMERA	MARQUEZ DEL RIO EL	MARQUÉZ CIA.LTDA.	032601642	marquezderiotel@hotmail.com	AV. LIZARZABURU S/N Y COANGOS KM 1 1/2 VIA A QUITO	40	160	56	89	30
ALOJAMIENTO	HOTEL	PRIMERA	MOLINO EL	DI DONATO YEROVI HECTOR	032944962	elmolinohotelrio@yahoo.com	DUCHICELA 42-13 Y AV. UNIDAD NACIONAL	30	120	40	80	40
ALOJAMIENTO	HOTEL	PRIMERA	CISNE EL	CHAVARREA M. JENNY ALICIA	2941980	hotelelcisne@hotmail.com	AV. DANIEL LEON BORJA Y DUCHICELA	16	64	107	141	47
ALOJAMIENTO	HOTEL	PRIMERA	SPA CASA REAL	PUMAGUALL E JACOME FANNY YOLANDA	032364112	info@hotelpacareal.com	SECTOR LAS ABRAS KM 1 1/2 VIA GUANO	30	120	43	50	30
ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	MANABI	VIZUETE CANDO LUIS CLEMENTE	2967305	hmanabi@hotmail.com	COLÓN 19-58 Y OLMEDO	15	60	50	60	30
ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	RIOBAMBA INN	VINUEZA GODOY MARIANA DE JESUS	2961696	info@hotelriobambainn.com	CARABOBO 23-20 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	9	36	54	68	34
ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	ZEUS	EMPRESA HOTELERA ARGUELLO	032968036	patriciocostales@hotmail.com	AV. DANIEL LEÓN BORJA 41-29 Y DUCHICELA	12	48	110	120	60

				ALTAMIRAN O COSTALES C.A.										
ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	ÑUCA HUASI	ERAZO FUERTES CESAR ROBERTO	2966669			10 DE AGOSTO 28- 24 Y MAGDALENA DAVALOS	6	24	64	64	30	
ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	REY DE LOS ANDES	BUENAÑO GUILCAPI WASHINGTON	0326046 38	hotelreydelosandes@hotmail.com		AV. LIZARZABURU NO 6 Y CAMILO EGAS	13	52	63	76	30	
ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	REAL MADRID	MADRID SALAZAR NELLY VIOLETA	2967521	efrens52010@hotmail.com		VELOZ 39-42 Y AV. CARLOS ZAMBRANO	4	16	47	53	31	
ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	GLAMOUR	ARGUELLO ALTAMIRAN O CESAR	0329444 06	hotelglamour.ec@hotmail.com		PRIMERA CONSTITUYENTE 37- 85 Y AV. CARLOS ZAMBRANO	8	32	60	60	30	
ALOJAMIENTO	HOTEL	CUARTA	ROYALTY	CABEZAS PULGAR MARCIA ELENA	2602458	elena_cabezas@hotmail.com		AV. LIZARZABURU Y SAINT AMOND M.	17	68	40	66	30	
ALOJAMIENTO	HOTEL APARTAMENTO	TERCERA	APART HOTEL HUMBOLT	DARQUEA LARREA GIOCONDA	0323063 19	todobiengiodar@hotmail.com		AV. LA PRENSA 11 Y AGUSTIN DAVALOS	6	24	18	18	6	
ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	LIBERTADOR EL	SANCHEZ CAJO MARIA MANUELA	2947393	reservaciones@hotelellibertador.com; kattyalexita@		AV. DANIEL LEON BORJA 29-22 Y CARABOBO	9	36	74	77	37	
ALOJAMIENTO	HOSTAL	PRIMERA	MASHANY	AQUAYO ROJAS OSCAR FRANCISCO	2942914	oscaraguayor@hotmail.com		VELOZ 4173Y DIEGO DONOSO	20	80	23	29	14	
ALOJAMIENTO	HOSTAL	PRIMERA	MONTECARLO	HERRERA CISNEROS CESAR FERNANDO	2960557	montecarlorigobamba@andinanet.net		10 DE AGOSTO 25- 41 ENTRE GARCÍA MORENO Y ESPAÑA	15	60	34	34	19	
ALOJAMIENTO	HOSTAL	PRIMERA	MANSION	BEN COX	0329629	info@mansionsantaisabella.com		VELOZ 28-48 Y	6	24	27	27	12	

TO			SANTA ISABELLA		47		MAGDALENA DAVALOS						
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	PRIMERA	DIANA MARIA	BARRAGAN LOPEZ NORMA	0326073 27	cristian090785@hotmail.com	LINEA FERREA 2 Y AV. 11 DE NOVIEMBRE	0	0	33	35	16	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	PRIMERA	RINCON ALEMAN	ROSA ELENA TORRES	2603540	info@hostalrinconaleman.com	REMIGIO ROMERO MZ H CASA 9 CDLA ARUPOS	2	8	16	16	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	PRIMERA	CAMINO REAL	SANTAMARIA CASTRO MAYRA	2306005	msambamaria@hotmail.com	AV. LA PRENSA S/N Y JOSE MARIA BANDERAS	17	68	60	68	28	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	PRIMERA	BELLA CASONA	CARPIO HERRERIA JIMMY PATRICIO	2960073	info@hotelbellacasona.com	DUCHICELA 19-53 Y MONTERREY	7	28	20	27	13	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	SEGUNDA	ACACIAS LAS	FIALLOS HERRERA WILSON EUSTORGIO	0326007 90	hotel_lasacaciasriobamba@hotmail.com	RIO PALORA No. 3 SANTIAGO	6	24	12	23	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	SEGUNDA	NAVARRA	ORTIZ JOSE ADOLFO	2948193	hotelnavarraortiz@hotmail.com	AV. UNIDAD NACIONAL 45-80 Y EPICLACHIMA	7	28	34	43	20	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	SEGUNDA	COLINA DEL RIO LA	MUÑOZ SAMANIEGO CARLOS LUIS	2602789	reservaciones@hotelacolina.com	AV. 11 DE NOVIEMBRE Y RICARDO DESCALZI	2	8	14	24	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	SEGUNDA	RIO	MEJIA CHAVEZ LUPE IRALDA	9841483 31	lupemejiach@hotmail.com	PICHINCHA 21-56 Y 10 DE AGOSTO	4	16	27	30	18	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	SEGUNDA	ESTACION LA	ZABALA ARELLANO LUZ DEL ROSARIO	2955226	rosariozabala@hotmail.com	AV UNIDAD NACIONAL 29-15 Y CARABOBO	10	40	22	30	15	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	SEGUNDA	TREN DORADO	INSUASTI DE MANZANO MARIA EMMA	2964890	htrendorado@hotmail.com	CARABOBO 22-35 Y 10 DE AGOSTO	10	40	25	30	15	

ALOJAMIEN TO	HOSTAL	SEGUNDA	WHYMPER	HOTEL WHYMPER CÍA. LTDA	2964575	gallegosregina4@gmail.com	AV. MIGUEL ANGEL LEÓN 23-10 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	10	40	30	40	20
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	PALMAS LAS	VALLE OCAÑA OLGA	0329485 20		EPLICACHIMA 19-40 Y REY CACHA	8	32	15	16	15
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	SEGOVIA	TUPEK SEGOVIA JHON FERNANDO	2950615	hotelsegovia@hotmail.com	PRIMERA CONSTITUYENTE 22- 28 Y ESPEJO	8	32	29	87	29
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	FLORIDA	BARRAGAN SIMON BOLIVAR	2947101	simon_bolivar29@hotmail.com	BARRIO EL PRADO. ESPEJO 70 Y MEXICO	8	32	0	0	12
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	VILLA DE ORO	VILLARROEL RODRIGUEZ VICENTE ANTONIO	0329435 75	ivan03mm@hotmail.com	AV. EDELBERTO BONILLA S/N Y ROCAFUERTE	0	0	16	24	12
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	INTI QUISHA	YAMBAY ALCOCER VICTOR ELADIO	2376737	vyambaya@outlook.com	ESPEJO 33-66 Y AV. CORDOVEZ	6	24	24	0	12
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	SAN VALENTIN	ZUMBA TIMBELA BRIGIDA GLORIA	2943588		CIRCUNVALACION 26-30 Y GARCIA MOREN	6	24	20	34	17
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	SHALOM	EGAS VILAC ALEX	0329408 14	reservaciones@hotelshalom.com.ec c egaspilac@yahoo.	AV. DANIEL LEÓN BORJA 35-48 Y URUGUAY	6	24	26	26	13
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	SAN GABRIEL	SALAS GAVILANEZ ANGEL GABRIEL	0329691 43		CORDOVEZ 33-68 Y ESPEJO	0	0	12	24	12
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	MANANTIAL	ANALUISA ARCOS LIBIO EDWIN	0329421 08	libio_analuisa1978@hotmail.com	CARABOBO 18-50 Y VILLARROEL	0	0	15	24	12
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	ALTAR EL	SANCHO HERDOIZA	0326046 02	hotelaltar@hotmail.com	AV. 11 DE NOVIEMBRE Y	0	0	14	23	12

				LILIAN			DEMETRIO AGUILERA MALTA						
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	PUERTAS DEL SOL	TOBAR CALDERON SARA DEL ROCIO	0323767 79	<i>crissofia1@yahoo.es</i>	CORDOVEZ 22-30 Y ESPEJO	0	0	20	24	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	ESCONDITE EL	GUILCAPI OCAÑA SEGUNDO ENRIQUE	0326064 71		AV. 9 DE OCTUBRE S/N Y ALVARADO	6	24	24	24	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	SAN VALENTIN 2	ZUMBA TIMBELA BRIGIDA GLORIA	0323855 68		GUAYAQUIL S/N Y ATENAS	4	16	12	24	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	MARILUNA	GUZÑAY CANDO ANA MARTHA	0323640 80		BARRIO GABRIEL MONCAYO, CALLE VÍCTOR ESTRADA ATRÁS UNACH	3	12	16	29	14	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	RUBY	VARGAS GUADALUPE ALEXANDRA DEL ROCÍO	0329461 27	<i>hostalruby@hotmail.com</i>	URB. SAN LUIS, LEONARDO DAVALOS	3	12	20	36	18	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	DEL SUR	NOBOA CASTILLO MAYRA GERMANIA	2600339	<i>ale-noboa2011@hotmail.com</i>	CALLE MANABI Y PASAJE COOP. LAS FLORES	2	8	17	27	13	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	RICHARD'S INN	ZAMORA ESPIN EDDY XIMENA	2964939	<i>aromaz2010@gmail.com</i>	LARREA 20-28 Y GUAYAQUIL	8	32	36	56	27	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL	TERCER A	BED AND BREAKFAST HOSPEDAJE	BAQUERO SALAZAR JUAN CARLOS		<i>juanbaquero1@hotmail.com</i>	AV. DANIEL LEON BORJA 43-60 Y JACINTO GONZALEZ	8	32	20	27	14	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	TORRE AZUL	LARA HARO DIEGO MARCELO	0845319 45		PARQUE INDUSTRIAL, AV. CIRCUNVALACIÓN	0	0	7	9	7	
ALOJAMIEN	HOSTAL	SEGUNDA	LOS SHYRIS	SANCHEZ	2960323	<i>pauylss31@yahoo.com</i>	ROCAFUERTE 21-60	0	0	32	57	27	

TO	RESIDENCIA			SALAZAR MARIA PAULINA			Y 10 DE AGOSTO						
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	CANADA	RIVERA FAJARDO YENNY MARIELA	2954470	yennygr_971@hotmail.com	AV. LA PRENSA 45- 27 Y AV. DANIEL LEON BORJA	4	16	44	55	26	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	TURISTA DEL CHIMBORAZO EL	BUENAÑO CORDOVA LEONOR XIMENA	2300188		PANAMERICANA NORTE KM 2 1/2 SECTOR BARRIO TAMBO CHUQUIRAHUA # 9	5	20	19	29	14	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	CARACAS SUITE	CHARCO CHILENO MANUEL	0329681 93	manuel_10_01_45@hotmail.com	EPICLACHIMA 20-24 Y AV. DANIEL LEON BORJA	2	8	16	32	16	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	IMPERIAL	VINUEZA GODOY EDUARDO	0329604 20		ROCAFUERTE 22-75 Y 10 DE AGOSTO	0	0	42	32	17	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	ROCIO	PUMAGUALL E JACOME FANNY	0329618 48	info@hotelpacareal.com	BRASIL 21-58 Y AV. DANIEL LEON BORJA	0	0	30	30	15	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	ALAMOS LOS	SANCHEZ SANCHEZ JUAN ALBERTO	2603157	hotel_losalamos@hotmail.com	SAINT AMOUNT MONTROND Y AV. JOSE LIZARZABURU	12	48	41	48	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	BOLIVAR	ANDRADE VIMOS LUIS OLMEDO	2968294		CARABOBO 21-26 y GUAYAQUIL	7	28	27	35	15	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	CHIMBORAZO DE LA ESTACION	SANCHEZ SALAZAR RAMIRO ALBERTO	2946004		AV. UNIDAD NACIONAL 30-17 y JUAN MONTALVO	8	32	45	64	24	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	COLONIAL DEL SUR	ZUÑIGA ZUÑIGA VINICIO FELIX	2966543	essanpedrito@hotmail.com	CARABOBO 21-62 Y 10 DE AGOSTO	8	32	35	35	16	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	GUAYAQUIL	ESTRADA VARGAS	2964512		JUAN MONTALVO Y AV. UNIDAD	15	60	29	32	18	

				GLADYS			NACIONAL						
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	METROPOLIT ANO	SANCHEZ VASCO MARIA ISABEL	2961714	hotelmetropolitano@andinanet.n et	AV. DANIEL LEON BORJA Y LAVALLE	0	0	39	49	23	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	NEVADOS LOS	CHAVEZ MOSQUERA PILAR	2960803	ecamilo5678@hotmail.com	LUIS A COSTALES 24-37 Y AV. DANIEL LEÓN BORJA	15	60	62	82	16	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	SAN CARLOS	HUILCAPI JARA ROSA ELENA	2943945		EPICLACHIMA 20-76 Y AV. DANIEL LEÓN BORJA	24	96	31	39	13	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	MONTERREY	FLORES RIVERA JAVIER	2962421	hotel_monterreyriobamba@hotm ail.com	REY CACHA 44-29 Y EPLICACHIMA	1	4	30	30	20	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	SEÑORIAL	PUCUNA MOCHA FELICIANO	0329699 73		EPICLACHIMA 20-44 Y HUAYNA PALCON	1	4	26	42	20	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	LIBERTY	ARCOS ANDRADE IVAN MARCELO	2951040	iarandra@gmail.com	AV. LOS HEROES 33-27 Y FRANCIA	1	4	24	24	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	KATAZHO	GALLEGOS GOMEZ HENRY	0329414 79	hostalkatazho@hotmail.com	VENEZUELA 37-19 y BRASIL	0	0	10	12	9	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	NUEVA SARAGOZA	CHAVEZ GUERRERO ELSI BEATRIZ	0330289 09	hostalresidencialsaragoza@hotm ail.com	AV. DE LA PRENSA 21 Y SANTOS LEOPOLDO	1	4	22	36	18	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	EXTASIS	HERRERA REMACHE JOSE LUIS	0323704 76		PASAJE J No:4 Y GARCIA MORENO	0	0	14	24	12	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	DANUVIO	CARRERA ANDRADE ALEX EDUARDO	0329488 15		EPLICACHIMA 44-51 Y HUAYNA PALCON	0	0	21	21	20	
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	BRIZ SANCHEZ	ARIANO MORENO	0329544 92		EPICLACHIMA 19-60 Y HUAYNA PALCON	0	0	19	19	11	

				JUAN PEDRO										
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	SAMARINA HUASI	ZUMBA LLANGO MIGUEL ANGEL	0326031 70		AV. LIZARZABURU ENTRE 15 DE NOVIEMBRE Y TEOFILO SAENZ	0	0	24	32	16		
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	GALAXYA	OLALLA CHOCA MAGDALENA DEL ROCIO	0323766 78	gorsanchez@hotmail.com	AV. EDELBERTO BONILLA 1 Y OLEAS ROCAFUERTE	0	0	10	10	5		
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	COLINA DEL SUR	GUEVARA AVALOS HUMBERTO	2947800	humbertoguevara7@hotmail.com	ANTOFAGASTA 14 Y SAN JUAN	1	4	28	28	14		
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	RAPIDIN	GARCÍA CEVALLOS CESAR AUGUSTO			AV. ALAUSÍ Y AV. 21 DE ABRIL	0	0	11	22	11		
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	MARBELLA	JARA PEREA GLEN ALFREDO	0883607 40		OROZCO 38-20 Y TENEINTE LATUS	0	0	20	40	20		
ALOJAMIEN TO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCER A	GAVIOTA DEL RIO	MONTERO PEREZ ELISA SUSANA	2370025	anamerino68@hotmail.com; dmarcelo@hotmail.com	VICENTE RAMÓN ROCA LOTE E Y MARCELO SUAREZ	0	0	15	21	12		
ALOJAMIEN TO	PENSION	PRIMERA	CASA 1881	NICOLALDE GONZALEZ SANTIAGO MARCELO	2951101	santiago.nicolalde@gmail.com	OLMEDO 24-25/24- 43 ENTRE ESPAÑA Y LARREA	4	16	7	12	6		
ALOJAMIEN TO	PENSION	SEGUNDA	FLORIDA 2	BARRAGAN GRANIZO SIMON BOLIVAR	2947101	simon_bolivar29@hotmail.com	CIRCUNVALACION 10 Y LOS ANDES A UNA CUADRA DEL PARQUE DEL DIABLO	0	0	10	17	10		
ALOJAMIEN TO	PENSION	SEGUNDA	BUENOS AIRES	VALDMIEZO CRIOLLO GUIDO	2600554		PANAMERICANA NORTE, LOS PRADOS DEL NORTE	0	0	22	11	11		
ALOJAMIEN TO	PENSION	TERCER A	EMPERATRIZ	VILLARROEL OROZCO	9950960 53	cmavillarroel@gmail.com	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE 31-06 Y	2	8	12	12	6		

				CLARA MARIA			NUEVA YORK						
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	RINCON DE CASTILLA	HARO PAEZ CAMILO	2940800		PASAJE EL ESPECTADOR Y AV. DANIEL LEON BORJA	9	36	22	44	11	
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	GIRASOLES LOS	OROZCO VILLACRES DOLORES GUADALUPE	2378720	gema_pily@hotmail.com	AV. CIRCUNVALACIÓN Y ROCAFUERTE	0	0	10	20	10	
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	VENTURA	PULGAR NOBOA DIEGO	2963542	hotelventura@yahoo.es	HUAYNA PALCON 19-91 Y JACINTO GONZALEZ	1	4	16	33	10	
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	SAINT LORD	LOPEZ ROMERO NATIVIDAD SOCORRO	2948620	soconaty_27@hotmail.com	CARABOBO 21-40 Y GUAYAQUIL	2	8	12	15	6	
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	CASCADA LA	PROCEL AYALA CRISTINA DEL CARMEN	2378424		KABUL 9 Y AV. EDELBERTO BONILLA	0	0	9	18	9	
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	GIRALDA LA	LEMA QUIQUIRI JUAN MANUEL	2969198		TENIENTE LATUS 25-08 Y OROZCO	1	4	20	20	10	
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	MAGAN'X CRISTAL	MARCHAN HEREDIA CRISTIAN JAVIER	2378361	cxavimarch@hotmail.com	CUZCO Y AV. EDELBERTO BONILLA	0	0	11	22	11	
ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	PRADERA	SILVA UVIDIA MATILDE			AV. LOS HEROES Y GONZALO DÁVALOS	15	60	10	20	10	
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	PRIMERA	ABRASPUNGO	ABRASPUNGO O CÍA. LTDA.	032364274	info@haciendaabraspungo.com	VÍA GUANO KM 3 1/2 SECTOR LAS ABRAS	8	32	43	52	21	
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	PRIMERA	TORIL EL	ERAZO ARIAS	2374440	hosteltoril@hotmail.com; info@hosteriaeltoril.com	KM 1 VIA PENIPE BAÑOS	8	32	176	188	33	

				JORGE LUIS										
ALOJAMIEN TO	HOSTERIA	PRIMERA	BAMBU	SANCHO HERDOIZA CÉSAR EDMUNDO	0329434 08	info@hosteriabambu.com	AV. PEDRO VICENTE MALDONADO Y SAINT AMOND MONTROND	25	100	32	32	17		
ALOJAMIEN TO	HOSTERIA	PRIMERA	EL TROJE	HOSTERIA EL TROJE HOSTROJE CIA.LTDA.	0329608 26	sales@eltroje.com	KM 4 1/2 VIA CHAMBO	0	0	89	107	45		
ALOJAMIEN TO	HOSTERIA	PRIMERA	QUINSINTOL	SILVA GRANDA MEDARDO ANGEL	2605040	medardosilvag@hotmail.com	SECTOR ROSASPAMBA, LOTE 3, QUISINTOL	0	0	9	12	6		
ALOJAMIEN TO	HOSTERIA	SEGUNDA	ROSA DE HOLANDA LA	BERRONES PARRA MILTON GILBERTO	2626018	milton.berrones@hotmail.es	BARRIO ROSAS PAMBA VIA A CHAMBO	0	0	11	22	10		
ALOJAMIEN TO	ALBERGUE	PRIMERA	CHIMBORAZO LODGE	ZURITA ASTORGA MARTHA XIMENA	0323642 78	marcocruz@andinanet.net	COMUNIDAD PULINGUI SAN PABLO KM 36 VIA AL CHIMBORAZO	7	28	12	16	8		
ALOJAMIEN TO	ALBERGUE	SEGUNDA	OASIS	NARANJO ARAUJO MARIA TERESA	2961210	oasishostel@hotmail.com	VELOZ 15-32 Y ALMAGRO	3	12	20	25	8		
ALOJAMIEN TO	MOTEL	TERCER A	APOLO	GALLARDO QUINGATUÑA MIGUEL ANGEL	2362225		CALLE ROCAFUERTE Y VENEZUELA BARRIO SAN ANTONIO DEL AEROPUERTO	0	0	15	30	15		
									2512		3837	1735		

**Fuente:** Catastro de establecimientos registrados en el Ministerio de turismo Ecuador. Dirección de regulación y control – Febrero 2016

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## K. ANEXO 11

**Tabla 6-1.** Establecimientos de alimentos y bebidas registrados en el cantón Riobamba

ACTIVIDAD_TURISTICA	SUBACTIVIDAD_TURISTICA	CATEGORIA	NOMBRE	PROPIETARIO	TELEFONO	DIRECCIÓN	MESAS	PLAZAS_ MESAS
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	PRIMERA	DELIRIO EL	AVILES PAZMIÑO MARIA AURORA	2966441	PRIMERA CONSTITUYENTE Y ROCAFUERTE	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	PRIMERA	L'INCONTRO	CHAFLA GONZALEZ SONIA	2943661	VELOZ 41-47 Y DIEGO DONOSO	37	148
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	PRIMERA	RAYUELA LA	CIA. DE SERVICIOS ATYOURS SERVICE	2968237	AV. DANIEL LEON BORJA 36-30 Y URUGUAY	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	PRIMERA	BRAZAS STEAK HOUSE LAS	RECALDE DIAZ JORGE ANTONIO	2941946	VELOZ 40-39 Y AV. CARLOS ZAMBRANO	30	120
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	JOYA LA	PARRA HERNANDEZ MYRIAM	032944359	CHILE 17-41 Y BENALCAZAR	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	KENTUCKY FRIED CHICKEN	INT. FOOD SERVICES CORP.	2964376	AV. DANIEL LEON BORJA Y EPICLACHIMA	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	BONNY 2	GONZALEZ VELASQUEZ HECTOR	2962180	PRIMERA CONSTITUYENTE 12-15 Y DARQUEA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	POLLO GUS	DOELDOS CIA.LTDA.	2950698	10 DE AGOSTO 20-13 Y TARQUI	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI LOS	CABEZAS MOREANO RICARDO MARCELO		AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	KENTUCKY FRIED CHICKEN	INT FOOD SERVICES CORP.	032949999	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	MENESTRAS DEL NEGRO	SHEMLON S.A.	032449999	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CLUB HOTEL	CLUBHOTEL S.A.	032968036	AV. DANIEL LEON BORJA 41-29 Y DUCHICELA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CHILI'S	CORPORACION EL ROSADO S.A.	042322555	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	40	160
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CH FARINA	CITYMAXIS S.A.	032230035	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	COMIDAS DE VICTOR	XENEIZE S.A.	032601279	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	FELIPE RESTAURANTE	RIVADENEIRA YANEZ CESAR FELIPE	099550009	JUAN CHIRIBOGA Y SEGUNDO ROSERO	9	36

			BOUTIQUE					
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CARL'S JR	CORPORACION EL ROSADO S.A.	042322555	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	TABLITA DEL TARTARO LA	LA TABLITA GROUP CIA.LTDA.	032966041	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	JAMONES ANDALUZA DE LA SIERRA	JAMONES ANDALUZA DE LA SIERRA	032947189	AV. DANIEL LEON BORJA 35-04 Y URUGUAY	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	MONACO PIZZAS Y CARNES	JIMENEZ ZAMBRANO MAYRA FERNANDA	983317730	AV. DE LA PRENSA No. 11 Y ARGENTINOS	30	120
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	V8 RESTO BAR	CISNEROS BRITO MAURO EDUARDO	2911414	ALFREDO COSTALES Y LUIS FALCONI	23	92
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	CHILI'S RIOBAMBA	COMDERE S.A.	042232200	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE SN, INTERIOR DE PASEO SHOPPING	49	196
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	MIRADOR DE BELLAVISTA	BUCAJ JARA SONIA MARGOTH	2948294	ASUNCION 27-37 ENTRE AYACUCHO Y JUNIN	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	PA CORTARSE LAS VENAS ROLINGS	VIEJA GUARDIA SERVICIOS & PRODUCCIONES	2944001	AV. MIGUEL ANGEL LEON Y AV. UNIDAD NACIONAL	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LULU'S BAR & RESTAURANT	VARGAS RIOS LUIS JAVIER	2942045	VELOZ 36-40 Y URUGUAY	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	BONANZA EL	ALVAREZ HERNANDEZ DOMINGO ALBERTO	2943250	AV. DANIEL LEON BORJA Y DUCHICELA	29	116
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	SALON DE EVENTOS RESTAURANTE ROSENGARTEN	OJEDA EVIA ROSA CARMELINA	032307032	AV. LA PRENSA 36-38 Y ARGENTINOS	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	BONNY	GONZALEZ VELASQUEZ HECTOR BENIGNO	2964426	VILLAROEL 15-58 Y ALMAGRO	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	FRAGATA LA	OÑATE LEIVA ANA PATRICIA	032602844	COLOMBIA 24-29 Y LARREA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	PARRILLADAS DE FAUSTO LA	VELOZ AVEDAÑO FAUSTO OLIVERIO	2967876	URUGUAY 38-50 Y LUIS ALBERTO FALCONI	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	TAMBO DE ORO	RODRIGUEZ LEDESMA MONICA ALEXANDRA	032960325	AV. CARLOS ZAMBRANO 27-20 Y AYACUCHO	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	FOGON DEL PUENTE	GONZALEZ MOREANO FABRIZIO	2960948	DUCHICELA Y REINA PACHA	9	36

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BRISA MARINA III	CARRILLO MALDONADO JORGE ARTURO	99144	COLOMBIA 19-05 Y VELASCO	13	52
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ASADERO MARISQUERIA CAMBAHUASI	CARRILLO MALDONADO LUIS ALONSO	032370305	12 DE OCTUBRE Y ESPAÑA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CASA CHINA	LEE ZHANG TYRON MARCELO	2967783	AV. DANIEL LEON BORJA Y CARABOBO	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DRAGON EL	DONOSO LOPEZ NARCISA	032944487	JUAN DE LAVALLE No. 3030 Y NUEVA YORK	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO No 2	MONTENEGRO SALGADO SERVIO ENRIQUE	2967429	CARABOBO Y GUAYAQUIL	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	HAPPY POLLO	BORJA SILVA MARCELA ALEJANDRA	2962638	GUAYAQUIL 23-57 Y LARREA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LENTEJITAS EL SABOR	JIMENEZ ANCHATUÑA ELVIS ALBERTO	032360202	ROCAFUERTE 27-78 Y VENEZUELA	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MARISQUERIA CONTINENTAL	ORELLAMA MOLINA JESUS FERNANDO	032954983	OLMEDO Y GARCÍA MORENO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO No 1	ALBAN AVENDAÑO MONICA	2965383	ESPAÑA Y VILLARROEL	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POSADA LA	MALDONADO ALVAREZ LUIS ANIBAL	032942228	BOLIVIA 15-99 Y ESMERALDAS	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	REY EL	VALDVIEZO GUEVARA LUIS MARIO		FRANCIA 26-52 Y JUNIN	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TEXAS ASADERO	ORTIZ BAYAS MISAEL ANIBAL	032603186	AV. JOSE DE LIZARZABURU	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PARRILLERITO EL	GARCES SEGUNDO LUIS	032602750	MANUELA SAENZ Y LA CALERA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SOFFI'S	VISTIN GUILCAPI VERONICA	2601408	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO 17 Y ARAUCANOS	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PICANTERIA ANITA	QUAMAN QUAMAN MARTHA	2946043	URUGUAY 17-23 COLOMBIA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	THE GOURMET	LEON CHIRIBOGA PATRICIA ALEXANDRA	032603199	DEMETRIO AGUILERA 55-45, REFERENCIA PENSIONADO AMERICANO	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MARISQUERIA	ESPINOZA VILLACRES	032940855	AV. DANIEL LEON BORJA	10	40

			DELICIAS DEL MAR	MARTHA		42-51 Y AUTACHI		
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	D'BAGGIO	FLORES CONDOR JORGE W.	2961832	AV. DANIEL LEON BORJA 33-24 Y AV. MIGUEL ANGEL LEON	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHACARERO EL	RODRIGUEZ NUÑEZ GUADALUPE	2969292	5 DE JUNIO 21-46 Y 10 DE AGOSTO	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PICO LOCO 2	BUÑAY ALDAZ GUSTAVO	2600446	VELOZ 36-53 Y URUGUAY	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO LOCO	PEREZ ESTRELLA TANIA	032600446	JUAN MONTALVO 31-49 Y NUEVA YORK	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	HAPPY POLLO 2	BORJA SILVA MARCELA	032967761	AV. DANIEL LEON BORJA 34-14 Y DIEGO DE IBARRA	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONASTERIO EL	LOMAS BADILLO HECTOR	2952315	OROZCO 21-32 Y 5 DE JUNIO	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BRISA MARINA 1	HERNANDEZ CESEN MARIA AUXILIADORA	032962833	ESPAÑA 10-95 Y 12 DE OCTUBRE	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	JEKE EL	ABDO LOPEZ RICARDO MARCELO	2960352	COLON 17-12 Y COLOMBIA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA JOYSING	DEQIANG LIU	032961285	AV. UNIDAD NACIONAL Y CARABOBO	13	52
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	HIEDRAS LAS	BODERO POVEDA MARIA AMPARO	032967832	AV. DANIEL LEÓN BORJA 42-52 Y DUCHICELA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PAPIO'S 1	PEREZ CESPEDES MIREYA ELIZABETH	2366056	AV. DANIEL LEON BORJA Y AV. MIGUEL ANGEL LEON, GIRALDA PLAZA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EMPERADOR BROASTER	SALAS RUEDA BOLIVAR	032604853	PRIMERA CONSTITUYENTE 23-13 Y ESPAÑA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MISTER GUS	SUAREZ BENALCAZAR JOSE	032949900	ROCAFUERTE 27-43 Y AYACUCHO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA DOBLE FELIZ	WEI LI	032940978	CARABOBO 21-14 Y QUAYAQUIL	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PAPIO'S 2	PEREZ CESPEDES MIREYA ELIZABETH	2366056	AV. LEOPOLDO FREIRE 739, FRENTE POLICIA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MOCCA LA	MIÑO HERRERA FANNY	032944512	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE MZ. C CASA 2	12	48

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO Nº:3	MONTENEGRO SALGADO SERVIO ENRIQUE	2963886	AV. DANIEL LEON BORJA 39-10 Y LUIS A. FALCONI	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	RINCON CHILENITO	SIGUENZA HIPATIA EUGENIA	032960319	PICHINCHA 25-17 Y OROZCO	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	AMELITA	VITERI SALAZAR JUAN FERNANDO	032951014	NUEVA YORK S/N Y CMDTE. JIMENEZ	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONREAL	MANZANO CEPEDA SUSANA ADELA	2307348	AV. LA PRENSA 13 Y VELOZ	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	NARANJO'S	NARANJO BAEZ CONSUELO	2960622	AV. DANIEL LEON BORJA 36-20 Y URUGUAY	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PORTON DORADO	PAZMIÑO PAVON Y AEL INES	2967382	DIEGO DE IBARRA 22-50 Y AV. DANIEL LEON BORJA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MAR DE ORO	CHEN CUI ZHEN	2969135	AV. DANIEL LEON BORJA 44-10 Y AV. CARLOS ZAMBRANO	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	FOGON SPORT	GONZALEZ MOREANO FABRIZIO	032963541	AV. DANIEL LEON BORJA Y AV. MIGUEL ANGEL LEON, GIRALDA PLAZA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ISLA LA	GARCIA PARRA MARIAN GLORIA	032360043	10 DE AGOSTO 26-41 Y MAGDALENA DAVALOS	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 4	ANDRADE JOSE POLONIO		10 DE AGOSTO S/N Y AV. ELOY ALFARO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONTEZUMA	LEMA CARPIO FRANCISCO	032968188	JUAN MONTALVO 29-62 Y ARGENTINOS	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	COSTA AZUL	VALDIVIESO ANA LUCIA		AV. CANONIGO RAMOS Y AV. 11 DE NOVIEMBRE	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PLANCHA LA	LIU GUO XING	095802689	AV. DANIEL LEON BORJA 42-25 Y DUCHICELA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO Nº: 5	MONTENEGRO SALGADO SERVIO ENRIQUE	2376679	AV. CORDOVEZ 22-50 Y COLON	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLOS STAV	OROZCO WASHINGTON	032940847	AV. DANIEL LEON BORJA Y DUCHICELA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ORIENTAL	LI JUNHUA	2954612	AV. DANIEL LEON BORJA 39-22 Y CARLOS ZAMBRANO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TOSCANA LA	GARCIA TOSCANO	095805689	MANUEL ELICIO FLOR Y	10	40

				PATRICIA PAULINA		JACINTO GONZALEZ		
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA SHENG YUANG	WU XIUQING	032954577	AV. UNIDAD NACIONAL 30-23 Y JUAN MONTALVO	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PIZZERIA DE PAOLO LA	TORRES MATOVELLE SUSANA	2963999	LAVALLE 22-36 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PIZZERIA DE PAOLO LA 2	TORRES MATOVELLE PABLO	032943123	VELOZ 37-20 Y BRASIL	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO EJECUTIVO 7	ALBAN PESANTEZ OSWALDO		AV. LA PRENSA 22-31 Y AV. DANIEL LEON BORJA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	COSTILLITAS B.B.Q.	SANCHEZ ALTAMIRANO ERIKA	032607131	LOS ALAMOS, AV. CANONIGO RAMOS 9 Y SAINT AMOND MZB	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CANGREJO ROJO	LI GONGBIN	032961846	AV. DANIEL LEON BORJA 21-46 Y DUCHICELA	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA PEKIN	CHEN JIEXIN	032960828	AV. DANIEL LEON BORJA 40-52 Y AV. CARLOS ZAMBRANO	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO TEJANO	BORJA GERMAN JENNY SANDRA	087737676	AV. DANIEL LEON BORJA 40-26 Y AV. CARLOS ZAMBRANO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	EMPERADOR BROASTER 2	SALAS RUEDA BOLIVAR ALFREDO	032604853	AV. ELOY ALFARO Y AV. LEOPOLDO FREIRE	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	VIRGEN DEL CISNE	CORTES CONSTANTE MARIA VIVIANA	2950119	AV. LA PRENSA 19 Y OLIVOS	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA NUEVA JING JING	HU HAI YANG	032967783	AV. MIGUEL ANGEL LEON 22-36 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA CHINA	LAO CHOW SIO IONG	032962993	AV. DANIEL LEON BORJA 43-39 Y LA 44	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	VACA MARINA LA	SILVA SANCHEZ CARMEN AMELIA	092962585	10 DE AGOSTO Y MORONA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PUERTO AZUL	GARCES HUARACA NORMA	032962400	CARABOBO 23-50 Y VELOZ	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	RIOBAMBA INN	VINUEZA GODOY OLGA CARLOTA	032963600	CARABOBO 32-10 Y PRIMERA	10	40

						CONSTITUYENTE		
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO GUS 2	DOELDOS S.A.	032963504	AV. DANIEL LEON BORJA 36-49 Y BRASIL	23	92
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	COMEDOR DON PEDRO	SARANGO VASQUEZ PEDRO EUDORO	085023179	AV. PEDRO VICENTE MALDONADO, FRENTE ESPOCH	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PANAMERICANO	PAREDES BERRONES HIPATIA		AV. PEDRO VICENTE MALDONADO Y PASAJE SN	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PAPIO'S 3	PEREZ CESPEDES MIREYA ELIZABETH	2366056	AV. LIZARZABURU Y AV. 11 DE NOVIEMBRE	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO KOKO LOKO	BUÑAY ALDAS JENNY PAULINA	032946628	OLMEDO 28-57 Y CARABOBO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	POLLO PICO LOCO	BUÑAY ALDAS FERNANDO GONZALO	032952415	OLMEDO 28-09 Y ROCAFUERTE	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA ASIA	LI LI MENGTING	2948567	AV. DANIEL LEON BORJA 43-40 Y LA 44	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	RINCON EUROPEO	RODAS PAREDES PEDRO	032942145	COLON 27-61 Y AYACUCHO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MONACO RESTAURANTE	PROAÑO CERDA GISSELLA ELIZABET	032607942	AV. CANONIGO RAMOS Nº. 10 Y AGUSTIN CASACANTE	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PIZZERIA MONACO	JIMENEZ ZAMBRANO MAYRA FERNANDA	032947342	AV. LA PRENSA 11 Y ARGENTINOS	16	64
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DELICIAS DON PACO	CABEZAS SANCHEZ LILIANA MARIBEL	032942435	AV. LA PRENSA 22-41 Y AV. DANIEL LEON BORJA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SAL Y PIMIENTA	VACA BALLAGAN CARLOS XAVIER	032950222	AUTACHI 42-55 Y MANUEL ELICIO FLOR	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TROPIBURGER	DELI INTERNACIONAL S.A.	032943705	AV. MIGUEL ANGEL LEON Y AV. DANIEL LEON BORJA	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	URBAN GOURMET	JARA HEREDIA HOLQUER MARIANO	032945359	LOJA 19-02 Y 12 DE OCTUBRE	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PARRILLERITO 2 EL	GARCES SEGUNDO LUIS	2602750	EDUARDO KINGMAN N°. 1 Y AV. 11 DE NOVIEMBRE	15	60

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ABBEY RD PUB	CUEVA VALLEJO LUIS SIFREDO	032964840	AV. DANIEL LEON BORJA 36-56 Y BRASIL	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	ZODIACO'S FOGON MARISQUERIA	QUIMBIULCO LASLUISA DAYANA	2947 474	AV. LIZARZABURU Y AGUSTIN TORRES SOLIS	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	D'ALICE	YAULEMA CEPEDA ANDREA CRISTINA	2953153	JACINTO GONZALEZ 23-09 Y MANUEL ELICIO FLOR	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LE DUE SORELLE CUCINA MEDITERANEA	SOTO PUGLLA JUAN FERNANDO	2950753	AV. LEOPOLDO No. 11 Y PASAJE ATENAS	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BOCATAS	MUÑOZ RUBIO NIDIA CUMANDA	2603897	AV. LIZARZABURU No. 14 Y AV. 11 DE NOVIEMBRE	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DON GATITO	VELASTEGUI ALVARADO BLANCO OLIVIA	2940509	ESPAÑA 25-45 Y ARGENTINOS	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	VIENTO DEL OESTE EL	MACAS MACAS LUIS REINALDO REINALDO	2966901	ROCAFUERTE 28-67 Y VENEZUELA	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CLUB RIO	SANCHEZ NAVARRETE JUAN CARLOS		AV. DANIEL LEÓN BORJA Y URUGUAY	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TERRAZA LA	TAMAYO VELASTEGUI RINA MARISOL	2954952	AV. UNIDAD NACIONAL 38-15 Y BRASIL	18	72
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SAN VALENTIN CLUB	CASTILLO SANTILLAN MARLON EDMUNDO	2963137	AV. DANIEL LEON BORJA 22-19 Y VARGAS TORRES	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SABORES DE ITALIA LOS	MENESES TRUJILLO JUAN PATRICIO		AV. DANIEL LEÓN BORJA 21-91 Y DUCHICELA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PATIO DE COMIDAS MIX FGC	CAYO MUYULEMA MARIA ADELAIDA		MORONA 25-38 Y ARGENTINOS	16	64
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	AMORE DELLA MAMMA	CAJAMARCA CHATO NORMA DEL CARMEN	983930140	VARGAS TORRES 22-55 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	16	64
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MARISQUERIA NEPTUNO	TAIPE MAYORGA CARMITA LEONOR	032610494	AV. 9 DE OCTUBRE 33-11 Y BOLIVIA	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	NATIVA GASTRONOMIA ECUATORIANA	CABEZAS GUERRERO CESAR ALFREDO	032308080	AV. LA PRENSA 22-41 Y AV. DANIEL LEON BORJA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	BARCAZA LA	GALLEGOS LOPEZ MARIA VERONICA	2604892	AV. SAINT AMAND MONTROND Y AV.	15	60

						LIZARZABURU		
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	FOGON SPORT	COSTALES RIVAS CRISTIAN ROBERTO	997899979	AV. DANIEL LEON BORJA Y AV. MIGUEL ANGEL LEON INTERIOR DE LA PLAZA GIRALDA	25	100
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LE DUE SORELLE RISTORANTE ITALIANO	SOTO PUGLLA JUAN FERNANDO	2966941	AV. DANIEL LEON BORJA 35-17 Y URUGUAY	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA DRAGON & C	CAO ZHOU GOECHENH	2948557	VELOZ Y TENIENTE LATAS	29	116
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MAR Y SIERRA CARNES Y MARISCOS	ESPIN OLEAS GABRIELA ALEJANDRA	2307041	AV. LA PRENSA 36-37	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	MAYFLOWER	MB-MAYFLOWER S.A.	986152511	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE INTERIOR DEL PASEO SHOPPING	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI LOS	RAMMAR ALIMENTOS & FRANQUICIAS CIA. LTDA.	2310030	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE SN, INTERIOR DE PASEO SHOPPING	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI LOS	RAMMAR ALIMENTOS & FRANQUICIAS CIA. LTDA.	2947053	DIEGO DE IBARRA 22-40 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TEXAS ASADERO	NARANJO CONSTANTE SILVIA MARITZA	2945617	AV. LIZARZABURU Y AGUSTI TORRES	30	120
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA MING YUANG	ZHONG PEILAN		AV. DE LA PRENSA No: 18 JUNTO AL PARQUE	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	TACO NACO COMIDAS & BEBIDAS MEXICANAS	LARCO DAVALOS SEBASTIAN ALEJANDRO		AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE, FRENTE A UNACH, INTERIOR PASEO SHOPPING RIOBAMBA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	RIO RINCON RIOBAMBA	TUBON LEMA JOSE RODRIGO	2946946	AV. DANIEL LEON BORJA 37-42 Y BRASIL	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	PALACIOS SPORT	PALACIOS ADRIAN ELIOTT	2950123	AV. DANIEL LEON BORJA 32-17 Y VARGAS TORRES	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	Q'LANTR0	RICAUARTE YEPEZ ROSA MARIA	032964059	ARGENTINOS 26-38 Y GARCIA MORENO	8	32

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	DON SEVERIN	ESCOBAR ZURITA VLADIMIR	032944516	COLON 22-44 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	CASA VIEJA	OCAÑA TACURI ANIBAL FABIAN	092193667	AV. DANIEL LEON BORJA Y PASAJE EL ESPECTADOR	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	REY DEL BURRITO EL	VALDIVIEZO ARTEAGA CLAUDIA LORENA	032953230	BRASIL 16-31 Y ESMERALDAS	23	92
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	RESBALON EL	TORRES MAZABANDA GLORIA	2968122	VELOZ 31-38 Y VARGAS TORRES	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	HORNADOS CARMITA	CARRILLO LEON CARMEN	2946838	CARABOBO 29-11 Y ARGENTINOS	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ASADERO RIOBAMBEÑO	ORTIZ BAYAS JESUS AMADO	2941695	10 DE AGOSTO Y MORONA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DRAGON 2	RAMIREZ LOPEZ CARMEN LUZMILA	032966682	COMANDANTE JIMENEZ 30-30 Y NUEVA YORK	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PREFERIDO EL	VINUEZA VALLE PIEDAD FABIOLA	2961079	EPLICACHIMA Y REY CACHA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	RANCHO EL	BUENAÑO CORDOVA MARCO	2947588	PANAMERICANA NORTE	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHAMPPS	VASQUEZ VIVAR JAIME	032364031	AV. CIRCUNVALACION 7 Y CARACAS	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	RINCON ESMERALDEÑO	BETANCOURT VIVERO NARCISA	032944583	JUAN MONTALVO 29-54 Y VELOZ	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHOYS JR MARISQUERIA	MARTINEZ ELBAY MERCEDES	032962680	VELOZ S/N Y LA 44 (JACINTO GONZALEZ)	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PARAISO EL	BUENAÑO GUILCAPI OLGA	2948946	EPICLACHIMA 20-64 Y AV. DANIEL LEON BORJA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CASA VIEJA LA	BARROSO PAEZ EDISON ROBERTO		OLMEDO 25-39 Y GARCIA MORENO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PORTOVIEJO 2	VARGAS NOLIVOS GERMAN	099361203	AV. 9 DE OCTUBRE Y MADRID	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ZEN WEI VEGETARIANO	CHIN YU FENG	2964015	PRINCESA TOA 43-29 Y CALICUCHIMA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CASA DEL BUEN SABOR LA	LOPEZ ROMERO ROSARIO	2952973	LAVALLE 22-55 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	7	28

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	VIAJERO EL	BUENAÑO URQUIZO LAURA	2600160	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO S/N Y AV. LIZARZABURU	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	FOGATA LA	BARRENO VALDIVIEZO MARIANA	2962462	10 DE AGOSTO 29-22 Y CARABOBO	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MISTER BROASTY	LEMA GUERRERO MARIA VERONICA	2360043	AV. ANTONIO J SUCRE 32-16 Y MEXICO	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	VERGEL DEL SABOR EL	GUZMÁN ZURITA ÁNGEL		BRASIL 17-06 Y COLOMBIA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DELIZ	CAÑIZAREZ CHÁVEZ DELFINA	032942165	BRASIL 23-17 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DELIMAR	YAGLOA GUERRÓN BLANCA	032601559	URUGUAY 24-52 Y OROZCO	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	RIELES LAS	LEMA CARPIO VINA ALICIA	032968188	DUCHICELA 42-02 Y AV. UNIDAD NACIONAL	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERIA EL CALIPSO	VINUEZA MAYORGA JORGE	2924450	MADRID 12-04 Y LONDRES	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SABOR CRIOLLO	GONZALEZ CERON ROSA EMILIA		EPLICACHIMA Y HUAYNA PALCON	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PINCHOS DE LA URUGUAY LOS	GRANIZO QUAYANLEMA GLADYS	22624153	URUGUAY 27-28 Y AV. GONZALO DAVALOS	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERIA D'ALY	GUEVARA SEGOVIA DINA ALICIA	2968956	URUGUAY 17-22 Y CHILE	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CALIPZO	LALAMA ENRIQUEZ BEATRIZ	2942957	PRIMERA CONSTITUYENTE 13-56 Y LOJA	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SU CASA	CUENCA CAIZA NELY DOLORES	099047971	EPICLACHIMA 19-86 Y HUAYNA PALCON	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	NUSAYVIDA	PAREDES JACOME FLAVIO	032943207	ESPEJO 16-03 Y ESMERALDAS	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DON CESITAR	CALLAY TOLEDO LIGIA FABIOLA	032963488	CARACAS SN Y AFRICA, SECTOR FAUSTO MOLINA-MERCADO MAYORISTA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	VASIJA LA	MONTOYA UQUILLAS MARTHA CECILIA	2941182	ARGENTINOS 25-21 Y ESPAÑA	8	32

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SANSONE	SALAZAR RAMOS INES	032946659	VELASCO 28-06 Y AYACUCHO	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DOÑA SARITA	GUALANCANAY GUADALUPE MARIA SAR	032607131	JACINTO EVIA, FRENTE AL ESTADIO ESPOCH	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	POLLO BROSTER EL DORADO	URQUIZO RAMOS JUANA TARGELIA	032946659	CARABOBO 19-38 Y VILLARROEL	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MESON DEL REY EL	MORETA SILVA MARIA ANGELITA	032967476	EPLICACHIMA 20-68 Y AV. DANIEL LEON BORJA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	VEGETARIANO	YUCAILLA VALLA ANDRES	032607327	ESMERALDAS 27-61 Y ROCAFUERTE	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CITTADINO	GAIBOR URGILES PEDRO JAVIER	032947487	ESPEJO 19-23 Y VILLARROEL	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SABOR RIOBAMBEÑO EL	ALBAN GUERRERO MARCO VINICIO	032954616	AV. LA PRENSA 27 Y OLIVOS	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DOÑA ELSITA	LLUAY VALDMIEZO WASHINGTON ERMEL	032944822	EPLICACHIMA 20-64 Y AV. DANIEL LEON BORJA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PARADA LA	MOSQUERA CARDENAS MARIA F.	2306478	VIRGILIO CORRAL 14 Y CESAR LEON	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	NUEVO MILENIO	FLORES MARQUEZ ANA BERTILDA	032601279	CDLA. 24 DE MAYO AV. LEONIDAS PROAÑO Y GALAPAGOS	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CARNES LATINAS	MONICA JACQUELINE TOAQUIZA CRIOLLO	032964789	COLOMBIA 26-16 Y GARCIA MORENO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	NEPTUNO	MOREIRA JIMENEZ SONNIA	032944822	AV. CIRCUNVALACION S/N Y PURUHA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CUCHIFRITOS	GUAMAN GUAMAN BLANCA BEATRIZ	032942827	URUGUAY 18-12 Y CHILE	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CANGREJO AZUL	RIVADENERIA PACHECO CARMEN AMELIA	032961733	CUIDADELA PUCARA MZ 1 CALLE LA HABANA S/N	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	FRITADAS DE LA AYACUCHO LAS	ALLAUCA ZOILA MERCEDES	2941250	AYACUCHO 25-40 ENTRE ESPAÑA Y GARCÍA MORENO	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DON PATO	BRAVO NOBOA CECILIA FERNANDA	2940978	CARABOBO 21-42 Y GUAYAQUIL	13	52
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CARLITA	PILATASIG CONDOR BLANCA LEONOR	2600955	PANAMERICANA NORTE, PASAJE DOS #5 Y PASAJE UNO CIUDADELA	7	28

						PRADOS DEL NORTE MZ 6		
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERIA CAMBA HUASI	CARRILLO GUERRERO LUIS XAVIER	2378671	AV. CIRCUNVALACION 8 Y JERUSALEN	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	HUIGREÑITA LA	PEÑAFIEL CAMPOVERDE DEYSI MARILU	2600131	PANAMERICANA NORTE Y CALLEJON AZUAY	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	TORO BARROSO PARRILLADAS EL	MANCHENO BRAVO VALERIA ESTEFANIA	2968049	LOS NOGALES 8 Y JUNIN	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MINIMARKET MARIU	BERRONES MARTINEZ MARIA EUGENIA		AV. BY PASS Y ALFONSO CHAVEZ, INTERIOR DE GASOLINERA BY PASS	2	8
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CAMPANARIO DE RIO EL	ZAVALA SECAIRA RAMONA TATIANA	979129298	5 DE JUNIO 22-39 Y 10 DE AGOSTO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	TRAVIETTA PIZZERIA	PALAUQUIBAY MOINA VICTOR JOSE	983859444	OLMEDO 15-26 ENTRE MORONA Y ALMAGRO	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PARADERO SANTA ANA	ROBALINO INCA CARMEN CECILIA	993952103	RIO PAUTE 90-20 Y RIO TOMBAMBA	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHIFA ZHONG HUA	HU DAIDI	999716397	AV. LEOPOLDO FREIRE 07-85 Y LA PAZ	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	Q'CHURRASCO	LOPEZ CARRERA CARLOS ALEXIS	2306363	AV. DANIEL LEON BORJA 45-32 Y EPLICACHIMA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	GOOD CHICKEN SIEMPRE MAS	VILLA MUÑOZ ELVIA IRENE		10 DE AGOSTO 20-26 Y TARQUI	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MESON ESPAÑOL EL	SAMANIEGO SANCHEZ CATALINA ESPERANZA		BUENOS AIRES 12-55 Y JOAQUIN CHIRIBOGA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERIA EL RINCON MARINO	VIQUE AGUILA MARIETA SUSANA	2303651	AV. PRINCIPAL Y CALLEJON UNO	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHABY'S	CABEZAS SACHEZ LILIANA MARIBEL	2953410	COLON 27-12 Y JUNIN	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	GRAN CHAPARRAL EL	NARANJO FREIRE NATALIA CRISTINA	2946065	VENEZUELA 15-38 Y ALMAGRO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	POLLO TEX	SALAS CABEZAS ANGEL GABRIEL		ESPEJO 33-70 Y AV. CORDOVEZ	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	HORNILLA LA	GONZALEZ AYALA MAGDA LORENA	032941332	FRANCIA 18-51 ENTRE VILLARROEL Y CHILE	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	POLLOS PICOS LOCOS	NAVARRETE OLMEDO VERONICA	033013567	AV. LA PRENSA Y AV. DANIEL LEON BORJA	7	28

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERIA MATIUS	SALTOS GUADALUPE NORMA XIMENA	032953990	JUNIN 30-29 Y JUAN MONTALVO	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MAPALE	BENALCAZAR CAVERO EMILIA DENISSE	988494002	DIEGO DE RODRIGUEZ N.10 Y AV. PEDRO VICENTE MALDONADO	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	NOSTRA PIZZA TRATORIA	NUÑEZ VACA HENRY LUIGI	032943382	LARREA 24-29 Y VELOZ	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LA ALMEJA LOCA	QUISHPE YUCAILLA ANGEL LUIS	959766278	EPLICACLIMA 20-68 AV. DANIEL LEON BORJA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ASADERO MEGA POLLO	CARRILLO LLIQUIN ANA YOLANDA	2600704	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO, FRENTE A BODEGAS DE LA COCA COLA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	FRIDA COCINA MEXINA	GORDILLO OBREGON EDUARDO VINICIO		AV. CANONIGO RAMOS Y AV. DE LA PRENSA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PAPARAZZI PIZZA	CRUZ SALAS JUAN CARLOS	2961200	CHILE 35-19 ENTRE URUGUAY Y BOLIVIA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SPECIALITA D'ITALIA	TRUJILLO CHAPALBAY SARITA AMELIA	2306487	AV. DANIEL LEON BORJA Y AV. LA PRENSA	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MELI MELO	CUADRADO AYMARA GABRIELA ALEXANDRA	2601873	URUGAY 35-54 Y VELOZ	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHIFA NUEVA HONG KONG BYP	HU JENFEI		AV. LIZARZABURU Y AV. 11 DE NOVIEMBRE	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DOLFINA PIZZERIA LA	TELLO NOBOA JULIA MARGARITA	2306290	MORONA 25-20 Y OROZCO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	ATOMIUM	SILVA GRANIZO HUGO GUSTAVO	2940038	CARLOS ZAMBRANO 23- 56 Y VELOZ	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	FUENTE LA	VILLACIS ARIAS ELSA PIEDAD	2604200	PRIMERA CONSTITUYENTE Y GARCÍA MORENO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	MARISQUERIA CAMBA HUASI	CARRILLO GUERRERO MARIA EUGENIA	987973195	AV. CIRCUNVALACION N° 8 Y JERUSALEN	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	EL COYOTE BAR KARAOKE	BENITEZ LOPEZ GLADYS ERLINDA		CARLOS ZAMBRANO Y REINA PACHA	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	DELUVA	BARRENO CEPEDA JOSE RAUL		CARLOS ZAMBRANO 23- 15	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	GOOD CHICKEN	REYES VILLA EVELYN		AV. LEOPOLDO FREIRE	11	44

			SIEMPRE MAS 2	MISHEL		No. 24 Y PARIS		
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CHIFA BUENA SUERTE	CAO CANLIANG	939382813	AV 21 DE ABRIL 37-20 Y AV. CIRCUNVALACION	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SIERRA NEVADA CAFETERIA	SANTOS PADILLA JANNETH GRACIELA	2608522	AV. LIZARZABURU Y DOLORES VEINTIMILLA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	BOCAITO MARISQUERIA	CORTEZ PONCE ERIKA JUDITH	983395571	Av. Monseñor Leonidas Proaño a 50 metros de la línea del tren	13	52
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	GELATO CAFFE	GALAN Y MIÑO EXPRESS CIA. LTDA.	2967399	VELOZ 36-40 Y URUGUAY	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	CLAWN	CORDERO PUYOL ALEJANDRO	2954988	AV. DANIEL LEON BORJA 34-01 Y AV. MIGUEL ANGEL LEON, GIRALDA PLAZA	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	LULU'S BAR & RESTAURANT	VARGAS RIOS LUIS JAVIER	2942045	VELOZ Y PURUHA JUNTO A CLINICA VIDA SANA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	DESTAPATE	HERRERA CACERES MARIA GABRIELA	2300254	AV. DANIEL LEON BORJA 37-42 Y BRASIL	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	PA CORTARSE LAS VENAS ROLINGS	VIEJA GUARDIA SERVICIOS & PRODUCCIONES	2944001	AV. MIGUEL ANGEL LEON Y AV. UNIDAD NACIONAL	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	SAN VALENTIN CLUB	CASTILLO SANTILLAN EDMUNDO	2963137	AV. DANIEL LEON BORJA Y VARGAS TORRES	16	64
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	SPAZIO	SAMANIEGO VILLACRES DIEGO FERNANDO	032604766	AV. DANIEL LEON BORJA Y AV. MIGUEL ANGEL LEON	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	CHILI'S RIOBAMBA	COMDERE S.A.	042232200	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE SN, INTERIOR DE PASEO SHOPPING	49	196
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	V8 RESTO BAR	CISNEROS BRITO MAURO EDUARDO	2946741	ALFREDO COSTALES Y LUIS FALCONI	23	92
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	BLACK & WHITE	MADRID HECTOR EFRAIN	2962400	OLMEDO 18-35 Y VELASCO	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	DEYMAR	NARANJO DELGADO MARCO ANDRES	2950479	DUCHICELA 22-55 ENTRE AV. DANIEL LEON BORJA	8	32

COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	THAO BY BAMBOO	BRITO VERA JUAN CARLOS		LAVALLE 22-08 Y AV. DANIEL LEON BORJA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	MISTRAL RIOBAMBA	CANDO ALLAUCA MARGARITA ISABEL	2950312	DIEGO DE IBARRA 21-20 Y AV. UNIDAD NACIONAL	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	THE DUKE'S IRISH PUB	SUAREZ SANTILLAN DENYS FERNANDO	2940730	BRASIL 18-56 Y AV. UNIDAD NACIONAL	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	CARLO ROSSI DE RIOBAMBA	MORENO MENDEZ ROSA ELENA	2942-663	BARON DE CARONDELET 27-37 ENTRE PICHINCHA Y ROCAFUERTE	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	POUL DISCO BAR	HUGO PARAMO ANGELICA	2601200	CIUDADELA DEL M.O.P. Nº 19	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	BARÇA LA	LOJA QUEZADA FREDY	2961328	JUAN DE VELASCO 20- 45 Y QUAYAQUIL	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	AQUELLOS TIEMPOS	ORTIZ RAMOS FRANCISCO	2940892	LOS ALAMOS 2 LORMAZA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	MONT BLANC	LEON RUIZ ANA LUCIA	095576435	VELOZ 10-51 Y PURUHA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	P.K.2	ROJAS SUAREZ NANCY	2964853	ROCAFUERTE Y CHIMBORAZO	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	LIBAR KARAOKE	CERVANTEZ VELEZ JUAN JOSE	2967476	VENEZUELA 29-70 Y JUAN MONTALVO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	RINCON DEL MARIACHI EL	ARELLANO ORDOÑEZ LUIS	090748417	CALLE 11 DE NOVIEMBRE 29-31 Y CARABOBO	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	D'HUMMER	VELASQUEZ CARVAJAL DIEGO OSWALDO	2950683	PRIMERA CONSTITUYENTE 31-21 Y VARGAS TORRES	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	ROKKA LA	INCA VELEZ MARINA ANGELITA	032968238	AV. MIGUEL ANGEL LEON 33-03 Y VELOZ	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	SEPTIMO CIELO	AVALOS OBREGON MARTHA LUCIA	2948426	10 DE AGOSTO 14-24 Y MORONA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	JHAYRO'S	ORTEGA VEGA JORGE XAVIER	032944447	MORONA 21-42 Y 10 DE AGOSTO	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	RIO BAR	AYALA ROBALINO RINA		DUCHICELA 21-91 Y AV. DANIEL LEON BORJA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	CAPEA LA	CHAFLA MARTINEZ BYRON EDUARDO	032950422	AV. DANIEL LEON BORJA Y LA 44	5	20

COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	BIG BOYS	GUAMBO ALCOCER LUIS ALFREDO	2944526	AV. MIGUEL ANGEL LEON GIRALDA PLAZA	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	RUTA BABYLON	CASTILLO VILLAGOMEZ EDMUNDO NICOLAS	032969050	VARGAS TORRES 22-19 Y AV. DANIEL LEON BORJA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	RADICAL	GARZON MIÑACA EDEN ECUADOR	092436395	AV. 11 DE NOVIEMBRE No. 4 Y AV. LIZARZABURU	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	ABBAY RD PUB	CUEVA VALLEJO LUIS SIFREDO	032964840	AV. DANIEL LEON BORJA 36-56 Y BRASIL	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	ZONA ELITE BAR KARAOKE	PILCO LLUILEMA EDISON FERNANDO	032378011	VARGAS TORRES 22-10 Y AV. DANIEL LEON BORJA	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	NUEVA CHOP II	CHAPALVAY TACURI ELVIRA DEL ROCIO	032603810	DUCHICELA 21-71 Y AV. DANIEL LEON BORJA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	HEART ROCK	SANCHEZ SALAZAR PABLO XAVIER	032960323	LAVALLE 22-34 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	16	64
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	URBAN GOURMET	JARA HEREDIA HOLQUER MARIANO	032945359	LOJA 19-02 Y 12 DE OCTUBRE	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	TRIBU	SARASTI CASTILLO ANDREA VERONICA	2961896	AV. DANIEL LEON BORJA 32-15 Y VARGAS TORRES	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	BALTIMORE	OÑA VELASTEGUI CESAR ANTONIO	2963954	AV. DANIEL LEON BORJA 35-54 ENTRE URUGUAY Y DIEGO DE IBARRA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	BLUE SKY TU KARAOKE DISCO BAR	CORONADO CONRRADO FABIAN ALEXANDER	032610027	JUAN MONTALVO 24-38 Y AV. CORDOVEZ	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	COYOTE BAR KARAOKE EL	BENITEZ LOPEZ GALDYS ERLINDA	2963500	REINA PACHA 42-18 Y CARLOS ZAMBRANO	13	52
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	S TRAGOS DE RIO	TAPIA AREVALO DARIO FERNANDO	2966285	URUGUAY 22-28 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	CLUB DEL CAMPO RIO	GUAMAN QUINZO NATALY DEL PILAR		BARRIO LA PIRAMIDE, SECTOR MEDIO MUNDO	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	FOGON SPORT	COSTALES RIVAS	997899979	AV. DANIEL LEON BORJA	25	100

				CRISTIAN ROBERTO		Y AV. MIGUEL ANGEL LEON INTERIOR DE LA PLAZA GIRALDA		
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	RIO RINCON RIOBAMBA	TUBON LEMA JOSE RODRIGO	2946946	AV. DANIEL LEON BORJA 37-42 Y BRASIL	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	PALACIOS SPORT	PALACIOS ADRIAN ELIOTT DE NAZARETH	2950123	AV. DANIEL LEON BORJA 32-17 Y VARGAS TORRES	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	SEGUNDA	TQ CAFETERIA TRADICIONAL	GRANIZO MONCAYO MARTHA	2968888	VELOZ 42-19 Y LOS SAUCES	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	SEGUNDA	ABUELA ROSA LA	MORENO ARTEAGA CARLOS	2945888	URB. LAS RETAMAS BRASIL 15-03 Y ESMERALDAS	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	SEGUNDA	DESTAPATE	HERRERA CACERES MARIA GABRIELA	2300254	AV. DANIEL LEON BORJA 37-42 Y BRASIL	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	SEGUNDA	TUTTO FREDDO	OCHOA GARCIA JOSE ANTONIO	032414717	PASEO SHOPPING RIOBAMBA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	BOM CAFE	SALDARRIAGA COSIOS MARCELO	2961813	PICHINCHA 21-37 Y 10 DE AGOSTO	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	QUINTA DORADA	TERÁN GUANANGA MARÍA JOSÉ	032600283	GARCÍA MORENO Y 10 DE AGOSTO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	BROTHERS CAFE	VALENCIA OLEAS MARIA FERNANDA	032932091	AV. DANIEL LEON BORJA 24-84 Y BRASIL	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	SUCURSAL PANADERIA LA VIENESA	B&G ASOCIADOS	032944997	AV. DANIEL LEON BORJA 35-15 Y URUGUAY	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	THAO BY BAMBOO	BRITO VERA JUAN CARLOS	032968219	LAVALLE 22-08 Y AV. DANIEL LEON BORJA	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	BALTIMORE	OÑA VELASTEGUI CESAR ANTONIO	2963954	AV. DANIEL LEON BORJA 35-54 ENTRE URUGUAY Y DIEGO DE IBARRA	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	MANI MANI CAFE	ALEMAN DEL PINO UBALDINA GERMANIA		AV. LIZARZABURU-MULTIPLAZA	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	DANU	GARZON NARANJO TANIA MAGALY	2942474	AV. UNIDAD NACIONAL 37-20 Y LAS OLIMPIADAS	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	ROSA LA	BAEZ TORRES PAULINA	2306412	VIRGILIO CORRAL No. 6 Y	8	32

						AGUSTIN DAVALOS		
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	TRIBU	SARASTI CASTILLO ANDREA VERONICA	2961896	AV. DANIEL LEON BORJA 32-15 Y VARGAS TORRES	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	KFECITO EL	BUENAÑO SILVA ANGEL GILBERTO	995102380	VELOZ 41-16 Y CARLOS ZAMBRANO	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	CAYFRUT'S	LEON ZEA MARIA DEL CARMEN		VELOZ 18-27 Y JUAN DE VELASCO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	KFESITO CAFETERIA Y HELADERIA	RODRIGUEZ PASMAY MARTHA DOLORES		10 DE AGOSTO Y ESPAÑA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	MÜHLET	ACURIO MONTERO GLORIA PIEDAD	2901394	AV. DANIEL LEON BORJA Y LUIS A. COSTALES	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	DULCE & CREMOSO SUCURSAL	DULCREMO S.A.	2310140	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Y BEGONIAS, INTERIOR DEL PASEO SHOPPING	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	JHONNY CAFE	MORENO AGUIRRE LUPE CECILIA		ESPEJO Y PRIMERA CONSTITUYENTE	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	HELADOS DE PAILA	TAMAYO MARIA OLGA	2946948	10 DE AGOSTO Y MAGDALENA DAVALOS	23	92
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	CAFE PAOLA	VILLALON MUÑOZ JACOBO ANTONIO	2963051	PICHINCHA 13-24 Y OLMEDO	11	44
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	LISTO BISTRO	HARO CHAVEZ BORIS ALBERTO	2953367	EUGENIO ESPEJO 21-31 Y GUAYAQUIL	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	AMONET	FIALLOS LLANGARI CRISTIAN ALBERTO		JACINTO GONZALEZ No. 33 ENTRE ARGENTINOS Y OROZCO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	PRUEBALO CAFETERIA PANADERIA	ENCALADA VITERI MARIA DEL ROCIO	2306761	AV. DANIEL LEON BORJA Y LAVALLE	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	CAFE PAOLA 2	VILLALON MUÑOZ JACOBO ANTONIO	2950655	VARGAS TORRES 23-24 Y VELOZ	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	THE DUKE'S IRISH PUB	SUAREZ SANTILLAN DENYS FERNANDO	2940730	BRASIL 18-56 Y AV. UNIDAD NACIONAL	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	CASA DE LAS HUMITAS LA	ASITIMBAY PERALTA BLANCA LIBIA	032966795	GARCIA MORENO 29-15 Y VENEZUELA	6	24

COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	MUNDO TUERCA	ALTAMIRANO NOVILLO LUIS GUALBERTO	032300277	PANAMERICANA NORTE (INTERIOR DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO MUNDO TUERCA)	2	8
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	PYNN'S	YEPEZ MERINO TOMAS	032943259	ESPEJO 21-26 Y 10 DE AGOSTO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	VERDE LIMON 1	COSTALES COKA PATICIO MARCELO	2967513	AV. UNIDAD NACIONAL 38-61 Y CHILE	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	VERDE LIMON 2	COSTALES COKA PATICIO MARCELO	2967156	GARCIA MORENO 23-26 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	CUARTA	FLAMINGO EXPRESS	TINAJERO CISNEROS BERTHA LUCIA	2604518	AV. LIZARZABURU Y RIO QUEVEDO	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	PRIMERA	DOLCE VITA LA	FREIRE ALVAREZ LORENA ELIZABETH	2960058	VELOZ 38-83 Y AV. CARLOS ZAMBRANO	20	80
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	PRIMERA	SUBWAY	ALIMENHUNT CIA. LTDA.	2943416	AV. DANIEL LEON BORJA 35-40 Y URUGUAY	9	36
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	PRIMERA	CARL'S JR RIOBAMBA	COMDERE S.A.	042322000	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE SN, INTERIOR DEL PASO SHOPPING	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI	CABEZAS MOREANO RAMIRO	2947053	DIEGO DE IBARRA 22-40 Y PRIMERA CONSTITUYENTE	16	64
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	CASA GUILLO	UVIDIA TAPIA MARTHA PIEDAD		AV. DANIEL LEÓN BORJA 40-11 Y PRINCESA CORI	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	BURGER EXPRESS	NUÑEZ LEON DANIEL FERNANDO	083117512	10 DE AGOSTO 14-64 ENTRE MORONA Y CUBA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	CORCEL NEGRO COMIDA RAPIDA	CASTILLO ANDINO KATHERIN FERNANDA	032943603	PRIMERA CONSTITUYENTE 22-28 Y COLON	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	CONOMANIA PLUS	GUEVARA CABRERA MARCELO DAVID		AV. DANIEL LEÓN BORJA 36-56 ENTRE BRASIL Y URUGUAY	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	PIZZERIA MICHELINOS	DILLON SANTILLAN NANCY PAOLA		JOSE DE VILLAMIL Y AV. 11 DE NOVIEMBRE	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	GELATO CAFFE	GALAN Y MIÑO EXPRESS CIA. LTDA.	2967399	VELOZ 36-40 ENTRE BRASIL Y URUGUAY	10	40

COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	SUBWAY	ALIMENHUNT CIA. LTDA.	2310280	AV. ANTONIO JOSÉ DE SUCRE, PASEO SHOPPING	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	GREENFROST	BELTRAN ANAGUANO KEREN VALERIA		PICHINCHA 22-216 Y 10 DE AGOSTO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	GREENFROST	GUILLEN GAVILANEZ DIANA PAMELA	099878474	DUCHICELA 4188 Y AV. DANIEL LEON BORJA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	CONDUCTOR DE LOS ANDES EL	SINDICATO DE CHOFERES DE CHIMBORAZO	032306009	AV. LA PRENSA Y AV. UNIDAD NACIONAL	1	4
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	HOT DOGS DE LA GONZALEZ SUAREZ 2 LOS	CHAVEZ MEJIA DIEGO ALFONSO		PICHINCHA 21-56 Y 10 DE AGOSTO	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	BELLAVISTA BURQUER TRES	LLANGO FERNANDEZ JEFFERSON ELISEO	2626849	AV. DANIEL LEON BORJA Y LAVALLE	15	60
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	FRUTIFFAST	SANTACRUZ GAVILANEZ CARMITA DEL ROCIO	032954992	AV. DANIEL LEON BORJA 31-14 Y LAVALLE	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	HELADERIA IGLU RIO	OVIDO MONTENEGRO DELIA ELVIRA	2967256	PICHINCHA 21-11 Y GUAYAQUIL	10	40
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	SUB WAY	CORRAL CARRERA CAROLINA PATRICIA	2964981	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE, INTERIOR PASEO SHOPPING	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	SUB WAY	CORRAL CARRERA CAROLINA PATRICIA	2964981	AV. DANIEL LEON BORJA 35-30 Y URUGUAY	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	CONOMANIA	REINOSO ESPINOZA ANA GABRIELA		AV. DANIEL LEON BORJA Y BRASIL	3	12
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	DELICIA LA	MAYORGA AVALOS RODOLFO	097089665	COLON 21-39 Y 10 DE AGOSTO	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	PIZZOTA LA	YUMISACA SANCHEZ LUIS GILBERTO	032951057	AYACUCHO 34-05 Y FRANCIA	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	CORCEL NEGRO COMIDA RAPIDA	ANDINO GUEVARA ADRIANA JOKENZA	032966992	AV. DANIEL LEON BORJA 31-35 Y LAVALLE	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	CIUDAD BLANCA	ROMERO OBANDO MARIA JOSE	2951507	OLMEDO Y LARREA	14	56
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	INES HEREDIA	HEREDIA ORTIZ INES LUCIA	032961161	GARCIA MORENO 29-13 Y VENEZUELA	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	ORALE ANTOJITOS MEXICANOS	ROSERO MEJIA DANIEL	032950337	MORONA 21-57 Y 10 DE AGOSTO	12	48
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	CORCEL NEGRO	ANDINO GUEVARA	2967463	ESPEJO Y 10 DE AGOSTO	7	28

			COMIDA RAPIDA	FANNY YESENIA				
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	TEXAS 2	COPO ORTIZ JAVIER	2600296	MORONA Y 10 DE AGOSTO	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	PAN LONDRES 3	CABEZAS ANDINO MIGUEL ANGEL	032953378	GARCIA MORENO 22-46 Y 10 DE AGOSTO	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	HOT DOGS DE LA GONZALEZ SUAREZ LOS	CHAVEZ MEJIA DIEGO ALFONSO	2960035	AV. DANIEL LEON BORJA 40-52 Y CARLOS ZAMBRANO	2	8
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	VERDE LIMON	COSTALES COKA JESSICA	2945666	AV. UNIDAD NACIONAL 38-61 Y CHILE	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	HUGO'S	MURILLO ROSERO HECTOR	2943130	GUAYAQUIL 22-53 COLON	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	BELLAVISTA BURGUER	LLANGO FERNANDEZ LILIA ABIGAIL	2626849	GUAYAQUIL 21-10 Y LOJA	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	MICKOS ICE CREAM	OROZCO PARAMO ARGENTINA	032609017	AV. LIZARZABURU S/N, NORTE	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	PAPITAS AL HOMBRO 2	CHICAIZA CUNALATA JANETH VERONICA		AV. DANIEL LEON BORJA 33-22	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	AL CARBON CARNES & HAMBURGESAS	VALENCIA HIDALGO ROBERTO CARLOS	2378856	AV. DANIEL LEON BORJA 35-17 ENTRE URUGUAY Y DIEGO DE IBARRA	4	16
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	FLASH MARKET RIO	ABARCA VINTIMILLA SUSAN BELÉN	032603169	AV. LIZARZABURU, INTERIOR DE GASOLINERA PASTORFIDO	2	8
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	ORALE ANTOJITOS MEXICANOS	ROSETO MEJIA DANIEL SANTIAGO	032962265	DUCHICELA 21-20 Y REINA PACHA	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	BURGUER BROSTER RODRI	CUENCA QUISHPI LUIS RODRIGO	995960944	AV. BOLIVAR BONILLA Y COCHABAMBA	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	POLLOS PICOS LOCOS	NAVARRETE OLMEDO VERONICA	984067492	COLON 20-14 Y OLMEDO	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	CUCAYO BREAK	VACA VINUEZA MARIA LOURDES	032968822	LOS ALAMOS, AUGUSTO TORRES 2 Y EDUARDO KINGMAN	1	4
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	PAOLA 2	MUÑOZ MENESES OLFA	2940541	LAS PALMERAS MZ. C BLOQUE 4 Y OLIVOS	4	16

COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	POLLOS DE LA POLI	ALAVA GARAY LIDA ESMERALDA	2605006	AV. PEDRO VICENTE MALDONADO Y FELICIANO CHECA	5	20
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	CONOMANIA	REINOSO ESPINOSA ANA GABRIELA	2602934	10 DE AGOSTO 27-42 Y ROCAFUERTE	7	28
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	PITZ	ZAVALA ZAVALA JUAN CARLOS	2603406	AV. DANIEL LEON BORJA Y CARLOS ZAMBRANO	1	4
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	ALPES LOS	TAMAYO SEVILLA ANGEL MARIA	2969284	ESPEJO 21-43 Y 10 DE AGOSTO	8	32
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	CARBONERO EL	CUMBILLO LUIS HUMBERTO	032949899	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE 31-22 Y NUEVA YORK	6	24
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	AMERICANO ICE CREAM	LUCIN DAMIAN VIVIANA ESMERALDA	2300737	AV. LIZARZABURO No. 10 Y RIO COCA	2	8
								14248

**Fuente:** Catastro de establecimientos registrados en el Ministerio de turismo Ecuador. Dirección de regulación y control – Febrero 2016

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## L. ANEXO 12

**Tabla 7-1.** Agencias de viaje y operadoras turísticas registradas en el cantón Riobamba

CATEGORIA	NOMBRE	REPRESENTANTE	TELEFONO	MAIL	DIRECCION
INTERNACIONAL	CHIMBORAZO TRAVEL	HERNANDEZ GUILLERMO	2940924	chimbrazotravel@yahoo.es	ESPAÑA S/N Y VELOZ
INTERNACIONAL	DELGADO TRAVEL	DELGADO ALVARADO ANTONIO	2961152		10 DE AGOSTO Y LARREA
INTERNACIONAL	RUMBO TRAVEL	MARIA FERNANDA ROBALINO	2954183	rumbotravel@yahoo.com	AV. DANIEL LEON BORJA 45-32 Y AV. DE LA PRENSA
INTERNACIONAL	MAJESTOURING	LARA NANCY	2944673	majestouring@gmail.com	CARABORO Y 10 DE AGOSTO
INTERNACIONAL	RIO TUR TRAVEL	PEREZ ZARATE MARCELO	2968243	rioturtravel@hotmail.com	VELOZ 28-35 Y MAGDALENA DÁVALOS
INTERNACIONAL	MUNDODESTINOS	MESIAS RIOS WASHINGTON	2960976	viajesmundodestinos@hotmail.com	AV. DANIEL LEON BORJA 40-26
INTERNACIONAL	MUNDO TOURS	SANCHEZ LLANGA MARÍA FERNANDA	2953549	mundotours2012@yahoo.com	VELOZ 42-25 Y LOS SAUCES

INTERNACIONAL	INFINITYECUADOR	MIRANDA SALAZAR SANDRA PATRICIA	2947 494	infinityecuadorsa@yahoo.com	AYACUCHO 27-10 Y PICHINCHA
INTERNACIONAL	AGLOTOUR AGENCIA DE VIAJES GLOBAL TOUR CIA. LTDA.	VICUÑA CHRISTIAN ARMANDO	2943811	chvicunia@hotmail.com	OROZCO 25-54 Y GARCÍA MORENO
INTERNACIONAL	NOMADA TRAVEL	MAYORGA ESTRADA JHONNY XAVIER	2952902	nomadatravelrbba@gmail.com	URUGUAY 22-51 Y AV. DANIEL LEON BORJA
INTERNACIONAL	METROPOLITANG TOURING	VILLARREAL CASTRO INES GABRIELA	2607636	gvillarreal_c@hotmail.com	AV. CANONIGO RAMOS No. 13 Y SAINT AMMOND MONRROE
INTERNACIONAL	DELGADO TRAVEL	MENDOZA ALVARADO VICENTE CESAREO	2951928		10 DE AGOSTO Y LARREA
DUALIDAD	UNIVERSAL CENTER TRAVEL	SILVA RAMOS NILMA	2942287	center_travel@yahoo.es	GARCÍA MORENO Y OLMEDO
DUALIDAD	DIAMANTE TOURS	OBREGON ALVAREZ LAURA DEL PILAR	2960319	diamanteriobamba@yahoo.es	AYACUCHO 253 Y GARCIA MORENO
DUALIDAD	INCAÑAN ECO TOURISM S.A.	AGUIRRE MERINO ANDRES SANTIAGO	2940508	incanian_tour@hotmail.com	BRASIL Y ALFREDO COSTALES
DUALIDAD	SUSTAIN TOURS	BAEZ OVIEDO MARIA DEL CARMEN	084681544	mariadbaz@yahoo.com	AV. DANIEL LEON BORJA 36-30 Y URUGUAY
DUALIDAD	PURUHA RAZURKU	CAYAMBE LEMA SEGUNDO OLMEDO	2606774	corporacion@cordtuch.org.ec	AV. SESQUICENTENARIO Y M.A. JIJON
DUALIDAD	AEROVACACIONES	TORRES BARAHONA MONICA	2954590	aero.vacaciones@yahoo.es	PRIMERA CONSTITUYENTE 30-22 Y JUAN MONTALVO
OPERADORA	PROBICI	GALO JOSE BRITO ORTIZ	2941880	probici@ecnetec	PRIMERA CONSTITUYENTE 23-40 Y LARREA
OPERADORA	JULIO VERNE	REYES ALVAREZ WILLIAM	2963423	info@julioverne-travel.com	BRASIL 22-40 Y PRIMERA CONSTITUYENTE
OPERADORA	VELOZ CORONADO EXPEDICIONES	IVO JAVIER VELOZ MATA	2960916	enriqueveloz2000@yahoo.com; ivoveloz@yahoo.com	CHILE 33-21 Y FRANCIA
OPERADORA	TURISTARAPUYA	ALBA EDWIN	2950737	turistarapuya@hotmail.com	PRIMERA CONSTITUYENTE Y JOAQUIN CHIRIBOGA
OPERADORA	CIRCULO TOURS	FREIRE ANDINO HUGO FERNANDO	2947337	info@circulotours.com	VELOZ 37-35 Y BRASIL
OPERADORA	SOUL TRAIN	INSUASTI MARIA EMMA	2964890	htrendorado@hotmail.com	CARABOBO 22-35 Y 10 DE AGOSTO
OPERADORA	CACHA ALLISAMAY	DUCHICELA SANTA CRUZ CARLOS EDUARDO	23030501	segundo_sucuy@yahoo.es	BARRIO COMUNIDAD MACHANGARA
OPERADORA	ALTAR CLIMBING	LARA MATA JORGE	2323085		CHIMBORAZO 24-11 LARREA
OPERADORA	SALAZARTOURS	ORTIZ SALAZAR MILTON	2924303	ecuadorecoadventure@gmail.com	VIENA S/N Y VARSOVIA

OPERADORA	ANDEAN ADVENTURES	CALERO AMBI ALEXANDRA MARILU	2951389	andeannadventures@gmail.com	CONDORAZO 20-62 Y REINA PACHA
OPERADORA	ATRIPEAR	FALCONI DAVILA PABLO LUIS	095724077		ESPEJO S/N Y OLMEDO
OPERADORA	EXPEDICIONES ANDINAS	CRUZ ZURITA MARIA BALVANERA	2364278	marcoacruz@andinanet.net	LAS ABRAS KM31/2 VIA GUANO
OPERADORA	GUI&EME	BONIFAZ SAMANIEGO IVAN PATRICIO	2951710	info@guimetours.com	VELOZ 22-22 Y ESPEJO
OPERADORA	BIKING SPIRIT	BALDEON ROMERO EDISON ALBERTO	2612263	info@bikingspirit.com	ILAPO No.2 Y TIXAN, LA PRIMAVERA

**Fuente:** Catastro de establecimientos registrados en el Ministerio de turismo Ecuador. Dirección de regulación y control – Febrero 2016

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## M. ANEXO 13

**Tabla 8-1.** Empresas de transporte turístico registradas en el cantón Riobamba

NOMBRE	-CATEGORIA	REPRESENTANTE	TELEFONO	MAIL	DIRECCION
RIOEMPRES TOURS	SERVICIO TRANSP.TERRES.TURIS.	JAMI VARGAS EDWIN ING.	2946575	rioemprestours@hotmail.com	AV. DANIEL LEON BORJA 40-26 Y CARLOS ZAMBRANO
INTERANGELES TOURS	SERVICIO TRANSP.TERRES.TURIS.	BUÑAY GUARACA ANGEL E.	2940568	info@interangelestours.com	OLMEDO 28-57 Y CARABOBO
NATIONAL TRAVEL C.A.	SERVICIO TRANSP.TERRES.TURIS.	OÑATE BASTIDAS IGNACIO V.	2968373		URUGUAY 28-01 Y AYACUCHO
TURISMO & TRANSPORTE TRANSHERMOSA	SERVICIO TRANSP.TERRES.TURIS.	USHIÑA QUASGUA HOMERO HUMBERTO	2362116	transhermosa@azulcompanies.com	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE 36-15 DIAGONAL A LA GASOLINERA

**Fuente:** Catastro de establecimientos registrados en el Ministerio de turismo Ecuador. Dirección de regulación y control – Febrero 2016

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## N. ANEXO 14

Tabla 9-1. Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento registrados en el cantón Riobamba

ACTIVIDAD_TURISTICA	SUBACTIVIDAD_TURISTICA	CATEGORIA	NOMBRE	PROPIETARIO	TELEFONO	DIRECCION	MESAS	PLAZAS MESAS
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	PRIMERA	IMPERIO	ABARCA SANTILLAN RAUL CORNELIO	2963966	AV. LOS DUCHICELAS, YARUQUIES	20	80
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	PRIMERA	MANOLAS LAS	DIAZ LARREA ANGEL FERNANDO	032602072	SAN JOSE DE BATAN SECTOR RICPAMBA	15	60
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	PRIMERA	DI ANDRE	VIVAR BARRAGAN CRISTHIAN JAVIER	087003355	ALFREDO PAREJA 15 Y ALEJANDRO CARRION	25	100
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	ROYAL CLUB	RIVERA CACERES SAUL ESTEBAN	2967769	VELOZ Y AV. CARLOS ZAMBRANO	10	40
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	ESCORPION	TAMAYO GRANIZO ANGEL	2947159	AV. 9 DE OCTUBRE Y JUAN MONTALVO	15	60
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	DOÑA FABY	CHIMBOLEMA SATAN MARIA FABIOLA	2628451	AV. LEOPOLDO FREIRE 06-73, FRENTE POLICIA	10	40
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	LOM	NOLIVOS LUNA ZOILA MARINA	2945000	OLMEDO S/N Y JOAQUIN CHIRIBOGA	12	48
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	ECLIPSE	ZEI MARROQUIN ALICIA VIOLETA	2961066	ALVARADO 20-49 Y GUAYAQUIL	20	80
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	CAELUS	OTRIZ MANTILLA ENA SUSANA	2954167	COLON 24-24 Y VELOZ	12	48
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	MAJESTIC PALACE	ORTEGA VELAZCO JOSE JOAQUIN	2366059	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE 36-15 VIA A GUANO	0	0
RECREACION, DIVERSION,	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	BALCONES LOS	ARIAS ARCE NORMA DEL SOCORRO	2966107	TARQUI 27-59 Y AYACUCHO	15	60

ESPARCIMIENTO								
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	RINCON DE VERSALLES	ENDARA PICON LUIS EFRAIN	032957292	AYACUCHO 26-72 Y GARCIA MORENO	15	60
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	BELEN	ERAZO MONTERO EDGAR ALFREDO	032964341	AYACUCHO 18-19 Y MARIANA DE JESUS	25	100
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	GENESIS	CALLES CALDERON MERY SILVIA	032944168	GARCIA MORENO 29-30 Y VENEZUELA	15	60
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	CARIBE CENTER CLUB	PINOS PATIÑO LIGIA GRACIELA	032963698	KM 1 1/2 VIA GUANO, JUNTO A CASA REAL	25	100
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	RINCON DE CALI EVENTOS Y RECEPCIONES	MAYO ESTRELLA ADRIANA PATRICIA	2626360	AV. LEOPOLDO FREIRE Y AV. CIRCUNVALACION	30	120
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	CARAMELO'S ASHLEY	GUACHO CARVAJAL ANGEL VIRGILIO	997098408	ESQUIMALES Y CHIPCHA	25	100
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	CENTRO DE RECEPCIONES PORTAL DE RIOBAMBA	GRANIZO RODRIGUEZ MARIELA SOLEDAD	2362055	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE Nº. 4 Y AV. CIRCUNVALACION	25	100
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	SALON DE EVENTOS RESTAURANTE ROSENGARTEN	OJEDA EVIA ROSA CARMELINA	032307032	AV. LA PRENSA 36-38 Y ARGENTINOS	20	80
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	CASCADA EVENTS LA	GUARANGA POMA JOSE		PICHINCHA 11-09 Y 12 DE OCTUBRE	30	120
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	DEYA-VU	VINAMAQUA TORRES PILAR	2968426	AV. DANIEL LEON BORJA 32-26 Y AV. MIGUEL ANGEL LEON	7	28
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	RONNY'S	RIVERA MIÑO LUIS EDUARDO	2966683	NUEVA YORK 16-45 Y PEDRO DE ALVARADO	0	0
RECREACION,	DISCOTECA	SEGUNDA	PUNTO G	MADRID SALAZAR	032962400	VELOZ 39-42 Y AV. CARLOS	20	80

DIVERSION, ESPARCIMIENTO				HECTOR		ZAMBRANO		
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	DIVINA AMNESIA	SALAZAR PONCE PAULINO EDUARDO	032942825	AV. DANIEL LEON BORJA 32-20 Y VARGAS TORRES	8	32
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	ROBERTH'S	BARROSO PAEZ SONIA ALEXANDRA	2600129	MORONA 14-59 Y 10 DE AGOSTO	15	60
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	NUEVA CHOP	CHAPALVAY TACURI ELVIRA DEL ROCIO	032603810	AV. DANIEL LEON BORJA 42-07 Y DUCHICELA	25	100
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	FABRIK SAL Y PIMIENTA	VACA BALLAGAN CARLOS XAVIER	032950222	AUTACHI 42-55 Y MANUEL ELICIO FLOR	6	24
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	PULSO	SOTO NORIEGA MARIA ANGELICA	2626610	PRIMERA CONSTITUYENTE 12- 57 Y DARQUEA	15	60
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	CARTEL EL	QUISNANCELA MERA JORGE MIGUEL	032964152	10 DE AGOSTO 15-10 Y MORONA	18	72
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	NOX	VIÑAN GUERRERO BYRON ALBERTO	032964325	VARGAS TORRES 22-20 Y AV. DANIEL LEON BORJA	13	52
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	NY NEW YORK	CONTERO HECTOR RODRIGO	2945205	PRIMERA CONSTITUYENTE 14- 46 Y LOJA	10	40
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	TENTADERO BEST	VASCONEZ SAMANIEGO VICTOR HUGO	2960161	AV. DANIEL LEÓN BORJA 41-69 Y DUCHICELA	17	68
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	KANNABIS RIO MUSIC	SHAGÑAY AYNAGUANO MARCO ANTONIO	2601356	AV. MONSEÑOR LEONIDAS PROAÑO Y BARRIO EL ROSARIO	6	24
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	BELVETH	SANCHEZ CHOTO ELVIA MARIA		AV. MIGUEL ANGEL LEON, DIAGONAL A LA GIRALDA PLAZA	17	68
RECREACION, DIVERSION,	DISCOTECA	SEGUNDA	FOE DISCO BAR KARAOKE	IDROVO MERINO WALTER VINICIO	995197917	AV. DANIEL LEÓN BORJA 40-52 Y MANUEL ELICIO FLOR	7	28

ESPARCIMIENTO													
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	MIAMI DISCOTEC	MERINO MONTOYA EDGAR VINICIO	032965903	AV. LA PRENSA Y PRINCESA TOA		17	68				
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	BRSHOWS	VILLAMAR ROSERO POLO DICK	2301036	LOPEZ ARMENDARIZ Y AV. PEDRO VICENTE MALDONADO		8	32				
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	CARAMELO'S ASHLEY	GUACHO CARVAJAL ANGEL VIRGILIO		ESQUIMALES Y CHIPCHA		29	116				
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	8VO CIELO	NUÑEZ LEON ANGEL ROBERTO		10 DE AGOSTO 14-64 Y MORONA		30	120				
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	NUEVA AVENIDA CLUB LA	AYALA SANCHEZ MARILIN TATIANA		AV. DANIEL LEON BORJA Y CARLOS ZAMBRANO		13	52				
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	KIU	CISNEROS BRITO MAURO EDUARDO	2946741	ALFREDO COSTALES Y LUIS FALCONI		13	52				
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	PEÑA	TERCERA	PEÑA 1,2,3	ALMEIDA VALENCIA EDUARDO PATRICIO	2969518	JUNIN 30-17 Y JUAN MONTALVO		12	48				
RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	CARIBE CENTER CLUB	PINOS PATIÑO LIGIA GRACIELA	032364415	KM 1 1/2 VÍA GUANO		25	100				

**Fuente:** Catastro de establecimientos registrados en el Ministerio de turismo Ecuador. Dirección de regulación y control – Febrero 2016

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## O. ANEXO 15

**Tabla 10-1.** Centros de recreación turística registrados a nivel nacional que ofertan deportes de aventura

SUBACTIVIDA	CATEGORI	PROVINCIA	CANTON	PARROQUIA	NOMBRE	PROPIETARIO	TELEFONO	DIRECCION	MESA	PLAZA	CAMA	PLAZA	HABI
-------------	----------	-----------	--------	-----------	--------	-------------	----------	-----------	------	-------	------	-------	------

D TURISTICA	A								S	S MESAS	S	S CAMAS	TACI ONE S
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	ORELLANA	LA JOYA DE LOS SACHAS	LA JOYA DE LOS SACHAS, CAB CANTONAL	COMPLEJO TURISTICO EL BOSQUE	UREÑA PATIÑO TELMO VICENTE	062899094	COMUNIDAD 14 DE DICIEMBRE	10	40	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	ORELLANA	ORELLANA	PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA (COCA)	FINCA AGROTURISTICA LA MAJAGUA	CALERO RAMOS RITA ELENA		VIA 3 DE NOVIEMBRE - EL PROGRESO	14	56	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	ORELLANA	ORELLANA	PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA (COCA)	CATTLEYA	COBOS RAMIRES CARMEN	980034356	AMAZONAS Y GONZALO PIZARRO	34	136	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	ORELLANA	ORELLANA	PUERTO FRANCISCO DE ORELLANA (COCA)	ISLA LA	GOMEZ SEDAMANOS SEGUNDO THUESMAN	099460395	FLOR DEL PANTANO, VIA LORETO	56	224	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	SUCUMBIOS	SHUSHUFINDI	SHUSHUFINDI, CAB CANTONAL	BELLA GRICELDA	CARGUA GARCIA WILIAN ESTUARDO	099085284	VIA AL PARAISO COOPERATIVA ABDON CALDERON	12	48	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	SUCUMBIOS	LAGO AGRIO	NUEVA LOJA	LAS PIRAMIDES	MORAN CONDOR FREDY ROBERTO	094947988	VIA AL PUSINO SECTOR LAS CHOZAS	40	160	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	SUCUMBIOS	LAGO AGRIO	NUEVA LOJA	REY DAVID LAGO	PAZ LAPO SANTOS NORMANDO	062364315	VIA A QUITO Km. 9	8	32	2	2	2
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	SUCUMBIOS	LAGO AGRIO	NUEVA LOJA	BIKIWA	GREFA YUMBO VICTOR	086202622	VIA A QUITO Km. 17	5	20	10	10	1
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	SUCUMBIOS	LAGO AGRIO	NUEVA LOJA	ECOLOGICO LAS PIRAMIDES	CHICA OH ESVEN CRISTIAN	094411188	VIA A PUSINO - SECTOR AGUARICO	43	172	0	0	0

CENTRO DE RECREACION TURISTICO	PRIMERA	PICHINCHA	QUITO	SAN ANTONIO	KAWSIMUNDO	COMPLEJO HOTELERO KAWSIMUNDO CIA. LTDA.	280776	SAN FRANCISCO DE LA PITA S/N Y AV.MANUEL CORDOVA GALARZA	0	0	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	PICHINCHA	QUITO	NAYON	NAYON XTREME VALLEY	MERINO NARANJO HENRY FABIAN	2277086	PALTABAMBA S2-72 Y VIA TANDA	0	0	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	PICHINCHA	QUITO	NANEGALITO	TUCANOPY	TUCANOPY CIA. LTDA.	9.95E+08	VIA CALACALI KM 63,5	0	0	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	PICHINCHA	QUITO	QUITO	MUNDO KART	IMPORTOTAL S.A.	2222350	ARNULFO ARAUJO Y AV. OCCIDENTAL	6	24	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	PICHINCHA	QUITO	QUITO	VULQANO PARK	MIRKPAS S.A.	2223714	ARNULFO ARAUJO S/N Y OCCIDENTAL. TELEFERICO	0	0	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	ZAMORA CHINCHIPE	ZAMORA	ZAMORA	7 PINGAS	APOLO BERRU MANUEL	2606105	TUNATZA KM 4 VIA A YANTZAZA	15	60	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	ESMERALDAS	RIO VERDE	RIO VERDE, CAB CANTONAL	LAS DELICIAS DE GUAYABILLO	VALENCIA BETANCOURT CARMEN	988937457	VIA PRINCIPAL - A CHONTADURO	10	40	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	COMPLEJO LA CASCADA	LLORENTY MENDEZ JULIO AUDAZ	2216876	COOP. COLINAS DE LA ALBORADA SOLAR 01 MZ. # 772 FRENTE AL BAZAR ROSITA	25	100	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	FINCA LA GLORIA	RESTAURANT E FINCA LA GLORIA S.A.	2380196	AV. PRINCIPAL S/N VIA A LA COSTA KM. 51.8	30	120	0	0	0

CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	KEELA WEE S.A.	KEELA WEE S.A.		CARRETERO VIA A LA COSTA KM 28	16	64	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	AVENTURA PARK	AVENTURA PARK PLAYKIDSA C.A.	2644573	AV. BENJAMIN CARRION S/N Y CALLE TERCERA, C.C. LA ROTONDA, LOCAL #20	0	0	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL	GUAYAQUIL	AVENTURA PARK	AVENTURA PARK PLAYKIDSA C.A.	091963938	AV. RODOLFO BAQUERIZO S/N Y SEGUNDO CUEVA CEI, C.C. PLAZA MAYOR, BLOQUE C-2, LOCAL 24	0	0	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	GUAYAQUIL	CHONGON	LAGUNA PARK	ANSELMO RICARDO ZARLENGA RAMÍREZ	997344003	KM 27 VÍA A LA COSTA, FINCA LAGUNA PARK	25	100	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	GUAYAS	ALFREDO B. MORENO (JUJAN)	ALFREDO BAQUERIZO MORENO (JUJAN)	ESCUDERIA SAN JACINTO	MARIA DE DOLORES NARANJO BAEZ	2726163	KM. 21 VIA A YAQUACHI	25	100	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	GUAYAS	DAULE	DAULE, CAB CANTONAL	COMPLEJO TURISTICO PEQUEÑO PARAISO	SEGUNDO MANUEL CARVAJAL HERDOIZA	2252413	VIA A DAULE . SANTA LUCIA, KM. 55 (ENTRADA AL LIMONAL)	38	152	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	DAULE	DAULE, CAB CANTONAL	OASIS EN DAULE	RUIZ LEON XAVIER ARMANDO		TENIENTE HUGO ORTIZ, ENTRE JOSE BARCO Y PABLO NERUDA, SOLAR 5, MZ.	89	356	0	0	0

								337						
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	DURAN	ELOY ALFARO (DURAN), CAB CANTONAL	ROQUETAS DE MAR	CRISTIAN DAVID LOOR CERVANTES			LOTIZACIÓN LAS VÍAS, SOLAR 2-C, KM. 9 VÍA DURÁN-YAGUACHI	15	60	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	EMPALME	VELASCO IBARRA (EL EMPALME)	CENTRO RECREACION AL LA AURORA	AURORA MARLENE QUIJIJE VERGARA	2960275		CDLA. DEMOCRACIA, CALLE 10 DE AGOSTO S/N BARRIO SECTOR DEL SEGURO SOCIAL	35	140	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	EL TRIUNFO	EL TRIUNFO, CAB CANTONAL	DALL ALBA ALL TRAMONTO	SACA GAVILANEZ LUIS RODRIGO	084032788		AV. SIMON BOLIVAR 712 Y JAIME ROLDOS AGUILERA	23	92	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	MILAGRO	MILAGRO, CAB CANTONAL	VISALTUR	VISALTUR S.A.	2970555		TARQUI S/N Y PARAGUAY	47	188	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	PRIMERA	GUAYAS	SAMBORONDO N	SAMBORONDO N, CAB CANTONAL	RIVER PARK	RICHARD PEET LARGE	2832524		VIA SAMBORONDO N KM. 4 1/2	20	80	0	0	0
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	PRIMERA	GUAYAS	SAMBORONDO N	TARIFA	TIERRA DIVERSION-MOVIL POWER	ESPECTACULOS, PARQUES Y DISTRACCIONES ESPARDISA S.A.	2833773		URB. EL TORNERO. AV. PRINCIPAL S/N Y AV. EL TORNERO. KM. 2.5 VIA A SAMBORONDO N. EDIF. TIERRA DIVERSION	9	36	0	0	0
CENTRO DE	PRIMERA	GUAYAS	SAN JACINTO	YAGUACHI	REY PARK	REY PARK	08920963		AV. PRINCIPAL	13	52	0	0	0

RECREACION TURISTICO			DE YAGUACHI	NUEVO,SAN JACINTO JAHUACHI		S.A.	6	S/N KM 10 VIA BABAHOYO A CINCO CUADRAS DEL RECINTO TRES POSTES						
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	GUAYAS	SAN JACINTO DE YAGUACHI	YAGUACHI NUEVO,SAN JACINTO JAHUACHI	FINCA TURISTICA ROSA CELIA	ROMERO MACHUCA ESTALIN FRANCISCO	2827031	AV. PRINCIPAL S/N KM. 32 VIA EL TRIUNFO	13	52	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	PRIMERA	GUAYAS	NOBOL	NARCISA DE JESUS, CAB CANTONAL	GARZA ROJA	ESLIVE S.A.	6001354	CDLA. LOTIZACION LOS CANALES S/N KM. 36 VIA A DAULE	50	200	84	88	12	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	PRIMERA	GUAYAS	GRAL. ANTONIO ELIZALDE (BUCAY)	GENERAL ANTONIO ELIZALDE (BUCAY)	MUNDO SAN RAFAEL	PROMOTORA TURISTICA RAFA S.A. PROTURASA		KM. 86 VIA NARANJITO - BUCAY	10	40	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	MANABI	PORTOVIEJO	ALHAJUELA (BAJO GRANDE)	CASA BLANCA	MOREIRA VERA MARIA ASUNCION	052676265	KM 25 VIA PORTOVIEJO - QUEVEDO SITIO AGUA BLANCA	28	112	11	22	11	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	MANABI	BOLIVAR	CALCETA, CAB CANTONAL	QUINTA LINDA	CEDEÑO FARÍAS CECILIA RAMONA	052686200	BARRIO LAS MERCEDES, CARRETERO CALCETA CANUTO KM. 1	20	80	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	MANABI	MANTA	MANTA	CETUHOBA S.A	CETUHOBA S.A. CENTRO TURISTICO HOTELERO BARBASQUILLO	052678341	VIA BARBASQUILLO PLAYA BARABASQUILLO	92	368	82	115	34	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	MANABI	MANTA	MANTA	PLAZA FOCH	PADILLA ZHIZHINGO SERGIO	052622172	CALLE 15 AV. 28 Y 30	20	80	0	0	0	

						AUGUSTO								
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	MANABI	MANTA	MANTA	DOLPHINS THE	PLUA MERO ALEJANDRO ISACIO		CDLA. LA PRADERA FRENTE A UPC MZ-Y L#25	12	48	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	MANABI	MANTA	MANTA	COMPLEJO DEPORTIVO RECREACION AL LA TRINCA	PIN LOPEZ FLOR MARIA	2927375	CIUDADELA ELEGOLE ,FRENTE AL ESTADIO	8	32	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	MANABI	MANTA	MANTA	LOS ANGELES	MOREIRA ARTEAGA EDISSON EDGAR		CIUD. LOS ANGELAS CALLE 309 Y AV. 229	27	108	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	MANABI	PEDERNALES	PEDERNALES, CAB CANTONAL	DR. CLAVIJO	CLAVIJO CASTILLO LUIS ENRIQUE		VIA ESMERALDAS KM. 18 SAN PEDRO DE CAPERA RECINTO CHEBE	20	80	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	MORONA SANTIAGO	MORONA	RIO BLANCO	LOS DOS PUENTES	RODRIGUEZ CALLE BRAULIO ALBERTO	3044230	VIA SUCUA- SECTOR ARAPICOS	29	116	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	PASTAZA	PASTAZA	PUYO (CAB CANTONAL)	ALEXADA	AYALA VIÑAN LILIANA DEL ROCIO	032792089	AV 13 DE ABRIL Y CALLE A	50	200	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	LOS RIOS	QUEVEDO	QUEVEDO	AVENTURA PARK (PLAYKIDSA) C.A.	AVENTURA PARK PLAYKIDSA C.A.		AV. 7 DE OCTUBRE S/N 13 AVA. C.C. VENTURA PLAZA, PISO 1, OF. 12-13	0	0	0	0	0	
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	CAÑAR	AZOQUES	AZOQUES	Descanso Golf Center	Edgar Tacuri Atariguana	073020048	El Descanso	0	0	0	0	0	
CENTRO DE	SEGUNDA	CARCHI	TULCAN	TULCAN	CARRIZAL EL	SALAZAR		VIA URBINA	62	248	0	0	0	

RECREACION TURISTICO						ROSERO SYLVIA LORENA							
CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	CHIMBORAZ 0	CUMANDA	CUMANDA, CAB CANTONAL	PIEDRA GRANDE	AREVALO CHUIZA LUPE FABIOLA	2727235	RECINTO LA VICTORIA, VIA MAYAGUAN	22	88	0	0	0

**Fuente:** Catastro de establecimientos registrados en el Ministerio de turismo Ecuador. Dirección de regulación y control – Febrero 2016

**Elaborado por:** Franklin Londo Guapi

## P. ANEXO 16

Tabla 34-2. Análisis de costos receta locro de queso

Locro de queso(1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
papas	libra	1	0,28	454	gramos	200	0,00061674	0,123348018
Sal	libra	1	0,54	454	gramos	3	0,001189427	0,003568282
Mantequilla	libra	1	0,80	454	gramos	3	0,001762115	0,005286344
Queso	unidad	1	1,45	454	gramos	50	0,003193833	0,15969163
Aguacate	libra	1	1,30	454	gramos	3	0,002863436	0,008590308
Cebolla blanca	libra	1	0,50	454	gramos	8	0,001101322	0,008810573
Achiote	libra	1	0,85	1000	mililitros	5	0,00085	0,00425
leche	libra	1	0,65	1000	mililitros	150	0,00065	0,0975
							<b>SUBTOTAL</b>	0,411045154
							<b>MERMA 10%</b>	0,0411
							<b>TOTAL</b>	0,45214967

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

Tabla 35-2. Análisis de costos receta arroz relleno con maduros fritos

Arroz relleno con maduros fritos (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Pollo	libra	1	0,80	454	gramos	50	0,001762115	0,088105727
Salchichas	libra	1	1,25	454	gramos	20	0,002753304	0,055066079
Arroz	libra	1	0,40	454	gramos	34	0,000881057	0,029955947
Arvejas	libra	1	0,95	454	gramos	15	0,002092511	0,031387665
Zanahoria	libra	1	0,45	454	gramos	10	0,000991189	0,009911894
Pimiento	libra	1	0,80	454	gramos	25	0,001762115	0,044052863
Cebolla paiteña	libra	1	0,70	454	gramos	10	0,00154185	0,015418502
Aceite	litro	1	1,50	1000	mililitros	8	0,0015	0,012
Achiote	litro	1	0,85	1000	mililitros	3	0,00085	0,00255
Comino	unidad	1	0,25	454	gramos	1	0,000550661	0,000550661
Sal	libra	1	0,54	454	gramos	3	0,001189427	0,003568282
Maduros	libra	1	0,70	454	gramos	40	0,00154185	0,061674009
Salsa china	litro	1	1,65	1000	mililitros	1	0,00165	0,00165
							<b>SUBTOTAL</b>	0,35589163
							<b>MERMA 10%</b>	0,0356
							<b>TOTAL</b>	0,391480793

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

Tabla 36-2. Análisis de costos receta sopa de quinoa

Sopa de quinoa (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Quinoa	libra	1	0,85	454	gramos	34	0,001872247	0,063656388
Papas	libra	1	0,28	454	gramos	20	0,00061674	0,012334802
Carne de res	libra	1	1,50	454	gramos	50	0,003303965	0,165198238
Cebolla blanca	libra	1	0,60	454	gramos	4	0,001321586	0,005286344
Tomate	libra	1	1,20	454	gramos	25	0,002643172	0,066079295
Arvejas	libra	1	0,95	454	gramos	15	0,002092511	0,031387665
Perejil	libra	1	0,40	454	gramos	1	0,000881057	0,000881057
Sal	libra	1	0,54	454	gramos	3	0,001189427	0,003568282
Pimienta	unidad	1	0,30	454	gramos	1	0,000660793	0,000660793
							<b>SUBTOTAL</b>	0,349052863
							<b>MERMA 10%</b>	0,0349
							<b>TOTAL</b>	0,38395815

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

Tabla 37-2. Análisis de costos receta arroz con pollo y champiñones

Arroz con pollo y champiñones con ensalada de rábano (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Pollo	libra	1	0,75	454	gramos	100	0,001651982	0,165198238
Arroz	libra	1	0,40	454	gramos	34	0,000881057	0,029955947
Champiñones	libra	1	0,54	454	gramos	450	0,001189427	0,178414097
Rabano	libra	1	0,60	454	gramos	8	0,001321586	0,010572687
Limón	libra	1	1,00	454	gramos	21	0,002202643	0,046255507
Sal	libra	1	0,54	454	gramos	3	0,001189427	0,003568282

Leche	litro	1	0,95	1000	mililitros	150	0,00095	0,1425
							<b>SUBTOTAL</b>	0,576464758
							<b>MERMA 10%</b>	0,0576
							<b>TOTAL</b>	0,634111233

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Tabla 38-2.** Análisis de costos receta jugo de mora

Jugo de uvillas con taxo (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Mora	libra	1	0,75	454	gramos	50	0,001651982	0,082599119
Taxo	libra	1	1,00	454	gramos	50	0,002202643	0,110132159
Azúcar	libra	1	0,50	454	gramos	14	0,001101322	0,015418502
							<b>SUBTOTAL</b>	0,20814978
							<b>MERMA 10%</b>	0,0208
							<b>TOTAL</b>	0,228964758

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Tabla 39-2.** Análisis de costos receta arroz con menestra y carne frita

Arroz con menestra carne frita y ensalada de tomate (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Arroz	libra	1	0,40	454	gramos	34	0,000881057	0,029955947
Lenteja	libra	1	0,80	454	gramos	25	0,001762115	0,044052863
Cebolla blanca	libra	1	0,60	454	gramos	1	0,001321586	0,001321586
Achiote	litro	1	0,80	1000	mililitros	3	0,0008	0,0024
Aceite	litro	1	1,50	1000	mililitros	8	0,0015	0,012
Sal	libra	1	0,54	454	gramos	3	0,001189427	0,003568282
Carne	libra	1	0,75	454	gramos	1	0,001651982	0,001651982
Lechuga	libra	1	0,50	454	gramos	10	0,001101322	0,011013216
Tomate	litro	1	1,50	1000	mililitros	15	0,0015	0,0225
Limón	libra	1	1,00	454	gramos	21	0,002202643	0,046255507
							<b>SUBTOTAL</b>	0,174719383
							<b>MERMA 10%</b>	0,0175
							<b>TOTAL</b>	0,192191322

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Tabla 40-2.** Análisis de costos receta limonada

Limonada (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Limonas	libra	1	1,00	454	gramos	50	0,002202643	0,110132159
Azúcar	libra	1	0,50	454	gramos	14	0,001101322	0,015418502
							<b>SUBTOTAL</b>	0,125550661
							<b>MERMA 10%</b>	0,0126
							<b>TOTAL</b>	0,138105727

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Tabla 41-2.** Análisis de costos receta ensalada de frutas

Ensalada de frutas (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Piñas	libra	1	0,75	454	gramos	30	0,001651982	0,049559471
Uvas	libra	1	1,00	454	gramos	30	0,002202643	0,066079295
Manzanas	libra	1	1,25	454	gramos	30	0,002753304	0,082599119
Papaya	libra	1	1,00	454	mililitros	30	0,002202643	0,066079295
Melón	libra	1	1,00	454	mililitros	30	0,002202643	0,044052863
Platanos	libra	1	0,80	454	gramos	30	0,001762115	0,052863436
Frutillas	libra	1	1,00	454	gramos	30	0,001	0,03
Crema de leche	libra	1	0,40	1000	gramos	25	0,000881057	0,022026432
azucar	libra	1	0,50	454	mililitros	14	0,001101322	0,015418502
							<b>SUBTOTAL</b>	0,428678414
							<b>MERMA 10%</b>	0,0429
							<b>TOTAL</b>	0,471546256

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Tabla 42-2.** Análisis de costos receta jugo de zanahoria

Jugo de Zanahoria con huevo de campo (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
zanahoria	libra	1	0,80	1000	gramos	200	0,0008	0,16
huevo	cubeta	1	1,30	1000	gramos	60	0,0013	0,078
huevo	libra	1	0,50	454	gramos	14	0,001101322	0,015418502
							<b>SUBTOTAL</b>	0,16
							<b>MERMA 10%</b>	0,0160
							<b>TOTAL</b>	0,176

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Tabla 43-2.** Análisis de costos receta papas con cuy

Papas con cuy (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
Cuy	libra	1	3,00	454	gramos	80	0,00660793	0,528634361
Papas	libra	1	0,28	454	gramos	200	0,00061674	0,123348018
Mani	libra	1	0,90	454	gramos	10	0,001982379	0,019823789
Leche	litro	1	0,65	1000	mililitros	150	0,00065	0,0975
Sal	litro	1	0,54	454	gramos	3	0,001189427	0,003568282
Lechuga	libra	1	0,50	454	gramos	10	0,001101322	0,011013216
Tomate	libra	1	1,00	454	gramos	15	0,002197802	0,032967033
Pimienta	libra	1	0,25	454	gramos	1	0,000550661	0,000550661
							<b>SUBTOTAL</b>	0,817405359
							<b>MERMA 10%</b>	0,0817
							<b>TOTAL</b>	0,899145895

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Tabla 44-2.** Análisis de costos receta fritada

Fritada (1 persona)								
PRODUCTO	COMPRA			FACTOR DE CONVERSION	USO			
	UNIDAD	CANT.	PRECIO		UNIDAD	CANT.	C UNIT.	TOTAL
carne de chanco	libra	1		454	gramos	100	0,009030837	0,9030837
comino molido	unidad	1		454	gramos	1	0,000550661	0,000550661
dientes de ajo	libra	1		454	gramos	3	0,001321586	0,003964758
cebolla blanca	libra	1		454	gramos	5	0,001321586	0,00660793
cebolla colorada	libra	1		454	gramos	10	0,00154185	0,015418502
sal	libra	1		454	gramos	3	0,000770925	0,002312775
pimienta	unidad	1		454	gramos	1	0,000769231	0,000769231
mote	libra	1		454	gramos	20	0,001762115	0,035242291
aceite	litro	1		1000	mililitros	10	0,0015	0,015
lechuga	libra	1		454	gramos	10	0,001101322	0,011013216
Tomate	litro	1		454	gramos	15	<b>0,002197802</b>	0,032967033
limon	libra	1		454	gramos	5	<b>0,002202643</b>	0,011013216
maduros	libra	1		454	gramos	10	<b>0,003846154</b>	0,038461538
							<b>SUBTOTAL</b>	1,076404851
							<b>MERMA 10%</b>	0,1076
							<b>TOTAL</b>	1,184045336

Fuente: Proyecto comunitario restaurante rincón andino

Elaborado por: Paola García y Belén Ricaurte

**Q. ANEXO 17****Tabla 54-2** Ficha de registro de visitantes

Ficha de registro de visitantes	
Nombre / Name / Nom	
Nº de cedula o pasaporte: ID or Passport: Numero de passeport:	
País de residencia: Origen country: Pays de residencia:	

Ciudad de residencia: Origen city: Ville de residence	
Estado civil: Civil status: Etat civil:	
Masculino Male Masculin	Femenino Female Feminin
Fecha de nacimiento: Date of birth: Date de naissance:	
Profesión u ocupación: Profesion / occupation: Profession ou occupation	
Duración de la estadía: Stay time (day) Durée du séjour (jours)	
Modalidad de viaje: Type of travel: Modalité du voyage:	Independiente      Agencia de viajes Alone                    Agency of travel Independent            Agence de voyage
Fecha de ingreso: Check in date: Date d'arrivée	
Fecha de salida: Check out date: Date de départ:	

Fuente: Operadora de Turismo PuruhaRazurku. CORDTUCH. 2010

Elaborado por: Franklin Londo

## R. ANEXO 18

**Tabla 55-2:** Ficha estado de salud

<b>¿Tiene alguna enfermedad que requiera periódicamente tratamiento o control médico?</b> SI/NO ¿Cuál?.....
<b>¿Esta medicado? ¿Presenta alguna contraindicación médica?</b> SI/NO ¿Qué medicación? ¿Cuál? .....
<b>¿Tiene alguna alergia?</b> SI/NO En caso afirmativo, describa sus manifestaciones: ..... La alergia se debe a: .....
<b>¿Presenta alguna limitación física? Otros problemas de salud</b> SI/NO Aclaración.....
<b>¿Posee seguro médico?</b>

SI/NO ¿Cuál?..... N afiliación.....
..... <b>Firma, aclaración y DNI/CI</b>

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Franklin Londo

**S. ANEXO 19****Tabla56-2:** Ficha inspección técnica periódica de la infraestructura

<b>INSPECCIÓN TÉCNICA PERIÓDICA DE LA INFRAESTRUCTURA</b>				
<b>FECHA:</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PLATAFORMAS</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Estructuras				
Soldaduras				
Anclajes				
Oxidación				
Enganches				
Toper				
Frenos				
Tacos				
Espuma de protección				
<b>SIMBOLOGÍA</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	<b>REALIZADO POR:</b>		
<b>S</b> Satisfactoria				
<b>B</b> Bueno				
<b>R</b> Para reparar		<b>APROBADO POR:</b>		
<b>C</b> Corregido				