UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD: FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

CARRERA DE TURISMO: MAESTRÍA EN PLANIFICACIÓN TURÍSTICA I

PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE CICLO RUTAS COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA EL VALLE.

Trabajo de Graduación previo a la obtención del título de Magíster en Planificación Turística.

AUTOR:

LCDO. MARCO ADRIÁN AGUIRRE ULLAURI.

DIRECTORA:

MGST: KARINA FARFÁN

Cuenca-Ecuador

2014

DEDICATORIA:

Dedico el presente trabajo a mi familia que se ha constituido en el pilar fundamental de mi desarrollo como ser humano, de manera especial a mi padre Marco, mi compañera de toda la vida Adriana, y al renacer de mi futuro mi hija Raquel.

Los Amo.

Índice de contenidos:

1.- Datos Generales del Proyecto……6

1.1.-Nombre del proyecto……..6

1.2.-Entidad Ejecutora……6

1.3.-Cobertura y Localización……7

1.4.-Monto…….8

1.5.-Plasos de ejecución…….8

1.6.-Sector y tipo de Proyecto……8

2.-Diagnostico del problema……..8

2.1.-Descripcion de la situación actual del área de intervención del proyecto. …..10

2.2.-Identificacion, descripción y diagnóstico del problema……11

2.3.-Linea Base del proyecto…….21

2.4.-Analisis de la Oferta y la Demanda……..24

2.4.1.-Datos Generales…….....24

2.4.2.-Demanda……30

2.4.3.-Oferta……..38

3.-Objetivos del Proyecto……39

3.1.-Objetivo general y Específico……....40

3.1.1.-Objetivo General……...40

3.1.2.-Objetivos Específicos……...40

3.2.-Descripción del Proyecto……40

3.2.1.-Descripción de las ciclo rutas……..43

3.2.2.-Modelo de Implementación……..50

3.2.2.1.-Ciclismo de montaña……54

3.2.2.3.-Modalidades del ciclismo de montaña……..56

3.2.2.4.-Partes de una bicicleta de Montaña……..59

3.2.2.5.-Criterios Técnicos…… ……62

3.3.-Identificacion y caracterización de la población objetivo……...64

4.-Manual de gestión……...65

4.1.-Introduccion. ……65

4.2.-Proposito del Manual de Gestión Administrativa……66

4.3.-Fijacion de objetivos a largo plazo……66

4.4.-Organigrama Funcional……66

4.4.1.-Junta Parroquial El Valle……...67

4.4.2.1 Administrador (a)……..68

4.4.1.2 Mecánico de bicicletas……69

4.4.1.3 Guías locales……..70

5. Plan de Capacitación……70

5.1 Introducción……...71

5.2 Justificación……...71

5.3 Recomendaciones para la capacitación……77

5.4 Actividades complementarias……..77

6.-Estrategias de promoción y marketing……87

6.1.- Plan de Comunicación……...82

6.2.-Pan de Promoción……..83

6.3.- La Marca……..86

7.- Matriz de Marco Lógico……...88

7.1.-Analisis Financiero……100

8.-Analisis de impacto Ambiental…….104

8.1.-Buenas Prácticas Ambientales…….108

9.- Estrategias de seguimiento y Evaluación……...110
9.1 Monitoreo de la ejecución……110
9.2 Evaluación de resultados e impactos……111
10.- Conclusiones……...113
11.- Recomendaciones…….....115
Anexos…….....116
Bibliografía……123

Resumen para Abstract. Tesis Maestría ADRIÁN AGUIRRE

aguirre-adrian@hotmail.com

El trabajo de tesis denominado ¨Implementación de Ciclo Rutas como Atractivo Turístico para la Parroquia El Valle¨, constituye la herramienta que permitirá articular esfuerzos de desarrollo económico por parte de la junta parroquial a la población local, ya que plantea alternativas de visita y educación ambiental enfocadas de acuerdo a intereses específicos del visitante que se ejemplifica como cualquier persona que pueda manejar una bicicleta. En este contexto asociamos la vida y salud de los habitantes del Cantón Cuenca, la provincia, el país, y la región con un modelo exitoso de manejo, clasificación y reutilización de desechos, que es el punto de partida de nuestras ciclo rutas el denominado ECO-PARQUE que brinda la posibilidad de ser un espacio de recreación para ciclistas que busquen educación y esparcimiento. El proyecto clasifica tres rutas delimitadas y categorizadas por intereses, dificultad, distancia y accesibilidad.

ABSTRACT

The thesis called "Implementation of Cycle Routes as a Tourist Attraction for *El Valle* Parish" is a tool to coordinate economic development efforts conducted by the Parish Council for the benefit of the local population. This proposes alternatives for visits and environmental education according to the visitor's specific interests, for example for people interested in bicycle rides. In this context we link the life and health of the inhabitants of Cuenca Canton, the province, the country and the region with a successful management model, classification and recycling of waste. This is the starting point of our cycle routes called *ECO-PARQUE* which offers the possibility of recreational spaces for cyclists seeking both education and entertainment. The project classifies three defined routes categorized by interest, difficulty, distance and accessibility.

UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
DPTO. IDIOMAS

Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

1.-Datos Generales del proyecto:

1.1 Nombre del proyecto:

"IMPLEMENTACIÓN DE CICLO RUTAS COMO ATRACTIVO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA EL VALLE¨

1.2: Entidad ejecutora:

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de El Valle.

1.3: Cobertura y Localización:

Rasgos Históricos:

Según datos históricos[1], desde el año 1.655 se dan los primeros negocios de compra venta de terrenos en El Valle de Guncay, sector que fue uno de los más poblados, que servía de acceso a la parroquia y camino de paso a la parroquia de Paccha.

La Gobernación de Cuenca en el año 1778, por orden de una Cédula dictada el 10 de Noviembre de 1776 por Carlos III, ordena un censo de todos sus súbditos pertenecientes al Virreinato de Nueva Granada, según el censo[2], el Valle tenía una población de 3.930 habitantes.

El 8 de noviembre de l802[3] se conforma la parroquia religiosa El Valle con la designación del primer cura interino Mariano Andrade y Lara de Velasco. El nombre con el que nace la parroquia es por decisión de los sacerdotes dominicanos quienes lo denominaron San Juan Bautista de El Valle.

Otro dato de gran valía es *la constitución de Cuenca independiente* el tres de Noviembre de 1820, fecha en la que Cuenca se declaró independiente. Su jefe político y militar, don José María Vásquez de Noboa, convocó a una asamblea para formar un cabildo abierto, con el concurso de representantes de todas las parroquias, la sesión se realizó el 15 de Noviembre, su objetivo primordial era el acordar un plan de gobierno que debía

adaptarse a la nueva situación. Firman como diputados en representación de la parroquia El Valle los señores: Juan Jaramillo y Manuel Guerrero (nombre que hoy lleva la escuela de niñas de la parroquia).De acuerdo al libro de la legislación Ecuatoriana, la parroquia el Valle fue creada el 1 de septiembre de 1852 en la presidencia de la república del Ecuador de José María Urbina y asentado en el registro oficial el 8 de septiembre del mismo año.

Fuente: Revista Junta Parroquial.

Edición: Segunda.

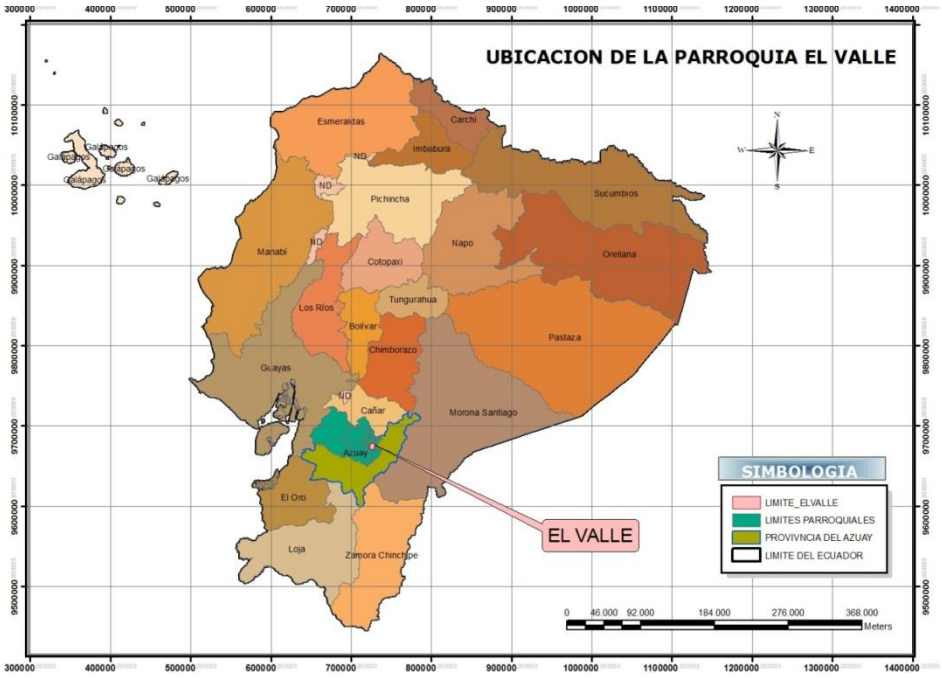
Año: 2013.

La Parroquia El Valle está ubicada en América del Sur, en la cordillera oriental de los Andes, Ecuador, al sureste del Cantón Cuenca.

Limita al norte con la ciudad de Cuenca y la Parroquia Paccha, al sur con la Parroquia Tarqui, Quingeo y Santa Ana; al este con la Parroquia Santa Ana y al oeste con la ciudad de Cuenca y la Parroquia Turi.

Posee una superficie aproximada de 4.404 Ha, de las cuales 436,4 ha están cubiertas de vegetación nativa.

Mapa de la parroquia.



Título: Mapa Parroquial.

Fuente: Junta Parroquial El Valle**.**

1.4: Monto.

Monto Total: USD $150.000,00

USD $ 50.000,00 GAD Parroquial Rural de El Valle

USD $ 100.000,00 Financiamiento externo.

1.5: Plazo de Ejecución:

6 Meses.

1.6 Sector y tipo de proyecto:

No.	**Sector**	**Subsector/ Tipo de Intervención**	**Instituciones Responsables**
12	Turismo	12.2 Promoción Turística 12.3 Infraestructura	- GAD Parroquial Rural de El Valle - Fundación Municipal Turismo para Cuenca.

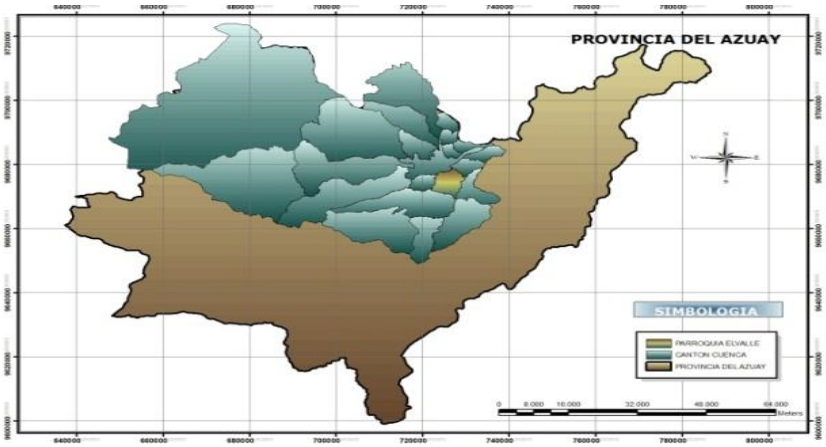
2. Diagnóstico del problema.

2.1 Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto:

La Parroquia El Valle está ubicada en América del Sur, en la cordillera oriental de los Andes, Ecuador, al sureste del Cantón Cuenca.

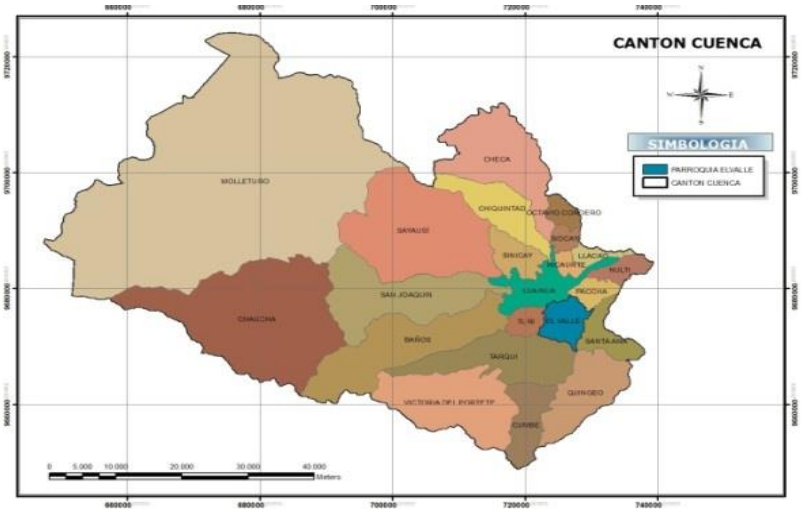
Sus límites son:

- **Al Norte**: con el límite urbano del Cantón Cuenca.
- **Al Sur**: por las parroquias Tarqui y Quingeo.
- **Al Este**: por las parroquias de Paccha y Santa Ana.
- **Al Oeste**: por la parroquia de Turi.



***Fuente**. Municipalidad de Cuenca, Plan de Ordenamiento Territorial- POT*

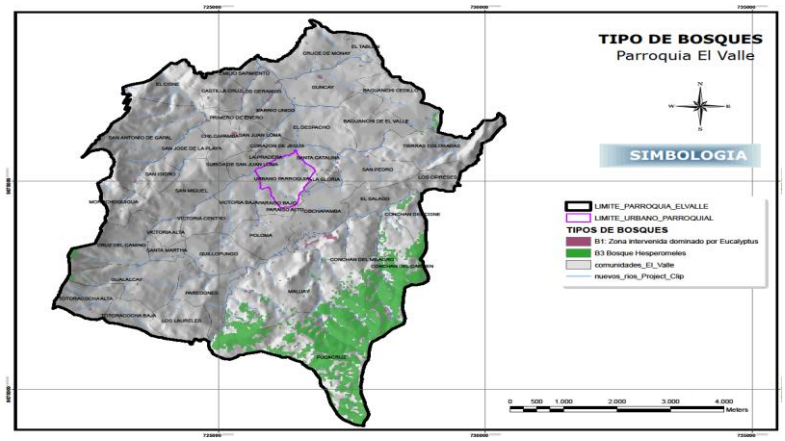
***Elaboración:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle*



***Fuente**. Municipalidad de Cuenca, Plan de Ordenamiento Territorial- POT*

***Elaboración:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle*

Los bosques nativos se encuentran en la zona alta de la parroquia, en terrenos rocosos o con fuertes pendientes. La especie dominante en estos sitios es *Hesperomelesferruginea*, de ahí su denominación de bosque de *Hesperomeles*. Además en esta parroquia existen plantaciones de Eucaliptos que se encuentran en los linderos de las propiedades, terrenos considerados baldíos y en las riberas de las quebradas. La vegetación nativa que ha sido intervenida ya sea por la tala selectiva, quema o pastoreo al interior del bosque es muy común encontrar especies como *Ferreyranthusverbascifolius*, *Baccharis latifolia* y algunas especies del género *Rubus*. La poca cobertura nativa de esta parroquia pone en peligro las fuentes de agua, la fertilidad de los suelos y por ende la calidad de vida de sus habitantes.



Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo*

Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle*

La población de la Parroquia El Valle, de acuerdo con los datos del Ceso del INEC del año 2010 es de 24.314 habitantes. La población está conformada por un 53 % de mujeres y un 47 % de hombres. Los rangos de edad, indican que el mayor porcentaje está dentro del rango comprendido entre 5 a 14 años que corresponde al 21,51 % del total de la población de la parroquia, mientas que el rango de 65 años y mas correspondiente a los adultos mayores ocupa el 7,78 % del total parroquial. La tasa de migración de la Parroquia es del 4,35%, de los cuales el 38,48% son mujeres y un 67% son hombres.

Las comunidades que se caracterizan por su mayor cantidad de población son: Cochapamba, Chilcapamba, Area Urbano Parroquial, San Miguel y San Antonio de Gapal respectivamente, cuya población comunitaria supera el millar de personas.

En cambio se evidencia un conjunto de comunidades con poca población como: Pucacruz, Conchán del Cisne, Conchán del Carmen, Totoracocha Alta, Totoracocha Baja, Morochoquigua, Victoria Alta, Paraíso Bajo, entre otras cuya población no supera los doscientos habitantes.

El Valle mantiene una cercanía al centro cantonal, situación que favorece para que la infraestructura vial principal sea aceptable. Para acceder a la parroquia desde el centro de la ciudad de Cuenca, se lo puede realizar utilizando los servicios de transporte de buses, destacándose los recorridos de las líneas 14, 15 y 24. También encontramos otras empresas de transporte como son: El Progreso, Trans. Milagro, Trans. Cenepa. Transp. Sígsig, Austroruta Santa Bárbara y Santiago de Gualaceo que cubren las líneas inter parroquiales y micro regionales.

Vías Primarias: se consideraran a las vías que comunican con las demás parroquias, en el caso de El Valle, se identifican: a la vía principal de acceso a la parroquia, que empieza en el Colegio Garaicoa y comunica con las parroquias de Santa Ana y Quingeo y además comunica con el cantón Gualaceo y Sigsig; y provincial e interprovincial y a la vía Monay – Baguanchi que empieza en el redondel del Hospital del Seguro y comunica con la parroquia Paccha.

Vías Secundarias: dentro de esta clasificación encontramos a las vías que comunican a las comunidades, sectores y barrios entre si; y,

Vías Terciarias: son las vías que están al interior de las comunidades o conocidas como vías locales.

Es importante recalcar que el potencial físico para nuestro proyecto se orienta justamente hacia este sistema de conectividad, ya que es en donde se han delimitado las ciclo rutas para la parroquia.

La parroquia el valle, de acuerdo con el inventario vial realizado principalmente entre las vías primarias y secundarias; cuenta con una red vial de 121.27 Km de longitud, las mismas que se clasifican por su tipo de acuerdo con el siguiente cuadro:

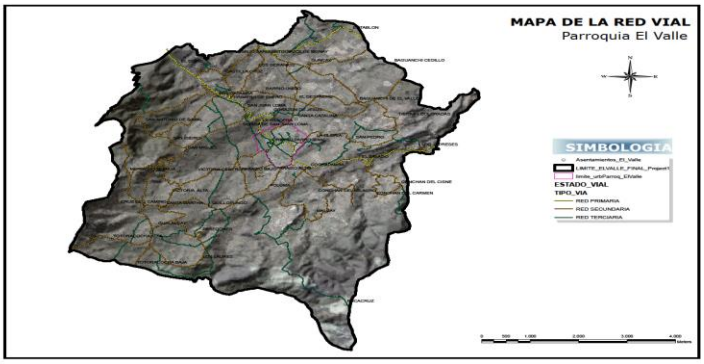
Longitud y porcentaje por tipo de vía de vía

TIPO_VIA	LONGITUD (Km)	%
RED PRIMARIA	13,41	11,06
RED SECUNDARIA	70,05	57,77
RED TERCIARIA	37,81	31,18
TOTAL	**121,27**	**100,00**

Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo*

Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle*

Según los datos observados, se determina que la red terciaria tiene un alto porcentaje de distribución en la parroquia constituyéndose en un gran potencial para poder implementar en el futuro una mayor cantidad de ciclo rutas.



Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo*

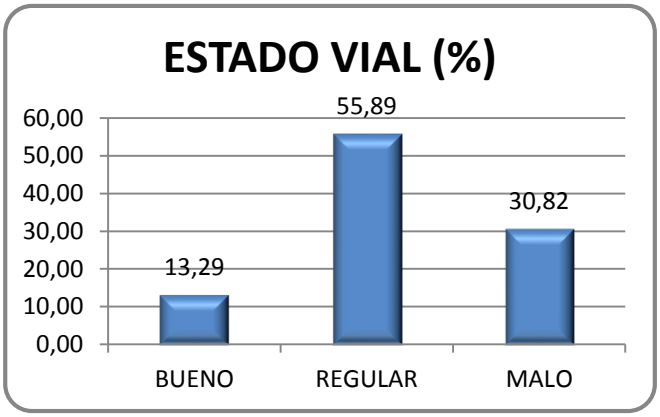
Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle*

Longitud y porcentaje por estado de la red vial

El estado de la infraestructura vial se pudo verificar mediante recorridos de campo, encontrándose que únicamente el 13.26 % de las vías que equivale a 16.12 Km, están en buen estado.

Estado de la Red Vial

ESTADO_VIA	LONGITUD (Km)	%
BUENO	16,12	13,29
REGULAR	67,78	55,89
MALO	37,3718	30,82
TOTAL	**121,27**	**100,00**

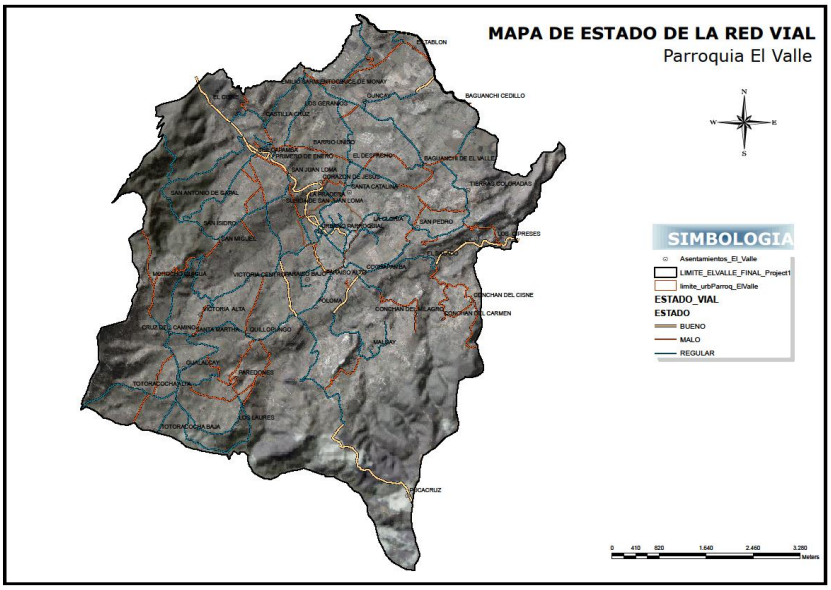


Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo*

Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle.*

El mayor porcentaje de vías se encuentran en regular estado, siendo este análisis relativo puesto que como se indicó anteriormente, el material predominante de las vías es el lastre, el mismo que debido al tráfico y a las condiciones climáticas se deteriora con facilidad, por lo que puede pasarse fácilmente del estado regular al malo.

Este particular puede ser inclusive considerado de gran interés ya que de alguna manera pudiera incrementar los niveles de dificultad de las diferentes ciclo rutas o mantenerlas.



Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo*

Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle*

Jerarquía vial.

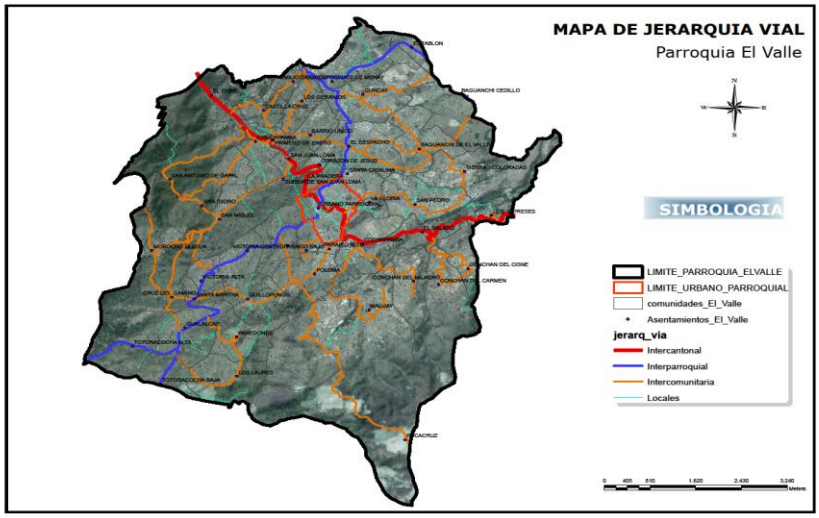
La clasificación de la red vial por tipo de vía, se ha realizado de acuerdo a la funcionalidad de las mismas, así:

Intercantonal:, en el caso de El Valle, se identifica a la vía principal de acceso a la parroquia, que conecta con la ciudad de Cuenca y empieza en el Colegio Garaicoa, atraviesa la parroquia en sentido nor - este y comunica con las parroquias de Santa Ana y Quingeo y además comunica con el cantón Sigsig.

Interparroquial: se consideraran a las vías que comunican con las demás parroquias, en este caso encontramos a la vía Monay – Baguanchi que empieza en el redondel del Hospital del Seguro Social y comunica con la parroquia Paccha.

Intercomunitarias: dentro de esta clasificación encontramos a las vías que comunican a las comunidades, sectores y barrios entre sí.

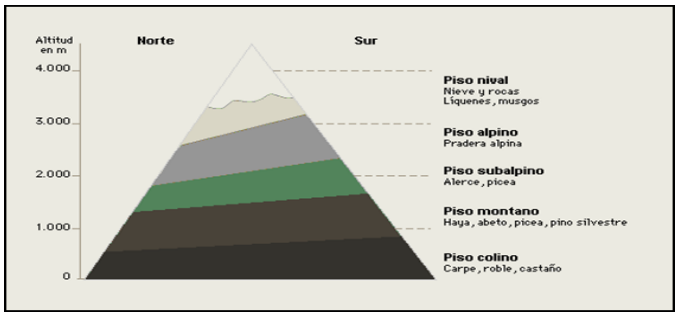
Consideradas de manera directa en el punto de partida y retorno a nuestro centro de operaciones.



Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo.*

Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle.*

El territorio de la Parroquia El Valle se localiza entre las altitudes comprendidas entre los 2460 y 3120 m.s.n.m., lo que ha ayudado a determinar inclusive al interior de la población la definición de zonas dentro de la parroquia, así tenemos identificada a la zona baja desde los 2460 hasta los 2600 m.s.n.m que incluye al centro parroquial y la zona alta que va desde los 2600 m.s.n.m en adelante.



Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo*

Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle.*

Posee un clima Ecuatorial Mesotérmico semi húmedo; con temperaturas que fluctúan entre 12°C y 20°C. La precipitación anual es de 500 a 2.000 mm, tiene dos estaciones lluviosas que están entre febrero-mayo y octubre-noviembre.

Considerando estos análisis geográficos tenemos que la caracterización de los niveles de dificultad estarían dados de acuerdo a las pendientes en las ciclo rutas, los rangos altitudinales e inclusive la temporalidad anual. Factores que al momento de emprender el recorrido serán puestos en evidencia para que el visitante pueda tomar la decisión correcta de acuerdo a su interés y experticia en la rama.

Mapeo de Actores.

La utilización del mapeo de actores o también llamado socio grama ayuda a representar la realidad social en la que se intervendrá, comprenderla en su complejidad y diseñar estrategias de intervención con más elementos que él solo sentido común o la sola opinión de un informante calificado. La utilización del mapa social es fundamental en el diseño y puesta en marcha de todo proyecto, así como también a la hora de negociar/construir en conjunto el programa de acción a seguir. El mapeo de actores permite conocer las alianzas, los conflictos, los portavoces autorizados, y por ende, permite seleccionar mejor los actores a los que se deba dirigir en tal o cual momento.

En la parroquia El Valle se organizan de acuerdo al siguiente cuadro:

Elaborado: I. Municipalidad de Cuenca-Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Fuente: Talleres comunitarios El Valle – 2010

Organización Comunitaria.

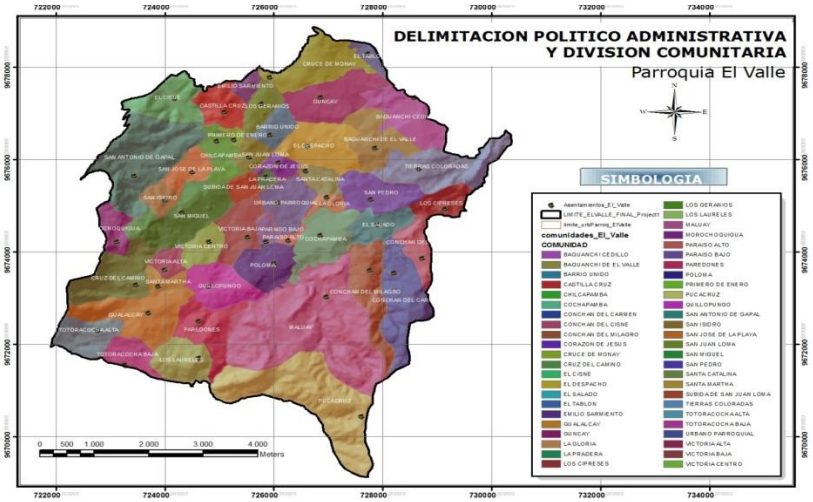
La parroquia el Valle se conforma por 66 comunidades – barrios, cada comunidad cuenta con una estructura organizacional, denominadas comités pro mejoras. Se trata de una instancia organizativa territorial de base, son instancias de participación, articulación e integración entre las diversas organizaciones comunitarias, grupos sociales y los ciudadanos, que permiten al pueblo organizado ejercer directamente la gestión de proyectos orientados a responder a las necesidades y aspiraciones comunes.

Los comités pro mejoras son elegidos participativamente por los moradores de la comunidad, y están representados por sus directivas, las mismas que son reconocidas y posesionadas por el Gobierno Parroquial. El mecanismo de participación ciudadana son las asambleas comunitarias, se reúnen al menos una vez por mes para analizar problemas de interés comunitario, buscan consensos, establecen prioridades, gestionan y planifican las obras.

Elaborado: Junta parroquial el Valle.

Fuente: Revista de la Junta Parroquial.

Asamblea Comunitaria: tienen como finalidad la deliberación pública, el fortalecimiento de capacidades colectivas de dialogo con las autoridades, llegar acuerdos y consensos para la gestión de lo pública.



Fuente: *Encuestas comunitarias 2010 - recorridos de campo*

Elaboración: *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle.*

Nº	COMUNIDAD	Nº	COMUNIDAD	Nº	COMUNIDAD
1	Baguanchi Cedillo	23	Gualalcay	45	San Antonio de Gapal
2	Baguanchi de El Valle	24	Guncay	46	San Isidro
3	Barrio Unido	25	La Gloria	47	San José de la playa
4	Castilla Cruz	26	La Pradera	48	San Juan Loma

5	Chilcapamba	27	Los Cipreses	49	San Miguel
6	Cochapamba	28	Los Geranios	50	San Pedro
7	Conchan del Carmen	29	Los Laureles	51	Santa Catalina
8	Conchan del Cisne	30	Maluay	52	Santa Martha
9	Conchan del Milagro	31	Morocho Quigua	53	San Juan Loma
10	Corazón de Jesús	32	Paraíso Alto	54	Tierras Coloradas
11	Cruce de Monay	33	Paraíso Bajo	55	Totoracocha Alta
12	Cruz del Camino	34	Paredones	56	Totoracocha Baja
13	El Cisne	35	Poloma	57	**Urbano Parroquial**
14	EL Despacho	36	Primero de Enero	58	Victoria Alta
15	El Salado	37	Pucacruz	59	Victoria Baja
16	El Tablón	38	Quillopungo	60	Victoria Centro
17	Emilio Sarmiento	39	Carapungo	61	Dos Puentes
18	Rayoloma	40	El Tablón	62	El Coco
19	El Aguacate	41	San Miguel Alto	63	San Carlos
20	La Playa	42	Tierra Blanca	64	El Salado
21	Colinas de Chilcapamba	43	Cuatro Esquinas	65	Las Acacias
22	Monay	44	San Francisco	66	Cruz del Camino

2.2 Identificación, descripción y diagnóstico del problema.

A pesar de las iniciativas desarrolladas y los logros alcanzados, el potencial turístico del Cantón Cuenca no ha sido aprovechado de manera óptima; se estima que Cuenca tiene una participación del 10% del turismo internacional y su mayor mercado representa el mercado nacional. Es importante considerar el gran incremento de la actividad recreacional en la ciudad de Cuenca. Entendiéndose este supuesto como actividades

que la gente realiza los fines de semana por lo general y que están siendo fomentadas desde las diferentes entidades de gestión municipal, una de estas alternativas es la movilidad, tomando como fuerte las bicicletas y el fomento de su uso.

De acuerdo al diagnóstico elaborado en el “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Destino Cuenca y su Área de Influencia” (MINTUR – Fundación Municipal Turismo para Cuenca, 2011), la actividad turística en Cuenca presenta dos problemas principales:
a. Desde el punto de vista de la oferta, Cuenca ha sido promocionado como un destino orientado a la cultura, el patrimonio histórico y arquitectónico, con menor enfoque hacia sus potencialidades para turismo de naturaleza; sus atractivos más promocionados son su centro histórico, iglesias y museos, sitios arqueológicos, talleres artesanales y en su área de influencia Gualaceo y Chordeleg (por sus expresiones culturales y artísticas).
En relación a los atractivos naturales, el Parque Nacional Cajas ha sido el más promocionado, pero siempre por debajo de otros elementos que han posicionado a Cuenca como destino tradicionalmente cultural. Otras alternativas turísticas que se están presentando en el destino como turismo de naturaleza, salud, y actividades orientadas a la aventura moderada, no han sido incluidas de forma notable en la promoción de este Destino. Pero a raíz de la creciente actividad deportiva que se nota en la ciudad de Cuenca y específicamente en la parroquia el Valle entendemos que las respuestas o los intereses de la colectividad estarán puestas en las soluciones que el proyecto de Las ciclo Rutas plantee, de esta manera se contara con un producto de tal magnitud que genere el despertar y el interés de los operadores turísticos de la ciudad y de la región.

Para los Operadores Turísticos nacionales, a pesar de que la oferta turística de Cuenca ha implementado nuevos productos relacionados con naturaleza, aventura y salud, el destino Cuenca es un destino secundario dentro de la oferta País. En una encuesta realizada por Green Consulting, firma consultora encargada de elaborar el “Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Destino Cuenca y su Área de Influencia” estos actores han identificado dos variables que están afectando la competitividad del destino, mas sin embargo, considero pertinente tocar un punto que si bien ha sido puesto en tela por el acontecer político reciente, sin lugar a dudas refleja un interés creciente de la población local y por ende una repercusión a lo rural en cuanto se refiere a las actividades en dos ruedas más concretamente la bandera de inculcar el uso de la bicicleta a todos los niveles.

Variables.

1.-No se conocen de nuevos productos/servicios en el destino o no tienen las condiciones adecuadas.
Pudiera señalarse que nuestro proyecto pretenderá ser un punto de inicio para las actividades recreacionales de manera organizada y segura, siendo además generador de calidad de vida a la población participante.

2. Los productos nuevos que son promocionados en o alrededor del destino Cuenca continúan relacionados a la cultura, mientras que nuevos productos orientados a la naturaleza no están siendo desarrollados en el destino.
Seguido a ello, también se deriva la clara existencia de recursos naturales con potencialidad turística en las parroquias rurales del destino Cuenca, los mismos que no están siendo aprovechadas por la falta de capacidades para desarrollarlas.

b. Desde el punto de vista de la oferta, existe una clara mayoría de visitantes nacionales y extranjeros de edad joven; el 57% de los visitantes extranjeros y 64% de visitantes nacionales son menores a 39 años de edad y de bajo nivel de expendio; el gasto promedio por día del visitante nacional es de USD $27,15 y del visitante internacional es de USD $38,65. En la tabla siguiente se detalla los principales rasgos del perfil del turista actual del destino Cuenca.
Si tomamos en cuenta esta información podemos evidenciar que es justamente el segmento de mercado con el que podríamos identificarnos y además enfocarnos a él, ojo, sin dejar de pensar en que el esparcimiento seguro y familiar es un puntal importante para el éxito del proyecto.

Periodo promedio de Estadía:	4 días	5 días
Promedio de gasto por día:	USD $27.15	USD $38.65

Principales motivaciones para visitar Cuenca:	Naturaleza, conocer la ciudad, cultura.	Cultura, naturaleza, las ciudad, museos, la historia y arqueología
Principales fuentes de información utilizadas:	Recomendaciones de amigos y familiares, sitios Web, documentales de TV.	Recomendaciones de amigos y familiares, sitios Web, guías especializadas de viajeros
Edad de los visitantes:	64% entre 18 y 39 años	57% entre 18 y 39 años
Nivel de educación:	47% Universitario	59% Universitarios
Ciudad / País de origen:	28% Guayaquil 17% Quito 11% Loja 8% Machala	15% Argentina 13% Estados Unidos 10% Alemania 9% Chile 8% Bélgica

Fuente: Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Destino Cuenca y su Área de Influencia. MINTUR – Fundación Municipal Turismo Para Cuenca. Muestra elaborada por Green Consulting. Nov. 2010

2.3 Línea base del proyecto.

La ciudad de Cuenca es el principal destino turístico del austro ecuatoriano y es considerado como un centro de partida hacia otros destinos de importancia dentro de la provincia y de las provincias cercanas tales como Gualaceo, Chordeleg, Parque Nacional Cajas, Ingapirca, Loja, Vilcabamba y Parque Nacional Podocarpus.

Considero que este singular posicionamiento nos puede también servir como punto de análisis para elaborar o entrelazar información referente a nuevas ofertas que se están dando en el Cantón Cuenca, que en este caso plantea nuestro proyecto.

Actualmente, se dispone de cifras oficiales de la llegada de turistas nacionales a la provincia; estas cifras varían en relación a los distintos organismos que las realizan, sin embargo nuestro análisis toma cifras oficiales del Ministerio de Turismo que mencionan que en 2011 llegaron 610.630 pasajeros a la provincia del Azuay, con un 6% de este

total, estando ubicada dentro de las 5 principales provincias en relación al número de visitantes en el Ecuador, estando Guayas con un 18,5 %, Manabí 14,3 % y Pichincha 8%. Dentro de este análisis la motivación de visita varia con un 42.1% de turismo como tal, un 41,1% visita de familiares y amigos y un 9.1% de salud y atención médica.

En general el destino Cuenca posee importantes oportunidades para el emprendimiento y desarrollo de nuevos productos, considerando a la Parroquia El Valle como un potencial turístico de naturaleza principalmente como muestra de un proceso regenerativo y de cuidado del ambiente en el sector del "Ecoparque", espacio donde se asentó el relleno sanitario y hoy es un lugar apto para el contacto con la naturaleza.

En julio de 2001 el Ministerio de Turismo y la Municipalidad de Cuenca suscriben el convenio de transferencia de competencias luego de lo cual, es responsabilidad del gobierno local el desarrollo turístico. De esta manera, estas Instituciones vienen trabajando de manera coordinada a través de la Coordinación Zonal 6 y la Fundación Municipal Turismo Para Cuenca para la promoción y el desarrollo turístico del Cantón Cuenca.

Dentro de la base legal existente en el Ecuador para acceder a recursos técnicos y económicos para el emprendimiento y desarrollo de proyectos vinculados al turismo de Naturaleza están los siguientes:

PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (PNBV), 2009-2013; plantea en la estrategia de sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario "El impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, el cual se presenta también como una actividad alternativa que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y re-distribución de la riqueza". El PNBV propone incrementar a 30% la participación del crédito productivo para PyMES y emprendimientos de economía social y solidaria desde la banca pública donde existen incentivos para el desarrollo de actividades vinculadas al turismo y para ello se prestará especial atención a iniciativas solidarias, asociativas y colectivas de turismo sustentado en la diversidad cultural y ecológica en la que intervengan comunidades y asociaciones populares.

Dentro de esta misma Ley, se promueve el desarrollo del territorio rural con el incremento de la inversión e incentivos socioeconómicos en este sector para las pequeñas y

medianas economías familiares y organizaciones o asociaciones dirigidas a la producción diversificada de bienes y servicios turísticos comunitarios, especialmente aquellos conducidos por mujeres.

CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD) el Gobierno Nacional fomenta el desarrollo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD´s); es así que el (COOTAD) emitido en octubre de 2010, en su artículo 54 dispone:

"Art.54.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:…

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo":

PLANDETUR 2020 A partir de 2007, el Ministerio de Turismo del Ecuador cuenta con lineamientos claros de desarrollo turístico establecidos en el PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN ECUADOR HACIA EL AÑO 2020 "PLANDETUR 2020". En esta herramienta de planificación, el destino turístico Cuenca es considerado como uno de los más importantes del Ecuador categorizado como "Producto A", con potencialidades para el desarrollo de turismo cultural, de naturaleza, deportes, aventura y salud. En esta misma Ley, se encuentra el apoyo y fortalecimiento a los actores comunitarios del turismo ecuatoriano a través de la consolidación de gremios, apoyo a la elaboración de planes de comunicación y capacitación, fomentar el desarrollo de nuevos destinos y productos de turismo, consolidación de la cadena de valor para el turismo sostenible, dotación de servicios básicos a los centros de turismo comunitario, ayuda a la inserción en canales de comercialización, fortalecimiento de la promoción de los productos comunitarios, capacitación en gestión y operación del turismo comunitario, promover acciones de ecoturismo, etnoturismo y turismo cultural de forma compatible con la conservación de los recursos naturales y culturales.

PLAN INTEGRAL DE MARKETING TURÍSTICO DEL ECUADOR (PIMTE 2010-2014), documento de planificación complementario al PLANDETUR 2020. En la sección de Turismo Interno, Estrategia de Productos turísticos para mercado interno, establece dar soporte a la introducción e innovación de productos turísticos y brindar soporte

promocional a las iniciativas de diversificación de productos turísticos; de igual manera, establece asignación de presupuestos para la promoción en productos de turísticos de montaña, ecoturismo, turismo de naturaleza y aventura.

PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN CUENCA AL 2030 (PDOT); dentro de esta ley, se plantea como objetivo principal "Mejorar la calidad de vida de la población del Cantón Cuenca, estableciendo como metas fundamentales aumentar el nivel de ingresos económicos o de renta, mejorar las condiciones de vida y de trabajo y contribuir al cuidado de la calidad ambiental.

Este plan, en su propuesta de población y actividades, establece como objetivo "Promover el desarrollo económico endógeno, reconociendo y potenciando la diversidad e identidad cultural y garantizando el ejercicio de los derechos de la población para reducir las desigualdades sociales generadas por el modelo de desarrollo excluyente y concentrado".

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO CUENCA Y SU ÁREA DE INFLUENCIA; a partir de 2011 Cuenca cuenta con esta herramienta de planificación en la cual se plantea como prioridad mejorar de manera integral la competitividad turística del destino, fortaleciendo su oferta turística de naturaleza a través del diseño de una cartera de productos existentes y nuevos orientados a la naturaleza y aventura.

2.4 Análisis de la Oferta y la demanda.

2.4.1 Datos generales.

2.4.2 Demanda.

Según el análisis que presenta el Ministerio de Turismo en febrero de 2014 relacionado con algunos indicadores tenemos que la actividad turística en el país ocupa el cuarto puesto de los ingresos del país, siendo un rubro fuerte a considerar y sobre toda a potencializar ya que grandes campañas se han emprendido a nivel internacional para generar a nivel mundial un posicionamiento del país como gran potencia turística.
Estos análisis denotan que los incrementos en periodos similares de tiempo entre 2012 y 2013 han aumentado en un 20%, proveyendo datos interesantes para el análisis como por ejemplo que el 58% de visitantes que ingresan al país son sudamericanos y que hemos alcanzado cifras de 1.366.267 personas que ingresan por año.

Es importante tener un análisis claro de las múltiples motivaciones de visita a nuestra país pero sobre todo tenemos que tocar el tema de que el Ecuador ha sido reconocido a nivel mundial como destino número 1 en naturaleza y vida silvestre de acuerdo a la feria World travel market en Londres superando a grandes competidores como Tanzania o países Asiáticos.

De manera adicional considerare importante para la investigación las estadísticas de cómo se han venido generando la recientes de visitas hacia áreas protegidas en el Ecuador, ya que el proyecto pretende ser una respuesta del atractivo hacia ese segmento de mercado.

Por otro lado la visita al parque nacional Cajas está considerada dentro de los 5 principales lugares de interés en lo que respecta a naturaleza en el Ecuador continental, teniendo un incremento comparativo entre 2011 y 2012 de más del 20%, si adicionalmente incorporamos a este indicador las tendencias mundiales del turismo tenemos que nuestro proyecto se sitúa en uno de los sitiales más importantes al alza del desarrollo.

a) Visitantes nacionales actuales

Otro de los elementos interesantes que se han encontrado en la investigación de la demanda del destino nos da a conocer ciertos patrones de comportamiento en las tres ciudades más grandes del país, que han generado sugerencias a cerca de las motivaciones de viaje del visitante nacional y de sus presupuesto promedio para la estadía, así como los motivos por los cuales no consideran realizar una visita la destino.

Los visitantes nacionales que están llegando hasta el destino Cuenca, poseen una amplia distribución de edad aunque en su mayoría se concentran en mercados jóvenes entre 18 y 39 años (el 64% de los respondientes está en este rango de edad). El nivel de educación que poseen es medianamente alto, el 37% ha terminado una carrera de tercer nivel (universitaria) y el 41% al menos ha terminado el bachillerato.

En relación al origen de los visitantes, 28% de los visitantes provienen de la ciudad de Guayaquil, 17% de Quito, 11% de Loja y 8% de Machala. Los visitantes nacionales actuales poseen un presupuesto por persona por día bajo: US$ 27,15 en promedio.

En términos de duración del viaje, los visitantes nacionales actuales pasan en promedio 4 días en el destino y un total de viaje –fuera y dentro del destino- de 5 días en promedio, es decir que Cuenca es el destino único de viaje para los visitantes nacionales. Las

principales motivaciones para la visita a Cuenca están relacionadas con visita a la ciudad, historia, arqueología y naturaleza.

Las recomendaciones de familia, amigos u otros turistas, los sitios web y los documentales en televisión son las principales fuentes de información para seleccionar el destino a la hora de salir de vacaciones. Otros medios como los centros de información, agencias de viajes, ferias de turismo son poco utilizados por visitantes nacionales.

b) Visitantes nacionales potenciales

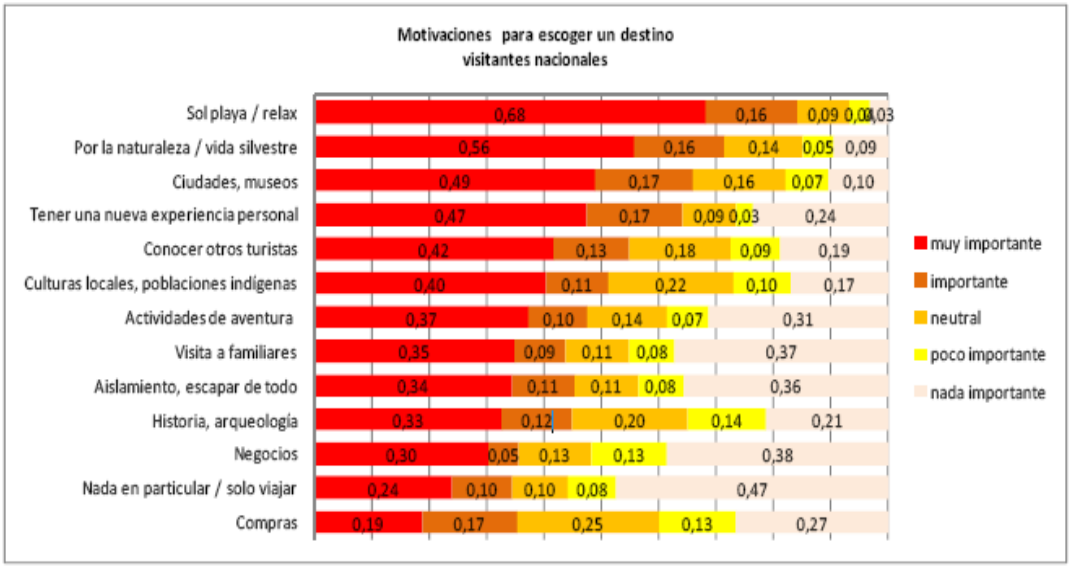
Los visitantes nacionales potenciales poseen una alta disposición a la visita del destino (75% para Quito y 80% para Guayaquil). Concentran su mayoría en un rango de edad más maduro que los visitantes actuales (el 60% se encuentra entre los 30 y 49 años).

Respecto al nivel de educación, los visitantes potenciales poseen mayor nivel de educación alcanzado versus los visitantes actúales, teniendo un 47% de la demanda potencial con estudios superiores y un 40% con estudios de bachillerato completados.

El presupuesto estimado de gasto por día que tendrían los potenciales visitantes es de USD $40.00. Por la poca disponibilidad de tiempo de vacaciones, se estima un período de visita promedio de 3 días.

Las principales motivaciones por las que se preferiría al Destino Cuenca están relacionadas con tener una nueva experiencia personal, naturaleza y vida silvestre, así como las actividades de aventura. Estas motivaciones indican que los mercados nacionales potenciales con mayor capacidad de gasto están en Quito y Guayaquil.

Las recomendaciones de familia, amigos u otros turistas, los sitios web y los documentales en televisión son las principales fuentes de información para seleccionar el destino a la hora de salir de vacaciones.



Título: Motivaciones Visitantes nacionales.

Autor: Green Consulting

Fuente: Línea base de la demanda actual y potencial del Destino Cuenca.

Observándose en el grafico que un claro interés en naturaleza y vida silvestre, además de tener una experiencia personal. El patrón singular sugiere la creación de nuevos productos orientados hacia estos segmentos que de manera muy parecida se relacionan con las motivaciones de visita de los extranjeros que llega al país, siendo casi de manera de coincidencia la sugerencia en ofertar un producto que permita armonizar la el interés en la naturaleza, la vida silvestre y adicionalmente la cultura. En este marco pretendemos hacer de nuestras eco rutas esta respuesta.

c) Visitantes extranjeros actuales

Los visitantes extranjeros actuales de Cuenca son mayoritariamente turistas jóvenes, el 57% se ubica entre 18 y 39 años, poseen un nivel de educación alto, 53% ha terminado una carrera superior.

Los turistas extranjeros provienen principalmente de Argentina (15%), Estados Unidos (13%), Alemania (10%), Chile (9%), Bélgica y Perú (8% cada uno). Su presupuesto diario promedio es bajo, siendo de US$ 38,65.

En relación a la duración del viaje, los visitantes extranjeros actuales pasan un promedio de 5 días en el destino Cuenca, un promedio de 18 días en Ecuador y un

total de viaje de 40 días en promedio. Es importante resaltar que un 15% de los visitantes internacionales actuales viajan por largo tiempo a Cuenca principalmente por trabajos de voluntarios o interesados en aprender español.

Las principales motivaciones de los visitantes actuales a Cuenca están relacionadas con la cultura, la naturaleza, la visita a la ciudad, sus museos, la historia y arqueología.

Fuente: Dirección Nacional De Migración.

d) Visitantes extranjeros potenciales

Los visitantes potenciales que están interesados en visitar Cuenca, son visitantes de edades mayores a las de los visitantes actuales, el 53% se concentra entre los 30 y 49 años de edad. Tienen un mayor nivel de educación (50% han terminado una carrera universitaria y 24% han terminado un posgrado).

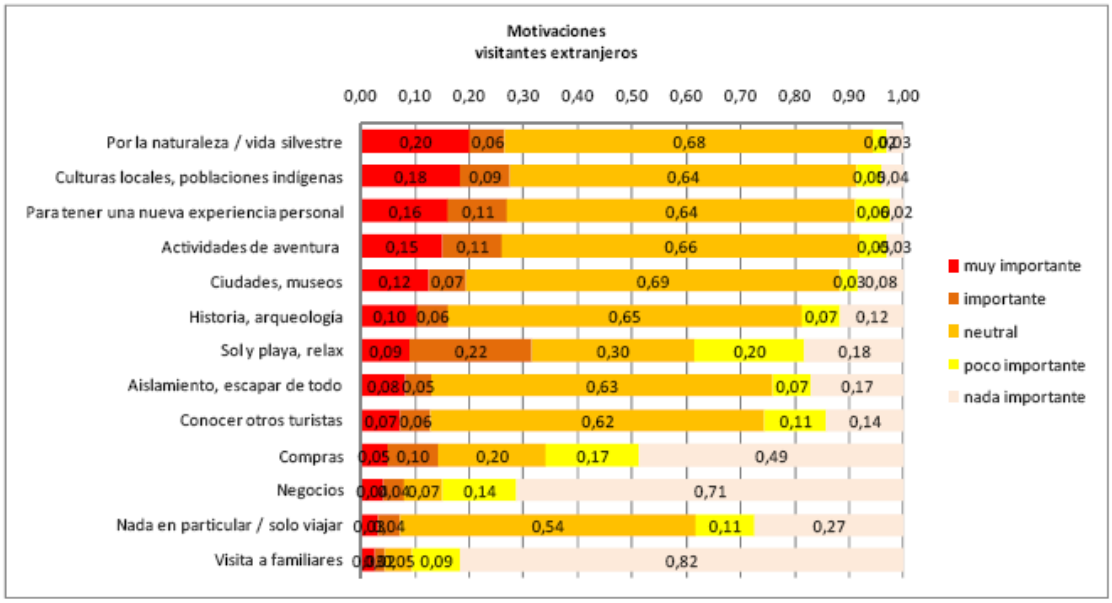
Respecto al origen, los principales países emisores son Estados Unidos, Alemania, Argentina, España, Suiza, Perú y Chile. A pesar de haber similitud en los países de origen, los visitantes que están interesados en visitar Cuenca poseen mayor capacidad de gasto.

Los visitantes potenciales poseen una duración de viaje menor a la de visitantes actuales en Ecuador y estiman una estadía de 4 días. Las mayores motivaciones para el segmento de visita potencial están orientadas a la naturaleza, las culturas locales y la aventura moderada, además de tener una nueva experiencia personal.

Las principales fuentes de información que se utilizan a la hora de escoger un destino de viaje son las recomendaciones de familia, amigos u otros turistas, los sitios web y las guías de viajero.

Las motivaciones más importantes para los mercados objetivo de Cuenca (mercados de alta capacidad de expendio), están orientadas a dos aspectos particulares: la naturaleza y vida silvestre y tener nuevas experiencias personales. Por tanto, un nuevo enfoque de la promoción del destino que no disminuya los esfuerzos en la orientación actual de

promoción del destino hacia la cultura pero que además integre componentes orientados a la naturaleza tendría un importante impacto en los mercados que capte el destino.



Título: Motivaciones Visitantes Extranjeros.

Autor: Green Consulting

Fuente: Línea base de la demanda actual y potencial del Destino Cuenca.

Pese a toda esta información que podemos analizar específicamente considere de manera fundamental y practica un análisis en el área de estudio que permita visualizar de mejor manera un mercado actual y real de la visitación y los intereses de las personas que acuden al Eco parque, es por eso que a continuación presentare una investigación en función del visitante cotidiano.

Para analizar el perfil de la demanda en la Parroquia El Valle se realizó un estudio cuantitativo, diseñando una encuesta para las personas que visitan en la parroquia.

Los lugares en los que se realizó la encuesta fueron directamente en el Eco Parque, ya que desde dicho lugar se inician los recorridos.

Nuestras unidades de análisis son los visitantes nacionales que llegan a la parroquia, para ello se tomó una muestra estratégica sobre una población de 825.275 (llegadas al Azuay 2011), con un 90% de confianza y un 5% de error, utilizando un muestreo aleatorio estratificado, asegurando de esta manera que la población quede totalmente representada con una muestra de 90 encuestas.

La fórmula que se aplicó para la determinación del tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ} =$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra = 90

Z = Nivel de confianza = 90%

N = Población = 825.905

P = Probabilidad de éxito = 0.50

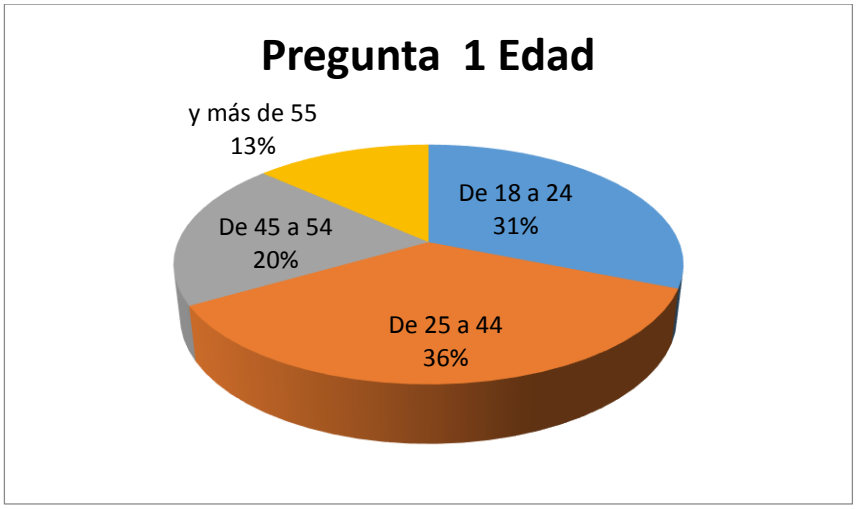
Q = Probabilidad de no éxito = 0.50

E = Error muestral máximo = 0. 05

Las preguntas son de tipo categórico, y se utilizó el siguiente cuestionario, revisar en Anexos.

Caracterización de la Muestra: La muestra se caracterizó por: edad, género y procedencia. A continuación los resultados más significativos de la encuesta.

Pregunta 1.



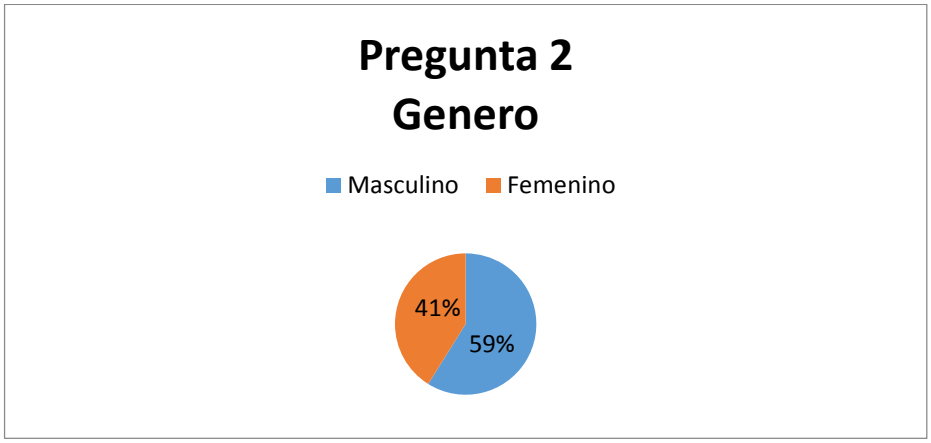
Título: Edad

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Encuesta realizada.

Como se puede apreciar en el gráfico en relación a la edad el 36% de las personas encuestadas estarían en un rango de edad entre los 25 y 44 años, el 31% corresponde al rango de edad entre 18 y 24 años, el 20% corresponde a edades entre 45 y 54 años, y el 13 % corresponde a edades superiores a los 55 años, lo que demuestra una amplia distribución de edad entre los 25 y más de 55 años. Con estos resultados tenemos que el mayor número de visitantes al eco parque oscilan en edades comprendidas entre los 18 y 44 años, constituyéndose un gran punto a favor para la utilización de las ciclo rutas.

Pregunta 2.



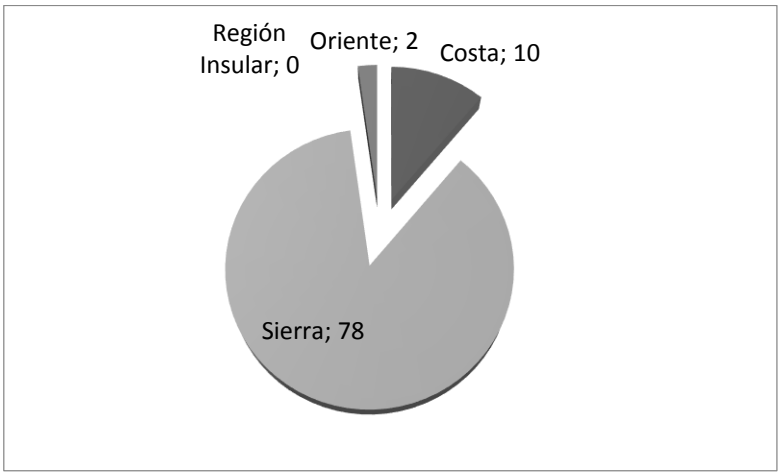
Título: Genero.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Encuesta realizada.

De acuerdo al análisis de género en nuestras encuestas tenemos que el 59% de la población encuestada es masculino y un 41% es femenino, lo que manifiesta un interesante planteamiento en cuanto a los niveles de dificultad propuesta en algunos de los segmentos o tramos, pudiendo incrementarlos y en otros casos brindar alternativas de recesos progresivos o sugerencias de acceso.

Pregunta 3.



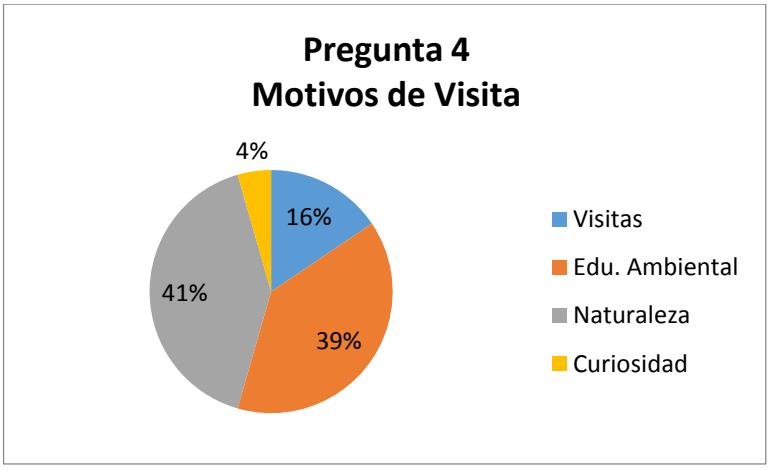
Título: Procedencia.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Encuesta realizada

El análisis de la pregunta 3 nos lleva a comprender que la mayor visitación que se da al eco parque es de personas de la Sierra, siendo este indicador un muy interesante detalle ya que al estar nuestro proyecto ubicado en zonas de montaña no constituirá un grave problema de aclimatación para los interesados.

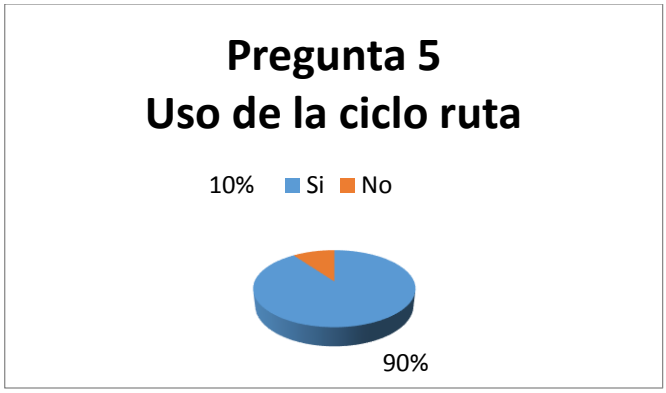
Pregunta 4.



Título: Motivos de visita.
Autor: Adrián Aguirre.
Fuente: Encuesta realizada

El análisis de la pregunta 4 nos muestra un muy interesante potencial de población atraída ya sea hacia la educación ambiental como a la naturaleza lo que para el proyecto constituirá un valor agregado de suma importancia.

Pregunta 5.

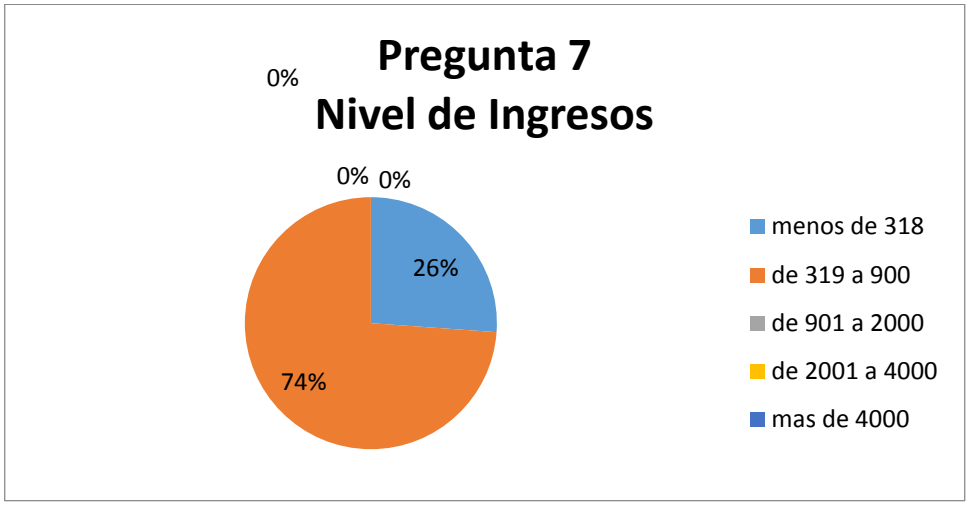


Título: Uso de la Ciclo rutas.
Autor: Adrián Aguirre.
Fuente: Encuesta realizada.

En esta pregunta en el sentido del éxito del proyecto encaminamos el análisis al contabilizar que en un 90% el interés de las personas encuestadas es el de participar o

practicar el ciclismo de montaña en la parroquia El Valle, lo que de manera general sugiere una aceptación positiva en la ejecución.

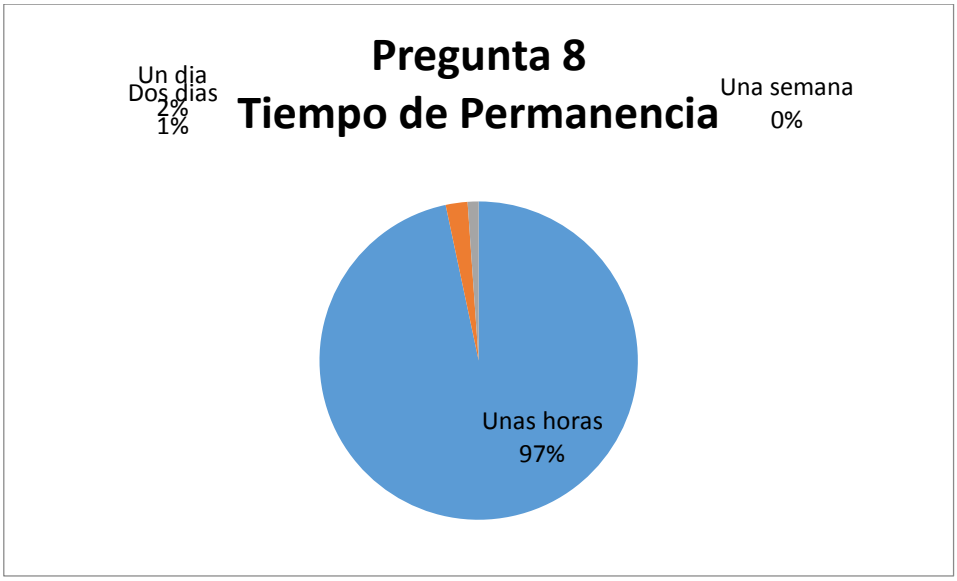
Pregunta 7



Título: Nivel de ingresos.
Autor: Adrián Aguirre.
Fuente: Encuesta realizada.

El análisis de la pregunta 7 nos permite tener en cuenta que el 74% de la población encuestada percibe ingresos de entre 319 a 900 dólares estando por encima del salario mínimo vital y entendiendo de esta manera que la capacidad de gasto es mayor, este punto nos permite ofertar servicios o productos complementarios a las ciclo rutas.

Pregunta 8



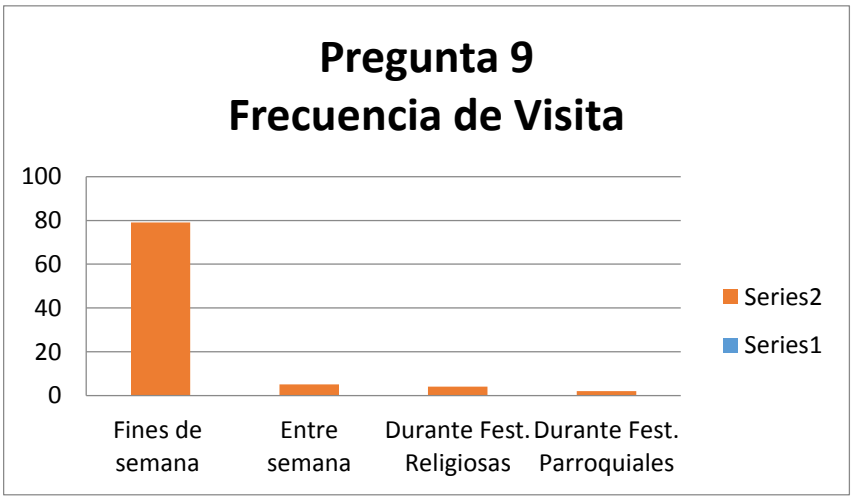
Título: Tiempo de permanencia.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Encuesta realizada.

Previo al análisis de la pregunta 8 tenemos que el tiempo de permanencia de la población encuestada en un 90% es de unas horas, teniendo con esto que es el tiempo necesario para poder practicar actividades de naturaleza e interpretación ambiental tanto en el eco parque como en las ciclo rutas.

Pregunta 9



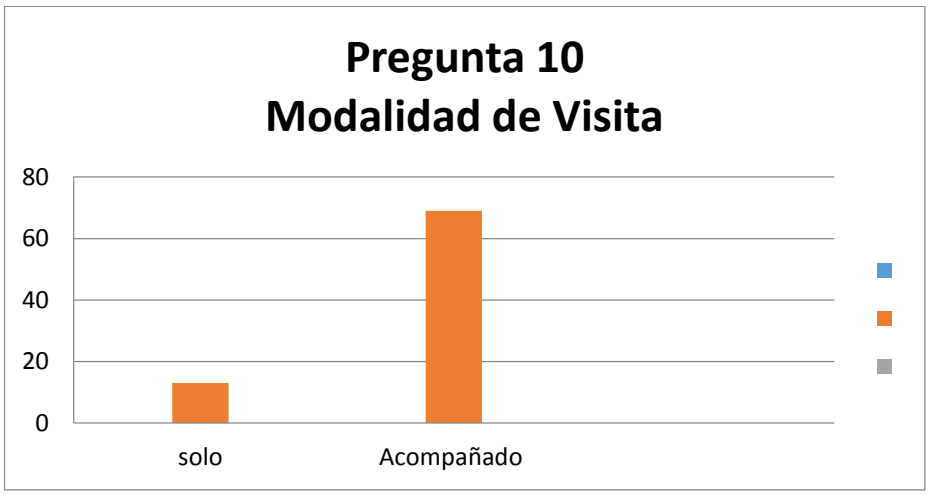
Título: Frecuencia de visita.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Encuesta realizada.

Esta pregunta nos ayuda a analizar que el mejor tiempo para desarrollar el proyecto está dado hacia los fines de semana ya que supone que la mayor cantidad de personas que visitan el eco parque es durante este tiempo.

Pregunta 10



Título: Modalidad de la Visita.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Encuesta realizada

En la pregunta 10 tenemos que la mayor cantidad de visitantes al eco parque lo hacen acompañados por familiares o amigos siendo este un indicador importante para poder direccionar de la mejor manera a los intereses de acuerdo a los tiempos de cada una de las ciclo rutas. Cabe señalar que al ser analizada la visitación al eco parque con familias el segmento al cual nos dirigiremos será justamente familiar y en el caso de que haya niños siempre se sugerirá el realizar la ruta interpretativa de gestión ambiental.

Conclusiones de la Demanda

Como conclusiones de la demanda y de acuerdo al análisis de la encuesta y de sus preguntas tenemos a continuación algunas de las características del perfil del visitante que actualmente visita el eco parque y su área de influencia.

INDICADOR	Visitante actual del Eco parque.
Edad	El mayor número de visitantes al eco parque oscilan en edades comprendidas entre los 18 y 44 años, constituyéndose un gran punto a favor para la utilización de las ciclo rutas.
Género	De acuerdo al análisis de género en nuestras encuestas tenemos que el 59% de la población encuestada es masculino y un 41% es femenino.
Procedencia	El 78% de los visitantes llegan de la Sierra, puto importante a considerar para la aclimatación rápida.
Principales motivaciones para visitar el Eco parque.	Dentro de las motivaciones más relevantes encontramos población atraída ya sea hacia la educación ambiental como a la naturaleza lo que para el proyecto constituirá un valor agregado de suma importancia.
Nivel de ingreso promedio mensual	El 74% percibe ingresos de entre 319 a 900 dólares estando por encima del salario mínimo vital y entendiendo de esta manera que la capacidad de gasto es mayor, este punto nos permite ofertar servicios o productos complementarios a las ciclo rutas.
Tiempo de permanencia en El eco parque.	El tiempo de permanencia de la población encuestada en un 90% es de unas horas, tiempo suficiente para realizar el recorrido de cualquier circuito.
Frecuencia con la que visita el Eco Parque.	Los fines de semana, acompañados por sus familiares y amigos.

Título: perfil del visitante actual al Eco Parque.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Resultados de la encuesta realizada

2.4.3 Oferta.

Planta Turística:

Se ha identificado un solo establecimiento de alimentación (restaurante) en la Parroquia El Valle, y cercano al Eco Parque tenemos pequeñas tiendas de abarrotes, es decir no existe establecimientos de alojamiento, esparcimiento ni de diversión en esta zona. Pero es importante considerar que estos factores no son ni por lejos decisivos al momento de plantear el desarrollo del proyecto. Puesto que es un proyecto netamente de contacto natural e interpretativo.

Identificación de la Planta Turística de El Valle.

Nombre del Establecimiento	Tipo	Categoría	Sector	Capacidad	Especialidad
Don Lucho	Restaurante	-	Centro Parroquial	50 pax	Comida Típica Nacional.

Al analizar los datos de permanencia, gasto e intereses de visita en la ciudad de Cuenca y sus alrededores tenemos que no se tiene claro o peor aún no se ha considerado al mercado más próximo y de creciente aumento que es el de los ciclistas, los diferentes colectivos y clubes de paseo en bici que existen en la ciudad, es por esto que será de fundamental el análisis de la realidad desde el punto de vista de entorno.

Esta es una realidad que se presenta interesante al momento de analizar ya que la relación con nuestro planteamiento se da de manera directa. Considero que el proyecto es netamente de naturaleza, y que los factores a analizar están en base al recurso natural y a las implementaciones que podríamos ofrecer en relación a las ciclo rutas, estos factores son de real relevancia para nuestro desempeño. A continuación presentare algunos de es supuestos que se consideran importantes para una idea real de la oferta.

La zona de la parroquia El Valle en donde se plantean las ciclo rutas tiene por justos merecimientos las condiciones propicias para realizar recorridos en bicicleta de diferentes niveles de dificultad, entre ellas están:

- Seguridad vial: las vías son anchas y seguras, no tienen un alto número de vehículos que transitan por ellas, y la velocidad no es muy alta por ser vías de segundo orden.
- Recurso escénico: las ciclo rutas se desarrollan junto a al Eco parque, que por llamado máximo punto de interés constituye una herramienta educativa fundamental para el contexto de visita verde y sustentable que planteamos con las actividades de turismo en bicicleta, y además posee muchos recursos escénicos como bosques de especias nativas e introducidas, pintorescos parajes antiguos, casas tradicionales, zonas de cultivos, posibilidad de observar aves, etc.
- Factores geográficos favorables: la altura hace que el recorrido tenga cierto nivel de exigencia que buscan los deportistas, sobre todo aquellos que se preparan para alguna competencia, la lluvia es un factor presente pero no limitante para utilizar la vía.
- Conectividad: el acceso es muy fácil y la distancia de Cuenca es corta.
- Los valores agregados: si bien la relación cuerpo y mente se dan de manera directa, el sentido de vida verde o mejor aún sustentable plantea, conceptos que están en constante tema de conversación como son las llamadas tendencias orgánicas agroecológicas, este recurso nos pone en bandeja toda la riqueza agroecológica que posee la zona y que además de manera adecuada se la puede incorporar a nuestras ciclo rutas como punto de interés participativo de las comunidades involucradas.

3. Objetivos del proyecto.

3.1 Objetivo general y específico.

3.1.1 Objetivo general.

Proyectar la implementación de ciclo rutas en el Eco Parque de la Parroquia El Valle, como factor de desarrollo económico local.

3.1.2Objetivos Específicos

- Diseñar las facilidades turísticas para la implementación de ciclo rutas en el Eco Parque de la Parroquia El Valle.
- Proponer un plan de capacitación para la población local.
- Determinar las actividades de promoción turística para las Eco rutas de la Parroquia El Valle.
- Plantear un modelo de Gestión Administrativa para el proyecto.

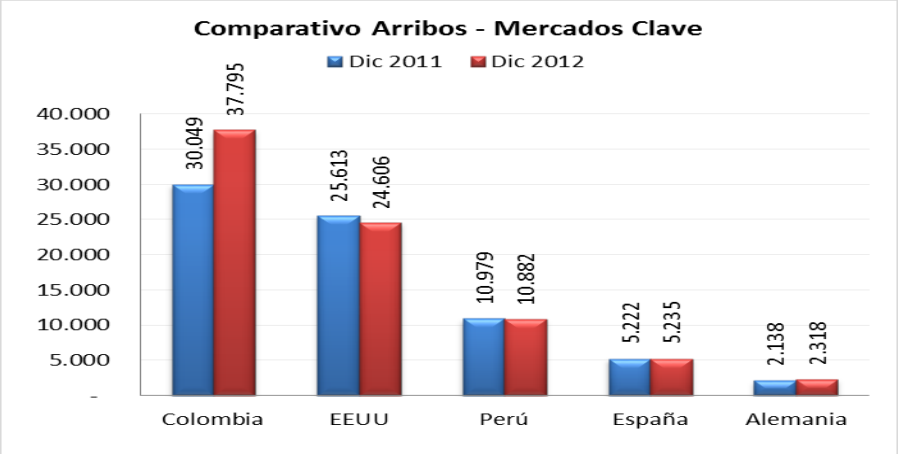
3.2 Descripción del proyecto.

Descripción del Proyecto

El proyecto de Implementación de Ciclo rutas como Atractivo turístico de la Parroquia El Valle, está enfocado a presentar las nuevas alternativas de turismo que propone la parroquia; de acuerdo a los lineamientos del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador – PIMTE 2014 –,Plan Nacional del Buen Vivir, (PNBV), 2009-2013,Código Orgánico De Organización Territorial, Autonomía Y Descentralización(COOTAD),Plan Estratégico De Desarrollo Turístico Del Destino Cuneca y su Área de Influencia**,** con un mix de productos clave (cultura y naturaleza). Esta implementación de ciclo rutas estará dirigida hacia el mercado nacional por su importante evolución en los últimos años y hacia el mercado latinoamericano, específicamente hacia países considerados mercados claves (ver cuadro 1) (Colombia y Perú) y los principales mercados en consolidación (ver cuadro 2) (Canadá y Chile).

Cabe mencionar que las tendencias y temporalidades fluctúan también en base a los acontecimientos tanto políticos, administrativos y naturales que se puedan presentar, siendo esto totalmente impredecibles pero que pudieran influenciar de manera importante a las tendencias del mercado.

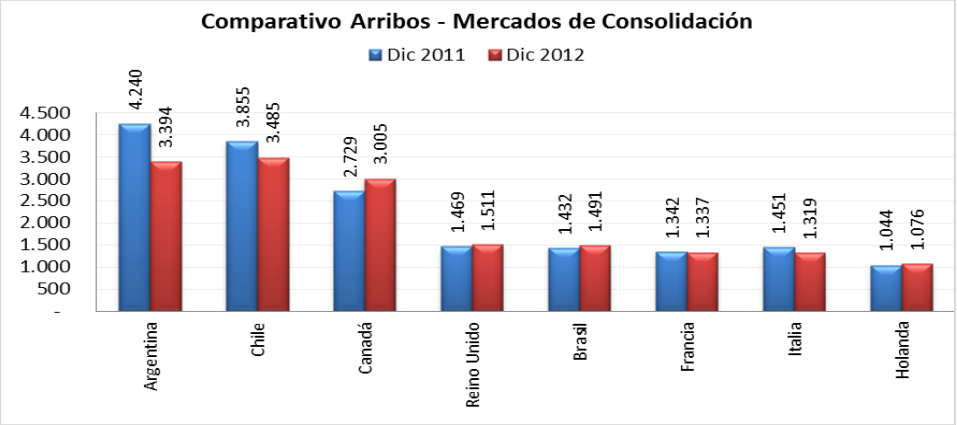
Cuadro 1.



Elaborado por: Optur.

Fuente: Boletín mensual.

Cuadro 2.



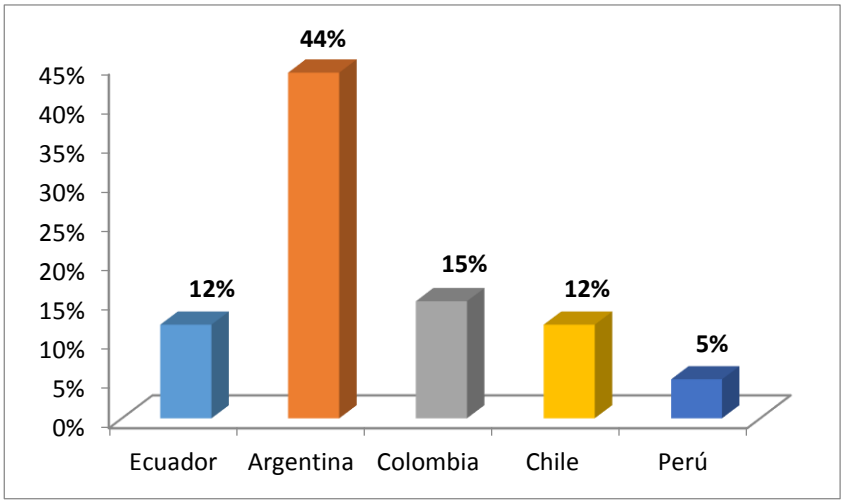
Elaborado por: Optur.

Fuente: Boletín mensual.

Turismo de Naturaleza.

En lo referente a turismo de naturaleza, un 12% de ecuatorianos y un 16% de los extranjeros realizaron actividades relacionadas con actividades de turismo de naturaleza (ecoturismo, deportes y aventura, turismo comunitario). En cuanto a la segmentación en mercados objetivo, el 44% de los argentinos el15% de los colombianos, el 12% de los chilenos y el 5% de los peruanos viajaron por motivos relacionados con turismo de naturaleza.

Porcentaje de turistas por nacionalidad y por turismo de naturaleza



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador – Dirección de Investigación.

El principal atractivo de naturaleza en el área de influencia es el PN Cajas. El parque se encuentra ubicado al occidente de la ciudad de Cuenca (aproximadamente a 20 Km). Con una superficie de 28,544 hectáreas, el parque es manejado por la empresa ETAPA del Municipio de Cuenca a través de la Corporación Municipal Parque Nacional Cajas. Actualmente (al 2009) el área recibe 35.017 visitantes anuales (24.002 nacionales y 11.015 extranjeros) y corresponde a la tercera área protegida de mayor visitación en Ecuador continental luego de la RE Cotacachi Cayapas (114.970 visitantes al 2009) y el PN Cotopaxi (101.882 visitantes al 2009).

Las actividades principales que se realizan en el parque incluyen el senderismo, ciclismo de montaña y camping (en menor medida). El parque cuenta con 6 senderos bien delimitados y señalizados que pueden ser recorridos de manera auto guiada. Existen zonas de camping bien delimitadas, un centro de interpretación, un restaurante y varios puntos de control y guardianías en el parque.

Otro de los atractivos naturales de importancia en el área de influencia de Cuenca es el bosque Protector de Vegetación Aguarongo, con 2.082 hectáreas de extensión. El bosque se encuentra ubicado en los cantones de Gualaceo y Sígsig y actualmente es

manejado por dos firmas privadas: Ayuda en Acción, Fundación Rickcharina y la Fundación Ecológica Mazán. La visitación del área es muy reducida en comparación con la que recibe el PN Cajas (alrededor de 2000 visitantes anuales en 2009). Actualmente el área cuenta con un centro de investigación e interpretación y senderos establecidos para la visita.

Cabe recalcar que al estar la Parroquia el Valle en relación geográfica y por distancias prácticamente entre los dos mayores centros de visitación de naturaleza de la provincia, se constituirá en una de las alternativas más fiables para la práctica de actividades recreativas que en este caso se orientan a la bicicleta.

El interés de diversificación de nuevos atractivos visitables en la zona de influencia del destino ha provocado que se den varias iniciativas privadas para llegar a nuevos sitios turísticos relacionados con la naturaleza y la aventura incluyendo: el camino del Inca, rafting en el Río Jubones, escalada en Cojitambo, canyoning en Cumbe y Sayausí, entre otros.

3.2.1 Descripción de las ciclo rutas.

Descripción de las diferentes Ciclo rutas.

Para contextualizar de mejor manera el tema de las ciclo rutas nos hemos permitido en clasificarlas de acuerdo al interés, tiempo de recorrido y dificultad; sin dejar de considerar que la participación se la puede realizar de manera completa por todas las personas que lo deseen sin que se limite o restrinja alguna actividad.

1- Los datos previamente obtenidos con el GPS se modificaron en el programa ArcGis versión 9.3.

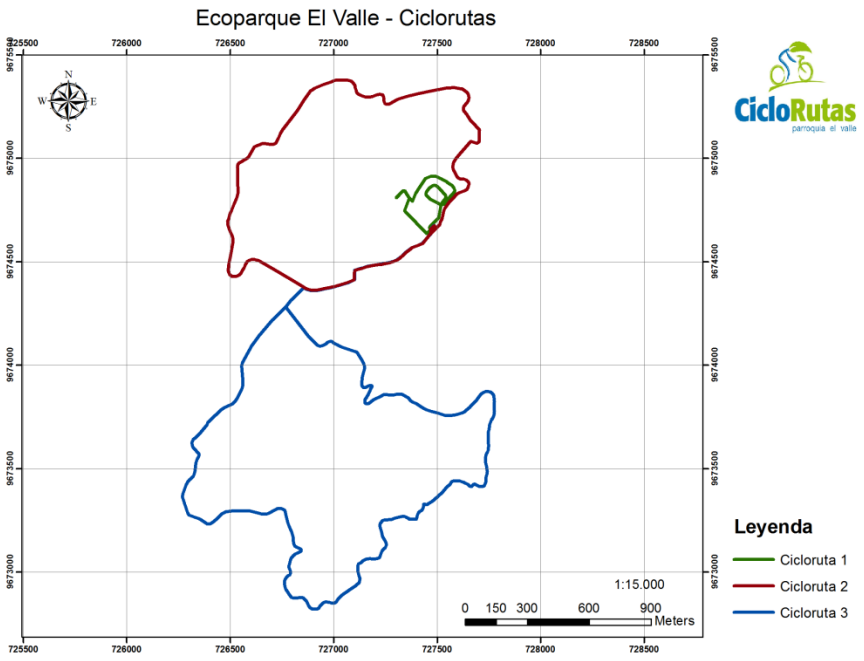


Figura 1 – Mapa general de las ciclo rutas en el Eco parque El Valle.

2- Mediante las herramientas del programa ArcGis se obtuvo información sobre la longitud, el rango altitudinal y el área que rodea cada ruta.

Ciclo ruta	Longitud (km)	Área que rodea (ha)	Punto más bajo	Punto más alto
1	1,27822	3,53522	2569,26m s.n.m.	2705,7 m s.n.m.
2	4,7036	83,85707	2670,68m s.n.m.	2703,8 m s.n.m.
3	6,4687	108,03823	2620,69m s.n.m.	2702,4 m s.n.m.

3- Para la exposición de los datos en la pantalla se utilizó el programa Google Earth, en donde se depuraron los datos para una mejor visualización.

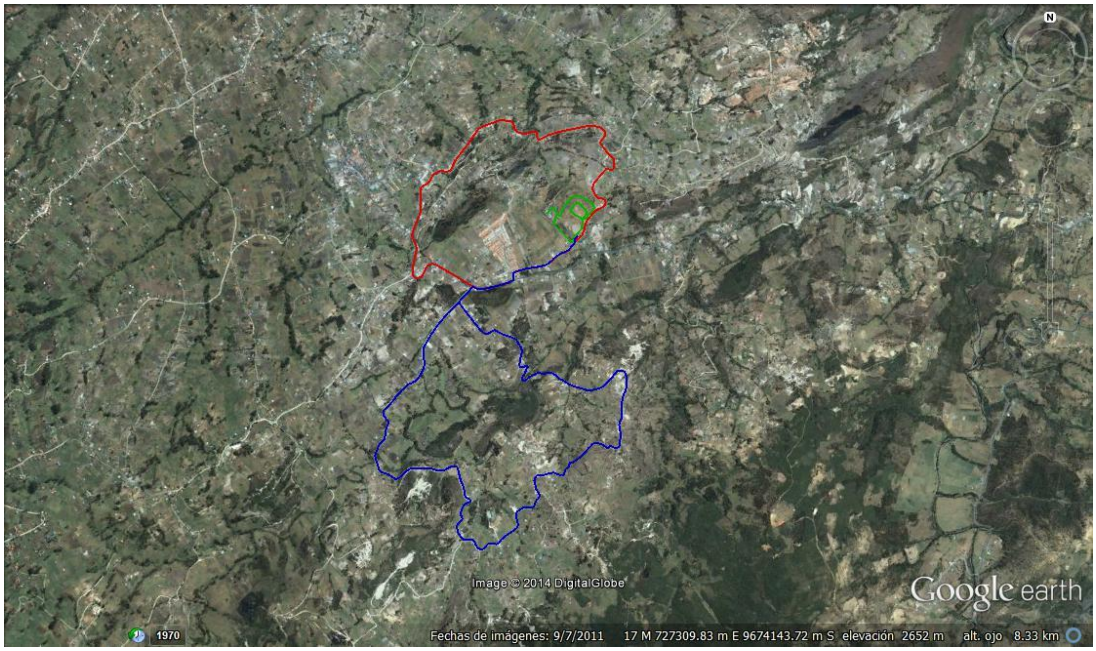


Figura 2 – Exposición de datos en pantalla mediante Google Earth

4- En Google Earth se detalló la información de los puntos de interés y de las estaciones de interpretación y descanso de cada ruta.

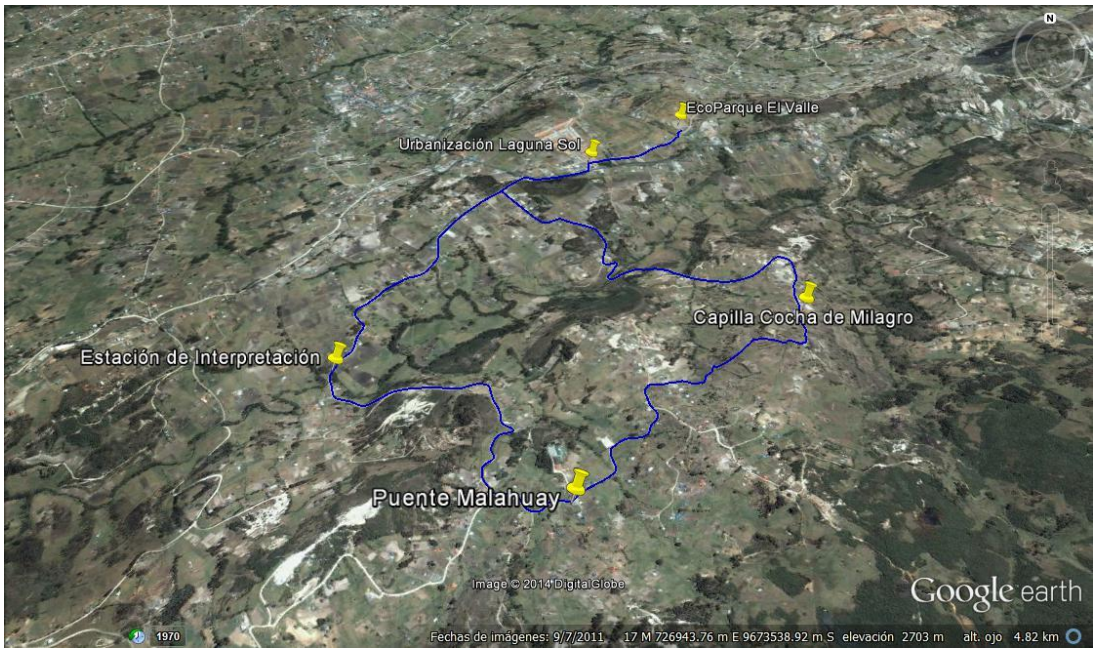


Figura 3 – Cicloruta 3 y sus puntos de interés

Figura 4 – Cicloruta 1 - Exposición de datos en pantalla

Figura 5 – Cicloruta 2 - Exposición de datos en pantalla

Figura 6 – Cicloruta 3 - Exposición de datos en pantalla

Cuadros descriptivos.

Por dificultad.

Nivel 1.- Fácil y sin experiencia previa se lo puede realizar de 3 a 60 años.

Nivel 2.- Fácil moderado, poca experiencia se lo pude realizar desde los 10 años hasta los 50.

Nivel 3.-Moderado difícil, requiere cierta experiencia en bicicleta de montaña y lo recomendable es que se lo realice de entre los 15 a los 45 años.

Por interés.

Ruta 1.- Interpretativa-descriptiva.

Ruta 2.- Histórica Natural.

Ruta 3.- Agroecológica Verde.

He considerado los intereses de cada ruta en función de lo que allí se encuentra, mas sin embargo esto no restringe la combinación en el recorrido completo de todas ya que se complementan e interactúan entre sí.

Ruta 1 Nivel 1.

Interpretativa-Descriptiva.

Título: Hoja de ruta.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

Caracterización:

Denominada de esta manera puesto que se emplaza en lo que es el Eco Parque como tal, esta ruta se la realiza completamente en 25 minutos y está ubicada a un altura de 2571m.s.n.m. Cuenta con un increíble valor agregado que es la posibilidad de conocer todo el proceso de manejo de desechos y la reutilización de los mismos en las diferentes plantas de tratamiento que ahí funcionan.

Además al ser una ruta de nivel 1 el tiempo también se lo puede optimizar haciendo una pequeña visita al centro de rescate animal que allí se encuentra.

Ruta 2. Histórico-Natural.

Título: Hoja de ruta.

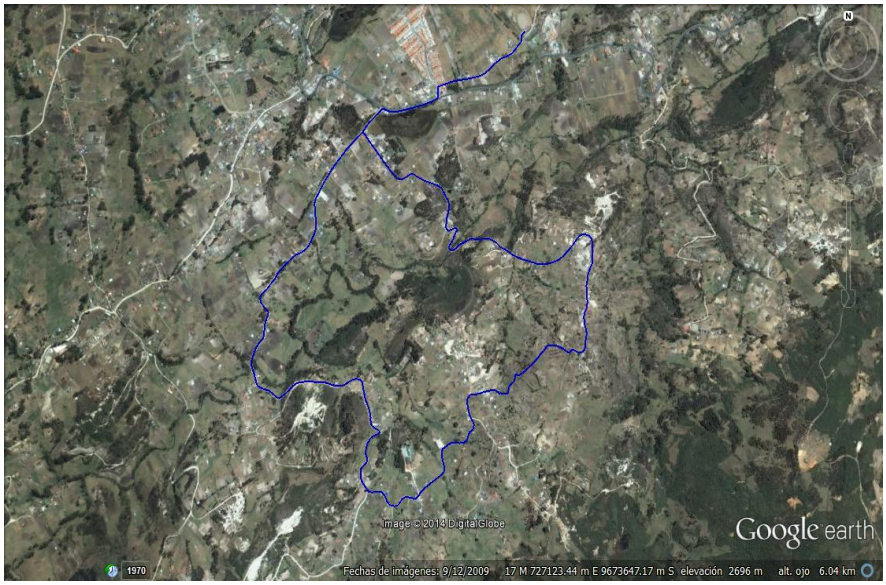
Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

La denominamos de esta manera porque en su trayecto encontraremos un gran número de casas tradicionales que nos sirven de herramienta descriptiva para comprender el proceso cultural que se ha venido dando con el paso del tiempo en la parroquia, además queremos poner en valor las diferentes técnicas constructivas que se han ejecutado en los ejemplos visitados; por otro lado está el recurso escénico riquísimo con el que cuenta ya que se pueden identificar miradores y por sobre todo la imponente vista de la cordillera de montañas así como sus diferentes ecosistemas apreciables desde lo alto. Esta ruta es considerada de nivel 2 ya que presenta ascensos que si bien no son extremos si necesitan un mínimo de experticia en el manejo de la bicicleta y la utilización correcta de

sus marchas. Está ubicada a una altura de 2612m.s.n.m, con una longitud de 4.5km, que se la puede realizar aproximadamente en dos horas y treinta minutos incluyendo todos los puntos de interés y sus respectivas explicaciones.

Ruta 3. Agroecológica Verde.



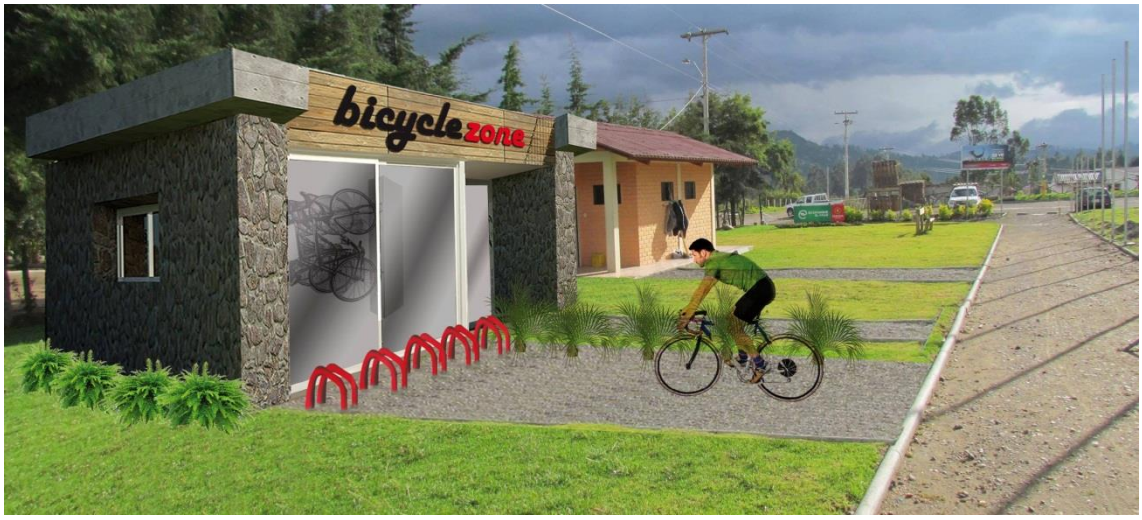
Título: Hoja de ruta.
Autor: Adrián Aguirre.
Fuente: Propia.

Al denominarla así comprendemos que en su recorrido se podrá identificar, y por sobre todo visibilizar a las diferentes familias que de madera natural y orgánica producen su parcelas de terreno con productos tales como: maíz, papa, fruta, hortalizas y legumbres brindándonos la posibilidad de ser parte de este entorno y además de identificar pequeños puntos de venta de insumos orgánicos que estarán a disposición de los ciclistas, cabe señalar que con nuestra visita generaremos un pequeño pero representativo ingreso para estas familias adquiriendo algunos de sus productos. De la misma manera en este recorrido se hará una parada para poder degustar jugos naturales elaborados por las mismas familias de la zona, el lugar denominado Cochan de Milagro en donde podremos utilizar los baños los que necesiten, para poder continuar.
Esta es la ruta de nivel tres que ofrecemos y que visto de esta manera considera ciertos niveles de experticia y sobre todo de estado físico para su completa ejecución. Esta ruta está ubicada a mayor altura 2689m.s.n.m y además abarca un recorrido de 8.2km que

se los realizara en un tiempo aproximado de 4 horas, con todas sus explicaciones y visitas a sus puntos de interés.

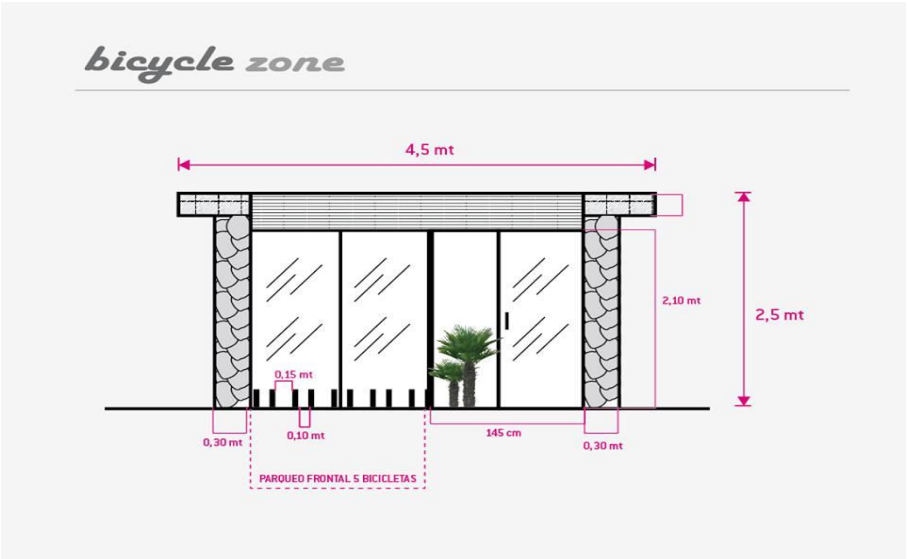
3.2.2 Modelo de implementación.

Al considerar implementar ciclo rutas en la parroquia el Valle como Atractivo turístico, es importante contar con un espacio adecuado que sirva de punto de partida a todas las rutas planteadas, de esta manera se ha pensado en la implantación de un pequeño taller oficina que tiene la función de albergar a todo el público que participará de las actividades y de igual manera garantizar el correcto funcionamiento de las bicicletas y del equipo; siendo además el lugar de registro y control de los participantes, a continuación se muestra la idea de la implementación, y sus detalles constructivos:



Título: Fachada de la implementación.
Autor: Adrián Aguirre. Dis. Fausto Morocho.
Fuente: Propia.

En esta proyección podemos observar la fachada del taller, pudiendo apreciar la funcionalidad del espacio emplazado constructivamente en 4.5m de ancho por 3.5m de lago teniendo una altura de 2.5m. Este espacio cuenta con parqueaderos para bicicletas, de 15 cm aproximadamente, albergando a un número de 5 bicicletas en el exterior.
Los materiales a emplearse serán ladrillo y piedra para las paredes, vidrio y metal para los techos y terminados.



Título: Detalle Constructivo.

Autor: Adrián Aguirre. Dis.Fausto Morocho.

Fuente: Propia.

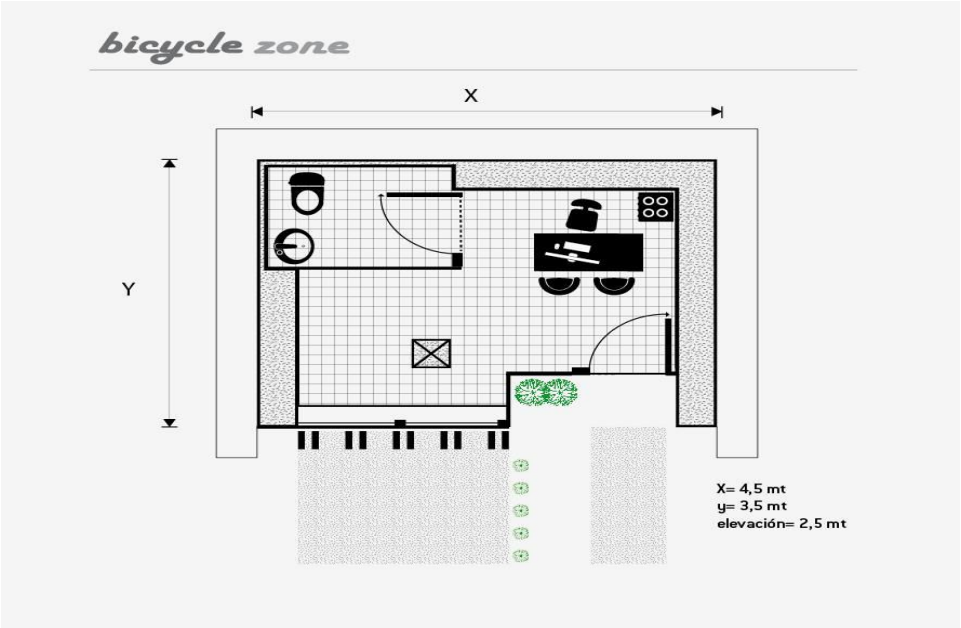
Detalles Interiores.

En el interior se contará con un taller oficina en el cual se observa un espacio para clasificar equipos y bicicletas con una capacidad para 15 bicicletas con todo el equipo para el ciclista. Una pequeña oficina equipada con todos los implementos necesarios para el encargado, además de un baño para el personal.

Título: Interiores.

Autor: Adrián Aguirre. Dis.Fausto Morocho.

Fuente: Propia.



Título: Detalle del Interior.

Autor: Adrián Aguirre. Dis.Fausto Morocho.

Fuente: Propia.

Señalética a implementarse en las ciclo rutas.

Este supuesto se ha tomado de las publicaciones emitidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador en su página de internet, estando así cumpliendo con las especificaciones técnicas que se encuentran en el Reglamento Técnico de Señalización Vial RTE INEN 004 y sus partes 1, 3 y 4.

De esta manera incluimos un sistema informativo para que le visitante a nuestro proyecto tenga la total facilidad de poder trasladarse de manera segura por las diferentes rutas establecidas, y a la vez los demás actores involucrados como transportistas, comunidad y servidores públicos estén familiarizados con estas señales que serán de vita apoyo para el normal desarrollo de las actividades planteadas en el proyecto.

Esta implementación mejorara la relación con el visitante y los diferentes atractivos que se pretende incorporar a las ciclo rutas, permitiendo identificar fácilmente los mismos.

El diseño de estas señales está orientado a ser un elemento grafico funcional que facilite la optimización del tiempo y la correcta información del entorno, claro está que dichas señales estará relacionadas al lugar donde se encuentran y al motivo de su uso.

Concepto.

La Señalética.

“La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y comportamientos de los individuos.” (Joan Costa).

Colores.

De acuerdo a cada tipo de señal, los colores que se utilizarán son verde (Informativas de destinos), azul (Informativas de servicios, actividades turísticas, apoyo a servicios turísticos), café (Pictogramas de atractivos naturales y culturales); con orla y letras blancas, rojo (señales con restrigsiones de flujo o control del mismo como por ejemplo pare), amarillo (señalética preventiva).
A continuación preséntate unos modelos de la señalética que se implementara en las ciclo rutas de acuerdo al entorno y posibles lugares de interés, es importante recalcar que la señalética es implementada o adoptada por cada caso particular, respondiendo a las características del entorno. Con esta premisa tenemos:

Sistema de vallas informativas estandarizadas para los ejes viales y la relación de las medidas.

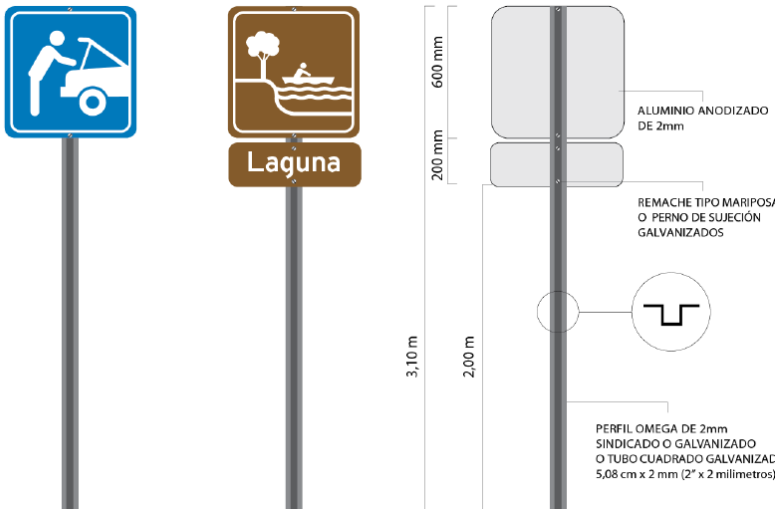
Las medidas de las señales turísticas de aproximación están establecidas de esta manera, 2,40 x 0,60m y 2.20m de altura al piso. Ejemplo:

Las vallas informativas de destinos se norman con medidas de 2.40mx1.20m, Ejemplo:

Vallas Informativas de Destino - Medida: 2,40 m X 1,20 m

Las vallas informativas de destino se normas en base a las medidas 4.80mx 2.40m ejemplo:

Y finalmente tenemos la señalética con poste normada de esta manera, ejemplo:



En base a estas normativas y consideraciones locales de los actores involucrados en el proyecto se considerara la misma.

3.2.2.3 Modalidades de ciclismo de montaña.

El Cross country.

Considerado de gran esfuerzo físico pero ideal para un contacto con rutas irregulares, dicho sea de paso las ciclo rutas estarán encasilladas dentro de esta categorización.

La bicicleta debe ser apta para esta modalidad teniendo como características principales el ser fuerte para resistir las condiciones del terreno y liviana para mayor comodidad en los ascensos, tener una o dos suspensiones para amortiguar golpes y darle seguridad al deportista, tres platos que combinados con 9 piñones produzcan 27 relaciones diferentes que faciliten su accionar en los diferentes y difíciles terrenos. La vestimenta consta de una lycra cómoda con badana para que amortigüe con el asiento, un casco liviano, guantes y zapatos con clips para mejor desempeño y seguridad del deportista.

Título: Cross Country.

Autor: ©2014 - www.todomountainbike.es

Fuente: Internet

El Down Hill (DH) o descenso:

Por lo general son competencias que se las realizan de manera individual y contra el cronómetro, con intervalos que van desde los 30 segundos hasta los tres minutos dependiendo de la cantidad de participantes y la dificultad del recorrido El ganador es el que menos tiempo realice en el descenso. Generalmente se realiza un descenso clasificatorio para determinar el orden de partida el cual se realiza en forma descendente siendo el mejor tiempo el que parte de último. Cuando hay tiempo para dos mangas cuenta únicamente el mejor de los tiempos realizados para determinar al ganador. Es una modalidad que atrae mucho público por los saltos y derrapes espectaculares de los deportistas

Esta modalidad es riesgosa por lo que exige bicicletas especializadas, fuertes y resistentes. A diferencia de estas sólo utilizan un plato grande que brinda mayor velocidad. Su geometría es muy parecida a la de una moto; Doble suspensión, manubrio de doble altura para mayor control, su asiento es más largo y bajo que facilita la acomodación del piloto y sus llantas mucho más gruesas para evitar pinchazos por los golpes y mayor agarre en las curvas. La vestimenta es especial, protege por completo ya que las caídas son frecuentes y muy fuertes. Primero se coloca un uniforme interior con refuerzos en fibra y encima otro compuesto de pantalón largo. Los guantes son largos y naturalmente, se usa un casco integral que cubre toda la cabeza.

Título: Down Hill.

Autor: ©2014 - www.todomountainbike.es

Fuente: Internet

Variables adicionales.
All Mountain.

La modalidad más popular entre las bicicletas de doble suspensión. Prácticamente igual que el Cross Country, pero orientada al uso de bicicletas con sistema de doble suspensión. Uno que otro salto por el camino.

Bicicletas de doble suspensión. Suspensiones normalmente entre 100mm y 120mm de recorrido y cubiertas entre 2.0 y 2.2 de medidas.

Título: Bici all mountain
Autor: ©2014 - www.todomountainbike.es
Fuente: Internet

.**FreeRide y UrbanFreeRide**

Práctica basada en superar obstáculos naturales o artificiales en la montaña, cortados, calles, ciudades o circuitos preparados para ello.
Bicicletas sin o con doble suspensión con cuadros reforzados. Suspensiones normalmente entre 140mm y 180mm de recorrido y cubiertas entre 2.2 y 2.6 de medidas.

Título:Mountain Free Ride.

Autor: ©2014 - www.todomountainbike.es

Fuente: Internet.

3.2.2.4 Partes de una bicicleta de montaña.

El Cuadro

El soporte o pieza principal de la bici. La más grande y normalmente construido en aluminio, aunque también lo podemos encontrar en Acero, Scandium, Fibra de Carbono u otras aleaciones a cual más exótica que la anterior. En el cuadro van el resto de componentes, por lo que la resistencia y buen material es importante al momento de comprar una bici o mejorar e cuadro.

Título: Cuadro.

Fuente: ©2014 - www.todomountainbike.es

A la forma del cuadro se denomina Geometría. Cada fabricante tiene características diferentes, de la geometría del cuadro dependerá en gran medida la posición del ciclista en la bicicleta, por lo que todos los fabricantes normalmente ofrecen medidas detalladas de todos los tubos que forman el cuadro, así como diferentes tallas del mismo.

Componentes de la parte delantera de nuestra MTB.

Las Ruedas.

Por lo general son dos la delantera y la trasera. Al decir por lo general nos referimos que existen especiales adaptaciones para personas con algún impedimento o capacidades especiales, pero lo más común es disponer de la rueda delantera, acoplada al manillar de nuestra bici mediante la horquilla o suspensión, y la rueda trasera, diferente de la delantera por poseer la llanta un espacio destinado a montar los piñones o los cambios.

A las ruedas las forman las llantas, normalmente en aluminio o fibra de Carbono, según la gama, unida mediante los radios al buje de la rueda, que se encarga de hacer girar nuestra rueda mediante rodamientos internos normalmente sellados o los rulimanes. Encontraremos llantas para disco, que quiere decir que solamente podrán montarse frenos de disco, y llantas para frenos V-Brake, que tiene la pared de la llanta especialmente diseñada para que la pastilla de freno V pueda apoyarse y frenar correctamente. Sobre la llanta va montada la cubierta o neumático, normalmente de cámara de aire, aunque también están disponibles llantas Tubeless que nos permitirán montar neumáticos Tubeless sin cámara, más ligeros y menos propensos a los pinchazos.

El Tren Delantero.

En el tubo de dirección del cuadro, encontramos la dirección o timón, que puede ser fija o acoplada al cuadro, según el fabricante. En el interior de este tubo va montada la suspensión, normalmente con diferentes posibilidades de regulación, aunque también existen suspensiones rígidas, propias de las bicicletas de carretera. La suspensión

mantiene la rueda delantera pegada al terreno, absorbiendo baches, piedras, y todo lo que encuentres bajo tu paso.
Sobre la suspensión encontramos la potencia o llamado comúnmente codo, que une el timón al cuadro. Fabricadas normalmente en aluminio o fibra de Carbono, con diferentes longitudes y ángulos para adaptarlas a las necesidades de todos los ciclistas.

Titulo: Tren Delantero.
Fuente: ©2014 - www.todomountainbike.es

Componentes de la parte trasera de nuestra MTB.

Los platos o las catalinas.

Comprende el conjunto formado por los Platos (normalmente tres), el Eje va unido a su vez a los pedales por las propiamente dichas bielas. Hoy en día es común encontrar la biela acoplada directamente en el Plato más grande, por lo que resulta más sencillo hablar de *Bielas* que del conjunto *de platos*. Los Platos se encargar de transmitir la fuerza de nuestras piernas a los piñones mediante la cadena, que a su vez hará girar nuestra rueda trasera tanto como nuestro aguante pueda. Sobre las Bielas, unido al Cuadro de nuestra Bicicleta, encontramos el descarrillador delantero, que se encargará de desviar la cadena hacia los diferentes platos.

El Tren Trasero

Está formado por la Rueda trasera, sobre la que van montados los piñones (o Corona) de nuestra transmisión, unidos a su vez a nuestro Cuadro. Podemos encontrar Coronas de 8 o de 9 piñones, para 24 o 27 velocidades respectivamente. Aunque hoy en día se

comienza a ver una tendencia a montar Coronas de 10 piñones, para 30 velocidades con unas Bielas de 3 Platos, o 20 velocidades con una relación más específica para Bielas de 2 Platos.

Sobre el Cuadro y en paralelo a nuestros piñones encontramos el Cambio Trasero, que se encargará de hacer saltar la cadena por los diferentes piñones según nuestros deseos.

Y justo por encima de la rueda trasera, encontramos la Tija del Sillín, introducida en uno de los tubos de nuestro Cuadro, y ajustable en altura mediante un cierre rápido que clava nuestra Tija en la posición deseada. Las podemos encontrar en Aluminio y Fibra de Carbono normalmente, y nos permite fijar la posición de nuestro sillín y por ende, de nuestras posaderas. Unido a la Tija encontramos el Sillín, que encontramos en infinidad de modelos y materiales. Regulable en posición, ángulo y altura mediante la Tija, nos permite transmitir toda la fuerza de nuestras piernas al Pedalier de una forma más cómoda.

Titulo: Tren Trasero.

Fuente: ©2014 - www.todomountainbike.es

3.2.2.5 Criterios técnicos para una adecuada selección y desempeño de la bicicleta de montaña.

Elección del cuadro y su talla.

La elección del cuadro reviste dos análisis independientes uno del otro:

1- Económico, según características de la bicicleta pretendida.

2- Tamaño o talla, según la talla y contextura del interesado.

<u>1- Análisis económico:</u>

- La bici debe ser analizada como un conjunto de piezas de gama similar, de poco sirve, por ejemplo, un grupo Deore (costo aproximado $ 300) montado en un

cuadro de $ 80. Mucha gente piensa solo en el equipamiento o grupo de cambios que tiene o tendrá la bici; pero ese es un error de concepto.

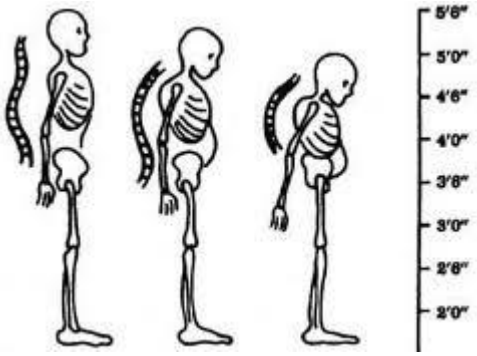
- Lo lógico es pensar en un cuadro cuyo valor represente el 20 / 35%, aproximadamente, del valor total de la bici.
- Ejemplo: una bicicleta cuyo valor total esté en unos $2000, debiera ser armada con un cuadro cuyo valor esté entre $400 y $700; o mirándolo al revés, un cuadro de $500 nos va a permitir armar una bicicleta entre $1400 y $2500 aproximadamente.

Esto implica que si armamos una bici con un cuadro que represente el 35% del total, vamos a poder mejorar el equipamiento de esa bicicleta hasta que el cuadro represente un 20% del nuevo valor de la bici. A partir de allí estamos en la situación donde el próximo punto a mejorar es el cuadro.

2- Análisis del tamaño.

Las tallas de los cuadros, dentro de un mismo modelo y marca pueden variar en 1,5" o 2"; una progresión podría ser 16", 18", 20", 22"; otra podría ser 15", 17", 19", 21", 23"; otra 16", 17,5", 19", 21,5"...; o incluso combinaciones de las anteriores.

Como se ve no están unificados los criterios. Además, cuando cambia la talla del cuadro, también cambia la longitud del mismo, en general cuando aumenta 2" su talla aumenta su longitud en 0,5". Pero aquí tampoco existe criterio único, cada marca tiene el suyo.



Fuente: ©2014 - www.todomountainbike.es

Tabla por estatura y tipo.

Altura (cm.)	Carretera (cm.)	Montaña (pulgadas)
155 - 160	47 - 51	14
160 - 165	51 - 53	16 - 17
165 - 170	53 - 55	17
170 - 175	55 - 57	17 - 19
175 - 180	57 - 59	21
180 - 190	59 - 61	21 - 22
190 -	61 -	23 -

Título: Estatura y Tipo.

Fuente: ©2014 - www.todomountainbike.es

3.3 Identificación y caracterización de la población objetivo (beneficiarios).

La población objetivo beneficiaria de la implementación de este proyecto son los actores del turismo en el destino Cuenca incluyendo a la población del área de estudio. De acuerdo a los datos obtenidos en el censo económico de 2010 realizado por el INEC (www.inec.gob.ec), relacionado al sector terciario (servicios), la población beneficiaria directamente con la implementación del proyecto son alrededor de 3.903 habitantes de la parroquia El Valle, y de forma indirecta a 7.300 habitantes correspondientes a los servidores turísticos del Destino Cuenca que incluyen los servicios de alojamiento y alimentación de acuerdo al registro del Censo Económico 2010 (INEC).

De esta manera, entre la población objetiva beneficiaria directa e indirecta se podrá atender a una población de 11.203 personas.

4 Manual de gestión.

4.1 Introducción.

El Manual de Gestión Administrativa para el proyecto constituye en una herramienta diseñada para facilitar el proceso administrativo en las diferentes áreas funcionales del proyecto, con el fin de lograr resultados efectivos, para que sea reconocido y diferenciado por su capacidad de asegurar una experiencia integral al turista. Sin embargo tenemos que tener claro que la satisfacción del visitante es una responsabilidad compartida por funcionarios públicos, sector turístico publico/privado y los actores que lo (comunidad involucrada de El Valle.).

El Plan Nacional del Buen Vivir plantea dentro de sus estrategias mantener la sostenibilidad biofísica de los flujos económicos "Generar activos financieros basados en recursos naturales no explotadas" y Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario "Fomentar el turismo comunitario y el turismo social", así como impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizado a los grupos históricamente excluidos.

Por este motivo, este manual de gestión identificara las características, roles y estructura del Proyecto Implementación de Ciclo Rutas para la Parroquia El Valle.

4.2 Propósito del Manual de Gestión Administrativa:

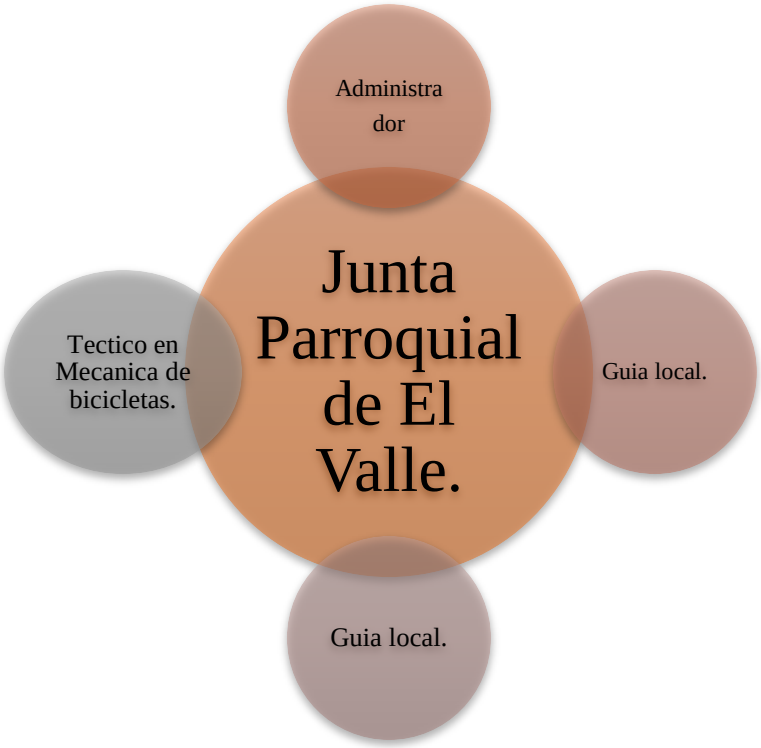
- Dar soporte en la planificación y control de las actividades del proyecto,
- Proporcionar información de la auto gestión financiera del proyecto,
- Analizar desde el punto de vista administrativo las decisiones del proyecto en cuanto a: inversiones, políticas, presupuestos, gestión, etc.
- Controlar las diferentes etapas del proyecto desde un punto de vista de valores económicos e indicadores de gestión
- Establecer un sistema de planificación estratégica del proyecto a largo plazo.
- Medir la funcionalidad en la gestión de las estructuras jerárquicas y funcionales del proyecto.

4.3 Fijación de Objetivos a largo plazo:

- Incentivar la visita a la Parroquia el Valle.

- Diversificación de la oferta turística del destino Cuenca hacia un mercado especializado en naturaleza.
- Posicionar a la Parroquia El Valle como un atractivo de naturaleza para el mercado local y nacional
- Crear fuentes de empleos directos e indirectos para la comunidad de El Valle.

4.4 Organigrama Funcional.



Título: Organigrama Funcional.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

4.4.1 Junta Parroquial El Valle.

De manera general en los proyectos que se desarrollan en comunidades, la toma de decisiones entre sus integrantes, suelen tomar mucho tiempo, por ello se presenta una normativa interna que permitirá hacer más eficiente el proceso de gestión, organización y comunicación, lo que implica que todas las decisiones en torno al desarrollo de los emprendimientos sean adoptadas por sus integrantes, mediante asambleas con los representantes de la Junta Parroquial. Adicionalmente debe existir una articulación entre los diferentes actores: comunidad, gobierno local y sociedad civil en general, para crear mayores probabilidades de éxito en los emprendimientos.

El proyecto de la implementación de las Ciclo rutas como atractivo turístico de la parroquia El Valle será de propiedad de la Junta Parroquial, la misma que mediante su administrador, realizará el respectivo trámite ante el SRI, para desarrollar la actividad de prestación de servicios y poder emitir las notas de venta en relación a la actividad.

Dado que el proyecto se implementara en la comunidad, la Junta Parroquial de El Valle tiene toda la apertura de cuestionar o sugerir cambios al administrador del proyecto para que este se desarrolle de manera más eficaz.

A la Junta Parroquial le corresponde:

a. Construir e implementar el Proyecto denominado: Implementación de Ciclo Rutas como atractivo Turístico de la Parroquia El Valle.
b. Generar una política de promoción inicial y permanente conjuntamente con la Fundación municipal de Turismo para Cuenca.
c. Incentivar al cuerpo técnico a través de la capacitación en lo relativo a la estandarización de servicios y políticas mínimas de calidad y servicio.
d. Contratar y pagar los sueldos de: un administrador a tiempo parcial, un mecánico de taller, tiempo parcial y dos guías locales.
e. Administrar los ingresos generados por concepto de alquileres, venta de productos, recorridos guiados y entradas.
f. Administrar la política de vinculación con la colectividad, mediante el préstamo de las instalaciones con fines comunitarios.

g. Promover, mediante su administrador, el desarrollo de actividades artísticas y culturales dentro de las instalaciones con el propósito de generar ingresos.

4.4.2.1 Administrador (a):

La administración del proyecto recaerá en una sola persona delegada o perteneciente a la junta parroquial. Al ser delegada se lo hará mediante un concurso de méritos, para lo cual se establecerá un contrato de trabajo especial, debido a que desarrollará "funciones de confianza", según se plantea en el Art. 58 del Código de Trabajo[4]. Adicionalmente para fines jurídicos, la Junta Parroquial mediante un nombramiento legalmente registrado, designará al administrador como Representante Legal del Proyecto. El contrato será a medio tiempo.

El administrador tendrá a su cargo la dirección y organización de las ciclo rutas y las funciones de cumplir y hacer cumplir las políticas internas y mantener una buena relación con los demás miembros del equipo de trabajo., quienes serán habitantes de la parroquia, para conocer los problemas que puedan surgir en la operación y poderlos solventar de la mejor manera posible.

Perfil del Administrador (a)

- Demostrar conocimientos en administración de Empresas.
- Proactivo, visionario, capaz de enfrentar retos y facilidad para la resolución de situaciones difíciles.
- Poseer iniciativa estratégica, que le permita llevar a cabo la operación optima de las ciclo rutas.
- Capacidad para establecer alianzas estratégicas y atraer nuevos clientes.
- Poseer varias habilidades: liderazgo, detallista, atento y confiable.
- Capacidad para trabajar en equipo
- Experiencia mínima 2 años en el área

[1]Art. 58.- Funciones de confianza.- Para los efectos de la remuneración, no se considerará como trabajo suplementario el realizado en horas que excedan de la jornada ordinaria, cuando los empleados tuvieren funciones de confianza y dirección, esto es el trabajo de quienes, en cualquier forma, representen al empleador o hagan sus veces; el de los agentes viajeros, de seguros, de comercio como vendedores y compradores, siempre que no estén sujetos a horario fijo; y el de los guardianes o porteros residentes, siempre que exista contrato escrito ante la autoridad competente que establezca los particulares requerimientos y naturaleza de las labores.

Funciones del Administrador (a):

- Manejo administrativo y financiero del proyecto de las Ciclo Rutas.
- Cobrar los rubros correspondientes a alquileres, equipos, guianza y posibles entradas, suvenires.
- Elaboración de horarios de atención, dependiendo de la demanda y de la temporada.
- Elegir el uniforme que vestirán el equipo de trabajo.
- Control de la entrada y salida del personal.
- Informar acerca de las actividades de promoción que se estén realizando a la Junta.
- Controlar que los pagos de los servicios básicos estén al día.
- Velar por el mantenimiento de las instalaciones del Proyecto.
- Presentación de informes periódicos ante la Junta Parroquial.
- Gestionar la realización del Plan de Capacitación para los involucrados.
- Promover actividades artísticas y culturales para generar ingresos económicos, siempre y cuando no afecten la operación de las ciclo rutas.

4.4.1.2 Mecánico de bicicletas.

El mecánico del taller será una persona delegada por la Junta parroquial mediante concurso público, y se elaborara un contrato de trabajo a medio tiempo, con las cláusulas de acuerdo a su actividad.

Perfil del mecánico.

- ✓ Demostrar conocimientos en mecánica de bicicletas.
- ✓ Pro actividad y fácil dialogo.
- ✓ Tranquilidad y responsabilidad para el cumplimiento de tareas.
- ✓ Capacidad para trabajar en equipo.
- ✓ Buenas relacione personales.

Funciones del mecánico.

- ✓ Brindar todo el soporte técnico para la correcta utilización de las bicicletas por los participantes.
- ✓ Tener en óptimas condiciones todo el equipo relacionado la actividad.
- ✓ Mantener el área de trabajo en orden y limpia.
- ✓ Enviar las bicicletas en las mejores condiciones para los participantes.

4.4.1.3 Guías locales.

Se contaran con dos guías locales los mismos que serán los transmisores de manera directa de los alcances del proyecto y de su correcto funcionamiento, y además del cumplimiento de las actividades planteadas a los participantes.

Estos guías serán delegados por la junta parroquial y para el efecto se receptaran carpetas de los interesados.

Perfil del Guía.

- ✓ Demostrar altos niveles de comunicación y pro actividad.
- ✓ Tener conocimientos de tercer nivel en ramas de turismo o afines.
- ✓ Demostrar un pleno conocimiento de las ciclo rutas.
- ✓ Demostrar conocimientos históricos y de cultura general del área.
- ✓ Conocer de mecánica básica de bicicletas.
- ✓ Conocer de primeros auxilios.
- ✓ Tener un manejo del idioma ingles de un 60%

Funciones del Guía.

- ✓ Generar la primera impresión y recibimiento al visitante.
- ✓ Dotar de toda la información necesaria antes de empezar los recorridos.
- ✓ Interpretar de la manera más clara y verdadera los diferentes puntos de interés considerados.
- ✓ Liderar los grupos de visitantes.
- ✓ Garantizar el cumplimiento de los recorridos.

De esta manera estamos dispuestos a garantizar l adecuado desarrollo de proyecto y de su perdurabilidad en el tiempo.

5. Plan de Capacitación.

5.1 Introducción.

El modelo de Plan de Capacitación para el Proyecto Implementación de Ciclo Rutas para la Parroquia el Valle es una herramienta elaborada para fortalecer el conocimiento, destrezas y habilidades de la población sobre crear estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos involucrando a los actores en temas turísticos.

Las capacitaciones serán dictadas de forma gratuita a través de talleres, seminarios y conferencias a las personas de la parroquia que estén vinculadas al proyecto turístico como: funcionarios del GAD Parroquial, prestadores de servicios turísticos y población.

5.2 Justificación.

La capacitación para este tipo de proyectos es esencial, ya que abarca en primer lugar la concientización y conocimiento de los valores culturales y organizativos como elementos de progreso social y material; se visibilizarán a las personas vinculadas al proyecto como generadoras de iniciativas de desarrollo social y comunitario. Además las capacitaciones contribuyen al cambio de actitud de las personas, ampliando su visión con respecto a la actividad de turismo de naturaleza y la manera de relacionarse con su entorno generando una mejor armonía y buenas prácticas.

El presente plan de capacitación está alineado con el Plan Nacional de Capacitación que desarrolla el Ministerio de Turismo, el mismo que está orientado a desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para que los actores del proyecto estén en la capacidad de cumplir con los requisitos descritos con el más alto nivel de confianza y seguridad.

La Junta Parroquial a través del administrador de las ciclo rutas, gestionará las capacitaciones con entidades o instituciones que faciliten el cumplimiento de los objetivos planteados para cada cargo, para ello se deberá incluir en los sílabos los siguientes contenidos:

Cargo:	Administrador
Objetivo de la capacitación:	Desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para la correcta administración del Proyecto.
Objetivo al finalizar la capacitación: Después de la etapa de capacitación, la persona será capaz de:	Administrar de manera eficiente el Proyecto de las ciclo rutas.
Horas de capacitación teórico-prácticas:	40.
TEMAS	CONTENIDOS MÍNIMOS
1. Impacto del turismo en el desarrollo socioeconómico	1.1. Turísmo sostenible 1.2. Turísmo rural

2. El sistema turístico.	2.1. Oferta: infraestructura • Planta turística • Atractivos • Superestructura 2.2. Demanda: • Motivaciones de los turistas que llegan al Ecuador. • Perfil del turista nacional y extranjero que visitan la ciudad de Cuenca. 2.3. Espacio Geográfico 2.4. Operadores
3. Política de remuneración y beneficios sociales	3.1. Política salarial 3.2. Elaboración de roles de pago 3.3. Contratos de Arriendos
4. Trabajo en equipo.	4.1. Gestión de reuniones 4.2. Promover capacitaciones.
5. Flujo de caja.	5.1. Control de ingresos y gastos.
6. La cultura del servicio.	6.1. Valores de la cultura del servicio • Respeto, amabilidad, puntualidad, profesionalismo, cortesía, buena imagen.
7. La comunicación efectiva:	7.1. Proceso de la comunicación.

	7.2. Tipos de comunicación: • Oral, escrita, kinésica. 7.3. Barreras de la comunicación: • Semánticas, físicas, psicológicas. 7.4. Al arte de saber escuchar.
8. El cliente:	8.1. Expectativas de los clientes. 8.2. Tipos de clientes. 8.3. Fidelización de los clientes • Herramientas de fidelización: CRM, Touchpoints (momentos de verdad). 9.4 Quejas y reclamos • Proceso para la resolución se quejas.
9. Seguridad Laboral.	9.1. Prevención de accidents laborales.
10. El turísmo: importancia	10.1. El turismo como factor de desarrollo socioeconómico local y nacional. 10.2. El turísmo rural y comunitario

Cargo:	Guía.

Objetivo:	Desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para la guianza de grupos en el proyecto.
Objetivo al finalizar la capacitación: Después de la etapa de capacitación, la persona será capaz de:	• Guiar adecuadamente a los diferentes grupos de personas que participan en las ciclo rutas. • Interpretar de manera adecuada todos los puntos de interés considerados en las rutas.
Horas de capacitación teórico-prácticas:	50
TEMAS	CONTENIDOS MÍNIMOS
1. Técnicas de guiar.	1.1. Manejo de grupos. • Respeto, amabilidad, puntualidad, profesionalismo, cortesía, buena imagen personal. • Postura y Ubicación. • Técnicas comunicativas. • Manejo de quejas y respuestas.
2. Sistemas de geo-referencia.	2.1 Reseña histórica. 2.2 Lectura de mapas y cartas topográficas. 2.3 Manejo básico del Gps.
3.-La comunicación efectiva:	3.1 Proceso de la comunicación. 3.2 Tipos de comunicación: • Oral, escrita, kinésica. 3.3 Barreras de la comunicación: • Semánticas, físicas, psicológicas. 3.4 Al arte de saber escuchar.

4 Seguridad y primeros auxílios.	4.1 Prevención de accidentes en las ciclo rutas. 4.2 Normas mínimas de la actividad. 4.3 Primeros auxilios.
5 El turísmo: importancia	5.1 El turismo como factor de desarrollo socioeconómico local y nacional. 5.2 El turismo rural y comunitario
6 El turísmo de naturaleza.	6.1 Interpretación ambiental. 6.2 Buenas prácticas ambientales. 6.3 Manejo de desechos.

El siguiente cuadro está orientado a capacitar a las personas de las comunidades cercanas en las cuales se desarrolla el proyecto de las ciclo rutas, con temas de conocimiento general y de buenas relaciones con el visitante.

Cargo:	Habitantes de la zona.
Objetivo:	Desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias el adecuado recibimiento de los visitantes y si interacción con los mismos.
Objetivo al finalizar la capacitación: Después de la etapa de capacitación, la persona será capaz de:	• Recibir de manera amable y cordial a los diferentes grupos de personas que participan en las ciclo rutas. • Brindar la confianza y las personas para que se sientan

	tranquilas en los diferentes puntos de interés.
Horas de capacitación teórico-prácticas:	40
TEMAS	CONTENIDOS MÍNIMOS
1.- Quien es el turista.	1.1 Conceptos Básicos. 1.2 Como recibir al turista. 1.3 Que es la amabilidad.
2.- Como el turismo puede generar ingresos.	2.1 Reseña histórica. 2.2 Pequeños emprendimientos. 2.3 Servicios Complementarios. 2.4 Buenas prácticas con el visitante.
3.-La comunicación efectiva:	3.1 Proceso de la comunicación. 3.2 Tipos de comunicación: • Oral, escrita. 3.3 Barreras de la comunicación: • Semánticas, físicas, psicológicas. 3.4 El saber escuchar.
4 Seguridad y primeros auxilios.	4.1 Como ayudar a un accidentado. 4.2 Remedios caseros 4.3 Primeros auxilios.
5 El turismo: importancia	5.1 El turismo como factor de desarrollo socioeconómico local y nacional. 5.2 El turismo rural y comunitario
6 El turísmo de naturaleza.	6.1 Buenas prácticas ambientales. 6.2 Que es el entorno. 6.3 Manejo de desechos.

	6.4 Flora y fauna.

5.5 Recomendaciones para la capacitación:

- Sugiero buscar el apoyo de la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca, mediante el programa de vinculación con la colectividad, podría desarrollar la capacitación, efecto para el cual se debería gestionar la firma de un convenio o compromiso.
- Las acciones que se desarrollarán en los talleres, estarán de acuerdo a la temática propuesta en el plan de capacitación y mediante un cronograma de tiempo, previamente establecido en conjunto por el capacitador y los participantes.
- El proceso de desarrollo de las actividades se lo realizará mediante talleres teórico-práctico. La utilización de metodología que fomente la participación integral de los actores y actividades dinámicas para mejorar el aprendizaje.
- Los materiales a emplearse para el apoyo serán didácticos y aplicables como proyector, pizarras, papelotes etc., que permitiendo el desarrollo de las diferentes temáticas.
- Un importante aliado será la cruz roja nacional con sus charlas sobre primeros auxilios.

5.4 Actividades complementarias.

Considerando algunos parámetros de complementariedad, crecimiento de la demanda del producto y exigencias físicas paulatinas y progresivas, quienes estén o hayan vivido la experiencia de las ciclo rutas, estarán muy de acuerdo en pensar que dicho proyecto se complemente con algún valor o actividades complementarias, es por esto que daré un sitial importante para El Centro de Gestión Ambiental Aguarongo, ya que se constituye en un muy buen ejemplo de herramienta que facilita o da las pautas para tener un completo y claro concepto referente a la adecuada utilización de los desechos, el eco turismo y actividades al aire libre como las bicicletas, que en este caso se

conectaría directamente con nuestras ciclo rutas por la vía hacia Santa Ana, El Carmen de Jadan y El centro Aguarongo, con un incremento en kilómetros de aproximadamente 15.

Este interesante aliado de la generación de conciencia ambiental y el entendimiento del entorno podría proyectar un crecimiento de nuestro proyecto a niveles parroquiales y aún más cantonales, es por esto que en un mediano plazo la consideración del Área protegida con fines educativos y deportivos (bicicletas) será un pilar que mantenga la perdurabilidad de nuestro proyecto original.

Título: Parada Interpretativa.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

Como se puede apreciar en la fotografía, el centro Aguarongo cuenta con infraestructura ya funcionando que puede servir de hospedaje para las personas que dispongan de más tiempo y deseen complementar la experiencia de las ciclo rutas con un tiempo de naturaleza y montaña en un bosque andino de 2086h, con especies de flora y fauna muy representativas y total interacción con el entorno.

Título: Cabañas de Hospedaje.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

Otra de las actividades que se pudiera sugerir al visitante es el tener la posibilidad de acampar en áreas destinadas para esta actividad y además que tienen detalles de interés muy propios por ubicación y facilidades.

Título: Zona de Camping.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

6 Estrategias de promoción y marketing.

De acuerdo a la publicación del Dr. Steve Hutchens de la Universidad de Creighton en un artículo señala:

Segmentación

Una estrategia clave de marketing es la segmentación del mercado en partes que la empresa puede analizar. Puesto que los clientes tienen diferentes características y necesidades diferentes, tiene sentido agrupar clientes similares entre sí. Estos grupos tienen características y necesidades comunes. El fundamento de la aplicación de esta estrategia de marketing es que la compañía puede satisfacer mejor las necesidades de los segmentos de clientes similares. Se puede diseñar productos ligeramente diferentes para los distintos segmentos y combinar la promoción a los clientes. Gracias a una mejor satisfacción de las necesidades de cada segmento, la empresa logra un mayor rendimiento. (Hutchens, Steve)

En relación a este supuesto las necesidades de los clientes se podrían satisfacer de mejor manera si logramos focalizar nuestro proyecto hacia los intereses de cada grupo, es decir al nosotros estar conscientes de que nuestro segmento de mercado son grupos de amigos que les gusta la bicicleta y la naturaleza pudiéramos desarrollar acciones para que opten por realizar la ciclo ruta nivel 3 o lo contrario se nos da entendiendo que una familia que visita el Eco Parque y que le interesa la educación ambiental y no tiene mucha practica con la bicicleta, podrán optar por la ciclo ruta nivel1. Al tratarse de un producto nuevo en el cantón Cuenca, se debe recurrir a diversos medios de promoción y canales de distribución para llegar al segmento de mercado específico.

La Promoción

Actividad tendrá que desarrollarse in situ para informar sobre los alcances y beneficios que tiene el proyecto e incentivar a los interesados en participar de manera activa en la misma, ya sea de boca en boca o inclusive dispuestos a hacer pequeñas inversiones para la elaboración de campañas más amplias.

Con respecto al producto, la promoción debe centrarse en dar a conocer a la colectividad, los beneficios del producto (naturaleza, educación, calidad de vida, innovación, variedad, etc.). Al no contar la ciudad ni la región con un proyecto de este tipo, que concatene tan articuladamente conceptos de manejo de desechos, reciclaje, movilidad alternativa y desarrollo social, el éxito del mismo estará dado.

Los enunciados más representativos del producto que se deben dar a conocer en las diferentes campañas de promoción son:

- Conceptos vivenciales de entendimiento de la importancia del manejo de los desechos y sus beneficios.
- Oportunidad de desarrollar experticias en técnicas de reciclaje y reutilización de recursos.
- Participar en el recorrido vivencial dentro de comunidades tradicionales y observar sus medios de vida.
- Mejorar notoriamente la condición física al ser un practicante continuo.
- Aprender a cerca del valor del entorno y como afectamos su normal desarrollo.
- Aprender conceptos de montañismo básico.
- Aportar al desarrollo económico de pequeñas comunidades.
- Poner en valor las viejas prácticas agrícolas.
- Visibilizar problemas sociales y poder aportar a su solución.
- Actividades complementarias que se pueden realizar en familia.

Al tratarse de un producto nuevo éste se encuentra en una etapa de introducción, por lo que no es posible que se venda por sí solo, por tanto es necesario contar con canales de distribución y alianzas estratégicas. En esta etapa existirá también un mayor gasto en promoción y publicidad para llegar hacia los segmentos de mercado que nos interesan. Se debe considerar también que en esta fase las ventas se incrementarán paulatinamente, como resultado de la promoción y publicidad eficientes implementadas para el proyecto.

Para definir las estrategias mediante las cuales el producto llegará al cliente es preciso establecer la promoción y la comunicación como herramientas del marketing para incentivar al comprador potencial.

Objetivos de la promoción:

- Informar a la colectividad a cerca del proyecto.
- Lograr la incorporación del proyecto a la oferta de los operadores turísticos de la ciudad.
- Incluir el proyecto en las actividades curriculares de las escuelas y colegios de la región.
- Generar el interés regional en ser parte de la experiencia.

6.1 Plan de Comunicación: Esta herramienta nos sirve para planificar (en términos de recursos, tiempo, objetivos, etc.) las acciones y estrategias de comunicación del producto.

Objetivos:

- Tener un contacto más directo y funcional con el mercado objetivo.
- Crear una imagen del proyecto que perdure en la mente de la colectividad y en el visitante extranjero, siendo este último un efecto multiplicador para una promoción directa.
- Motivar la compra.
- Innovar las estrategias de promoción cada cierto período de tiempo.

Tanto la comunicación en los medios como la promoción y publicidad, se desarrollarán de acuerdo al ciclo de vida del producto, realizando actividades para cada etapa:

Etapa de introducción	Etapa de crecimiento	Etapa de madurez
• Informar sobre las características del producto. • Estimular la demanda del producto. • Facilitar el consumo del producto.	• Estimular la demanda selectiva, es decir del segmento específico de mercado. Colectivos de bicicletas. • Crear la preferencia de marca a través de la fidelización de clientes.	• Mantener flujos constantes. • Atraer nuevos segmentos de mercado (internacional). • Recordar la existencia de la marca. • Innovar el producto.

6.2 Plan de Promoción.

Etapa	Medios	Estrategia	Mensaje	Alcance	Impacto
0	Asambleas con la comunidad para dar a conocer el proyecto.	Convocatorias a asambleas a la población local.	Comunicar los alcances y beneficios del proyecto.	Parroquia El Valle, ciudad de Cuenca y comunidades.	Incentivar a la población en la participación de las ciclo rutas..
I	Folletos, banners, Radio, TV, prensa, redes sociales.	Distribución de folletería (Itur, Ministerio de Turismo, Fundación de Turismo para Cuenca.) Cuñas radiales, reportaje en prensa y tv. Publicación en redes sociales.	Comunicar al mercado la existencia de un producto nuevo, con beneficios al a salud y a la comunidad.	Local y nacional	El mercado conoce una nueva alternativa en educación ambiental, que va de la mano con la bicicleta.
I	Evento Inaugural	Invitaciones a representantes de Instituciones vinculadas al Turismo, Autoridades Municipales	Compartir todos los atributos del producto y sus beneficios.	Local y Nacional	Promocionar el Proyecto de las ciclo rutas como alternativa diferente.

		de la Parroquia, y del Cantón Cuenca, medios de comunicación, agencias de viajes.			
II	Folletos, brochures, Radio, Tv, prensa, redes sociales.	Distribución de folletería (Itur, Ministerio de Turismo, Fundación de Turismo para Cuenca.) Cuñas radiales, reportaje en prensa y tv. Publicación en redes sociales.	Mensaje persuasivo para impulsar la compra.	Local y nacional	Existe el interés del mercado objetivo para ser parte del proyecto.
II	Famtrips para representantes de agencias de viajes.	Invitaciones a los principales representantes de agencias de viajes locales.	El proyecto de las Ciclo rutas se constituye en una alternativa de visita en la ciudad de Cuenca.	Local, nacional e internacional.	Los agentes de viajes viven la experiencia, para incorporar este lugar dentro de sus paquetes turísticos.

II	Alianzas estratégicas con empresas relacionadas con la actividad comercial y turística (hoteles, empresas).	Obsequiar adhesivos, toma todos y camisetas con la marca de las Ciclo Rutas.	Las ciclo rutas ofrecen diferentes niveles e interese de visita para la colectividad y el turista extranjero.	Local, nacional e internacional.	Las personas invitadas viven la experiencia.
III	Folletos, brochures, Radio, Tv, prensa, redes sociales.	Distribución de folletería. Cuñas radiales, reportaje en prensa y tv. Publicación en redes sociales	Promoción atractiva en las ciclo rutas.	Local y nacional	Incremento de visitantes.
IV	Folletos, brochures, Radio, Tv, prensa, redes sociales.	Organizar una feria gastronómica.	Posicionar la marca en la mente de los clientes.	Local	Incremento de visitantes al Centro Gastronómico
IV	Radio, prensa, redes sociales.	Sorteo de paquetes full day de visita a las ciclo rutas.	Posicionar la marca Ciclo rutas en a retentiva popular.	Local	Marca posicionada en el turismo de naturaleza.
IV	Prensa, radio, redes sociales	Auspiciar eventos deportivos.	Trabajar con responsabilidad social.	Local	Ganar Reputación

					en el mundo del ciclista.

En el desarrollo de la etapa de madurez del proyecto se trabajara de manera permanente en fusión de la innovación y el mantenimiento de los flujos de visitantes así como la direccionalidad al incremento de nuevos segmentos de mercado que pudieran ser tomados en cuenta por el proyecto.

6.3 La Marca

De acuerdo a Rafael Muñiz Gonzales en su Libro Marketing para el siglo XXI, tercera edición, capítulo 4. La marca es y constituye lo siguiente:

Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento en su mercado y sector.(Muñiz Rafael).

Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no sólo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo.(Muñiz Rafael).

Cada vez los productos se parecen más entre sí y es más difícil para los consumidores distinguir sus atributos. La marca es, además del principal identificador del producto, un aval que lo garantiza situándolo en un plano superior, al construir una verdadera identidad y relación emocional con los consumidores.(Muñiz Rafael).

En base a lo planteado por el autor analice que mi marca debería representar los elementos que identifica de mejor manera al proyecto de las ciclo rutas, para esto realice una visita a algunas comunidades de los alrededores y encontré primero el elemento

social y como se define la gente en las comunidades llamándose a sí mismos, trabajadores, alegres y decididos, el análisis del entorno geográfico me llevo a comprender una suerte de colinas verdes y quebradas, y finalmente el elemento agregado de Eco parque como herramienta de gestión ambiental, llegue a la conclusión de que la marca del proyecto tiene que englobar estos tres aspectos.

A continuación presentare dicho trabajo:

CicloRutas

parroquia el valle

7.- Matriz de Marco Lógico.

Resumen Narrativo de los objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
FINES			
Proyectar la implementación de ciclo rutas en el Eco Parque de la Parroquia El Valle, como factor de desarrollo económico local.	Incremento del porcentaje de la población dedicada a la prestación de servicios relacionados al tema, alimentación, recuerdos, productos.	Encuestas, visitas de campo.	Colaboración de la comunidad proporcionando la información requerida.
Generación de mayores ingresos económicos para los emprendimientos iniciados en relación a las rutas.	Porcentaje de población que ha mejorado el nivel de vida.	Encuestas, visitas de campo.	Deficiencias en la administración y atención de los negocios propuestos.
Posicionamiento de la ciclo ruta como un atractivo turístico.	Porcentaje de turistas que conocen a la parroquia de El Valle como un atractivo de naturaleza.	Encuestas a los turistas de Cuenca, registro de visitas al Eco Parque El Valle.	Competencia directa con los principales destinos de naturaleza de la Región.
PROPÓSITO			
El propósito del proyecto es desarrollar un proyecto turístico de naturaleza con la implementación de	Proyecto socializado y aprobado por la Fundación de	Proyecto terminado en formato SENPLADES.	Entrega del proyecto final.

ciclo rutas en el Eco Parque de la Parroquia El Valle, que sirva como factor de desarrollo económico local y a la vez que contribuya a la diversificación de la oferta turística del destino Cuenca.	Turismo para Cuenca y GAD Parroquial.		
COMPONENTES			
1. Diseñar las facilidades turísticas para la implementación de ciclo rutas en el Eco Parque de la Parroquia El Valle	Ciclo Rutas diseñadas y operativas para la apertura.	Visita de campo, mapas temáticos, clasificación de intereses y detalles técnicos.	Modificaciones referentes al diseño y concepto de las ciclo rutas en las socializaciones del proyecto.

2. Plantear un modelo de gestión administrativa para el proyecto	Porcentaje de Rentabilidad de los negocios gastronómicos	Documentos con análisis Financiero del proyecto (Van-Tir).	La comunidad considera que la actividad requiere de especialización.
3. Proponer un plan de capacitación para la población local.	Propuesta para la capacitación de la población involucrada.	Sílabos de contenidos con las temáticas de los talleres.	Desacuerdos de la comunidad con respecto a las fechas propuestas para la capacitación.
4. Determinar las actividades de promoción turística para las eco rutas de la parroquia El Valle.	Propuesta para campañas promocionales de la Eco rutas.	Convenios con Medios de comunicación: Fundación de Turismo, Itur.	Cumplimiento de plazos para las actividades de promoción.
5. Plantear un modelo de Gestión Administrativa para el proyecto	Modelo de gestión organizado y delimitad en funciones organizacionales.	Personal de la parroquia prestando los servicios en los diferentes campos.	Muchas personas interesadas en trabajar.
ACTIVIDADES			
1.1. Socialización del proyecto con los representantes de la junta Parroquial de El Valle.	Número de reuniones para socialización.	Registro de asistentes, fotografías.	Inasistencia de personas convocadas.
1.2. Recolección de información.	Datos cuantitativos sobre la oferta y la demanda.	Investigación bibliográfica, investigación de	Conseguir la información.

		campo, encuestas, entrevistas.	
1.3. Diseño y georeferenciación de las rutas, y operatividad 100%	Estructura de as ciclo rutas. Renders de las proyecciones. Descripción del mobiliario, equipos.	Documentos físicos y digitales de planos y renders.	Entrega de los documentos requeridos.
1.4 Elaboración del organigrama funcional y administrativo del proyecto.	Elaboración de Reglamento interno y manuales operativos.	Reglamento y manuales físicos y digitales.	Documentos listos para la socialización.
1.5 Propuesta de capacitación para los actores involucrados.	Número de participantes que asistirán a los talleres de capacitación.	Nómina de los asistentes a las capacitaciones. Fotografías.	Asistencia de los participantes al taller de capacitación.
1.6 Plan de Promoción de las Ciclo rutas.	Propuestas de convenios con Instituciones para la promoción de la ciclo Ruta.	Evidencias físicas de los convenios firmados para la promoción.	Períodos de tiempo establecido para la promoción.

7.-Viabilidad Económica y Financiera:

Análisis Financiero:

Resumen Inversión Inicial

TIPO DE INVERSIÓN	VALOR	MONTO TOTAL
INVERSIÓN FIJA		**$ 33.467,59**
Bienes Inmuebles		**$ 12.000,00**
Terreno	$ 12.000,00	
Infraestructura		**$ 19.273,90**
Instalaciones y Adecuaciones	$ 19.273,90	
Muebles y Enseres		**$ 934,04**
Mobiliario	$ 934,04	
Equipo de Computo		**$ 1.194,85**
Computadora	$ 832,00	
Caja Registradora	$ 296,00	
Impresora	$ 66,85	
Equipo de Oficina		**$ 64,80**
Teléfono multifunciones	$ 64,80	
INVERSIÓN DIFERIDA		**$ 6.792,80**
Gasto de Constitución	$ 264,80	
Permisos de Funcionamiento	$ 28,00	
Estudio de Mercado - Plan de Marketing	$ 6.500,00	
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES		**$ 40.260,39**
Capital de Trabajo	$ 16.422,76	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		**$ 16.422,76**
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL		**$ 56.683,15**

Anexos

DESGLOSE DE SITUACIÓN INICIAL			
CANT.	**DESCRIPCIÓN**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
	Bienes Inmuebles		**$ 12.000,00**
1	Terreno	$ 12.000,00	$ 12.000,00
	Infraestructura		**$ 19.273,90**
1	Instalaciones y Adecuaciones	$ 19.273,90	$ 19.273,90
	Muebles y Enseres		**$ 934,04**
2	Mesas	$ 35,00	$ 70,00
4	Sillas	$ 9,00	$ 36,00
2	Vitrinas y Estantes	$ 98,00	$ 196,00
N/A	Decoración	N/A	$ 540,00
1	Dispensador de Papel	$ 24,26	$ 24,26
1	Dispensador de Jabón Líquido	$ 15,76	$ 15,76
1	Dispensador de Toallas de Mano	$ 23,54	$ 23,54
1	Extintor 20 Libras	$ 28,48	$ 28,48
	Equipo de Computo		**$ 1.194,85**
1	Computadora	$ 832,00	$ 832,00
1	Caja Registradora	$ 296,00	$ 296,00
1	Impresora	$ 66,85	$ 66,85
	Equipo de Oficina		**$ 64,80**
1	Teléfono multifunciones	$ 64,80	$ 64,80

Capital de Trabajo

	MATERIALES Y SUMINISTROS		
2	Botiquín de Primeros Auxilios	$ 31,50	$ 63,00
5	Esferos	$ 0,24	$ 1,20
5	Cinta Scoth	$ 0,20	$ 1,00
3	Archivadores	$ 2,45	$ 7,35
2	Resmas de Papel para Impresora	$ 8,50	$ 17,00
1	Facturas (100 Unidades)	$ 12,00	$ 12,00
1	Notas de Venta (200 unidades)	$ 15,00	$ 15,00
2	Tinta para Impresora	$ 18,00	$ 36,00
	TOTAL		**$ 152,55**
	SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA		
1	Desinfectante Tips	$ 7,10	$ 7,10
1	Escoba	$ 2,55	$ 2,55
2	Gel Antiséptico	$ 5,40	$ 10,80
2	Jabón Líquido	$ 2,96	$ 5,92
2	Limpiones	$ 1,34	$ 2,68
1	Paquete Papel Higiénico	$ 6,67	$ 6,67
1	Trapeador	$ 3,65	$ 3,65
2	Toalla de Manos	$ 4,80	$ 9,60
1	Recogedor	$ 1,35	$ 1,35
1	Fundas de Basura Celestes (Paquete)	$ 0,75	$ 0,75
1	Fundas de Basura Negras (Paquete)	$ 1,40	$ 1,40
	TOTAL		**$ 52,47**

	MERCADERÍAS		
10	Bicicleta montañera Kona Varios Colores	$ 800,00	$ 8.000,00
10	Cascos Varios diseños	$ 32,20	$ 322,00
10	Guantes	$ 18,80	$ 188,00
10	Tomatodos varios	$ 6,40	$ 64,00
10	Rompevientos	$ 28,00	$ 280,00
10	Embulos	$ 16,50	$ 165,00
12	Paquete botellas con agua	$ 0,33	$ 3,96
12	Energizante monster	$ 2,80	$ 33,60
12	Energizante redbull	$ 3,20	$ 38,40
12	Energizante V220	$ 1,25	$ 15,00
48	Snacks varios	$ 0,75	$ 36,00
24	Frutos secos	$ 1,75	$ 41,90
1	Transporte y repuestos varios	$ 1.100,00	$ 1.100,00
TOTAL			**$ 10.287,86**
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**$ 10.492,88**

Anexo Cuenta Instalaciones y Adecuaciones			
Desglose			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Oficina - Taller	N/A	$ 8.512,50	$ 8.512,50
Señalización seg. Norma INEN	21	$ 10.761,40	$ 10.761,40
TOTAL			**$ 19.273,90**

Anexo Cuenta Decoración			
Desglose			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Iluminación	N/A	$ 280,00	$ 280,00
Impresiones y Vinilos	8	$ 21,50	$ 172,00
Tablillas	50	$ 0,80	$ 40,00
Ganchos varias dimensiones	40	$ 1,20	$ 48,00
TOTAL			**$ 540,00**

Cuenta Publicidad			
Desglose			
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**
Folleteria	N/A	$ 244,94	$ 244,94
Imagen Corporativa	N/A	$ 480,29	$ 480,29
Equilibrio - Pagina web	N/A	$ 984,00	$ 984,00
Radio	N/A	$ 3.696,00	$ 3.696,00
TOTAL			**$ 5.405,23**

Sueldos Proyectados

	Año 1						
Cant.	CARGO	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL
1	Administrador	$ 600,00	$ 600,00	$ 318,00	$ 300,00		$ 8.418,00
1	Vendedor	$ 500,00	$ 500,00	$ 318,00	$ 250,00		$ 7.068,00
1	Técnico	$ 350,00	$ 350,00	$ 318,00	$ 175,00		$ 5.043,00

	Año 2	INFLACIÓN	1,055				
Cant.	CARGO	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL
1	Administrador	$ 633,00	$ 633,00	$ 335,49	$ 316,50	$ 52,73	$ 8.933,72
1	Vendedor	$ 527,50	$ 527,50	$ 335,49	$ 263,75	$ 43,94	$ 7.500,68
1	Técnico	$ 369,25	$ 369,25	$ 335,49	$ 184,63	$ 30,76	$ 5.351,12

	Año 3	INFLACIÓN	1,06				
Cant.	CARGO	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL
1	Administrador	$ 670,98	$ 670,98	$ 355,62	$ 335,49	$ 55,89	$ 9.469,74
1	Vendedor	$ 559,15	$ 559,15	$ 355,62	$ 279,58	$ 46,58	$ 7.950,72
1	Técnico	$ 391,41	$ 391,41	$ 355,62	$ 195,70	$ 32,60	$ 5.672,19

	Año 4	INFLACIÓN	1,065				
Cant.	CARGO	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL
1	Administrador	$ 714,59	$ 714,59	$ 378,73	$ 357,30	$ 59,53	$ 10.085,28
1	Vendedor	$ 595,49	$ 595,49	$ 378,73	$ 297,75	$ 49,60	$ 8.467,52
1	Técnico	$ 416,85	$ 416,85	$ 378,73	$ 208,42	$ 34,72	$ 6.040,88

	Año 5	INFLACIÓN	1,07				
Cant.	CARGO	SUELDO MENSUAL	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS RESERVA	TOTAL
1	Administrador	$ 764,62	$ 764,62	$ 405,25	$ 382,31	$ 63,69	$ 10.791,24
1	Vendedor	$ 637,18	$ 637,18	$ 405,25	$ 318,59	$ 53,08	$ 9.060,24
1	Técnico	$ 446,03	$ 446,03	$ 405,25	$ 223,01	$ 37,15	$ 6.463,75

Sueldos Totales 5 Años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	$ 8.418,00	$ 8.933,72	$ 9.469,74	$ 10.085,28	$ 10.791,24
Vendedor	$ 7.068,00	$ 7.500,68	$ 7.950,72	$ 8.467,52	$ 9.060,24
Técnico	$ 5.043,00	$ 5.351,12	$ 5.672,19	$ 6.040,88	$ 6.463,75
TOTAL	**$ 20.529,00**	**$ 21.785,52**	**$ 23.092,65**	**$ 24.593,68**	**$ 26.315,23**

Roles de Pago Año 1

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Enero									Año1 - Enero					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO ENERO						$ 1.314,43	TOTAL PROV. ENERO					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Febrero									Año1 - Febrero					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO FEBRERO						$ 1.314,43	TOTAL PROV. FEBRERO					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Abril									Año1 - Abril					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO ABRIL						$ 1.314,43	TOTAL PROV. ABRIL					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Mayo									Año1 - Mayo					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO MAYO						$ 1.314,43	TOTAL PROV. MAYO					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Junio									Año1 - Junio					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO JUNIO						$ 1.314,43	TOTAL PROV. JUNIO					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Julio									Año1 - Julio					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO JULIO						$ 1.314,43	TOTAL PROV. JULIO					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Agosto									Año1 - Agosto					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO AGOSTO						$ 1.314,43	TOTAL PROV. AGOSTO					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Septiembre									Año1 - Septiembre					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO SEPTIEMBRE						$ 1.314,43	TOTAL PROV. SEPTIEMBRE					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Octubre									Año1 - Octubre					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO OCTUBRE						$ 1.314,43	TOTAL PROV. OCTUBRE					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Noviembre									Año1 - Noviembre					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO NOVIEMBRE						$ 1.314,43	TOTAL PROV. NOVIEMBRE					$ 422,43

ROL DE PAGOS									ROL PROVISIONES					
Año1 - Diciembre									Año1 - Diciembre					
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	No. Dias trabajados	SUELDO BASICO	COMIS.	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	TOTAL SUELDO A RECIBIR	DÉCIMO III	DÉCIMO IV	VACACIONES	FONDOS DE RESEVA	APORTE PATRONAL	TOTAL PROVISIONES BEN. SOCIAL
	Administrador	30	$ 600,00	$ -	$ 600,00	$ 56,10	$ 56,10	$ 543,90	$ 50,00	$ 26,50	$ 25,00	$ -	$ 66,90	$ 168,40
	Vendedor	30	$ 500,00	$ -	$ 500,00	$ 46,75	$ 46,75	$ 453,25	$ 41,67	$ 26,50	$ 20,83	$ -	$ 55,75	$ 144,75
	Técnico	30	$ 350,00	$ -	$ 350,00	$ 32,73	$ 32,73	$ 317,28	$ 29,17	$ 26,50	$ 14,58	$ -	$ 39,03	$ 109,28
		TOTAL SALARIO DICIEMBRE						$ 1.314,43	TOTAL PROV. DICIEMBRE					$ 422,43

Nota: La proyección de los próximos 4 años.

Financiamiento

DESGLOSE DE SITUACIÓN INICIAL					
CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	USO DE FONDOS	APORTE PROPIO	APORTE EXTERNO
Muebles y Enseres					**$ 934,04**
2	Mesas	$ 35,00	$ 70,00	$ -	$ 70,00
4	Sillas	$ 9,00	$ 36,00	$ -	$ 36,00
2	Vitrinas y Estantes	$ 98,00	$ 196,00	$ -	$ 196,00
N/A	Decoración	N/A	$ 540,00	$ -	$ 540,00
1	Dispensador de Papel	$ 24,26	$ 24,26	$ -	$ 24,26
1	Dispensador de Jabón Líquido	$ 15,76	$ 15,76	$ -	$ 15,76
1	Dispensador de Toallas de Mano	$ 23,54	$ 23,54	$ -	$ 23,54
1	Extintor 20 Libras	$ 28,48	$ 28,48	$ -	$ 28,48
Equipo de Computo					**$ 1.194,85**
1	Computadora	$ 832,00	$ 832,00	$ -	$ 832,00
1	Caja Registradora	$ 296,00	$ 296,00	$ -	$ 296,00
1	Impresora	$ 66,85	$ 66,85	$ -	$ 66,85
Equipo de Oficina					**$ 64,80**
1	Teléfono multifunciones	$ 64,80	$ 64,80		$ 64,80
Materiales y Suministros					**$ 152,55**
2	Botiquín de Primeros Auxilios	$ 31,50	$ 63,00		$ 63,00
5	Esferos	$ 0,24	$ 1,20		$ 1,20
5	Cinta Scoth	$ 0,20	$ 1,00		$ 1,00
3	Archivadores	$ 2,45	$ 7,35		$ 7,35
2	Resmas de Papel para Impresora	$ 8,50	$ 17,00		$ 17,00
1	Facturas (100 Unidades)	$ 12,00	$ 12,00		$ 12,00
1	Notas de Venta (200 unidades)	$ 15,00	$ 15,00		$ 15,00
2	Tinta para Impresora	$ 18,00	$ 36,00		$ 36,00
Suministros de Aseo y Limpieza					**$ 52,47**
1	Desinfectante Tips	$ 7,10	$ 7,10		$ 7,10
1	Escoba	$ 2,55	$ 2,55		$ 2,55
2	Gel Antiséptico	$ 5,40	$ 10,80		$ 10,80
2	Jabón Líquido	$ 2,96	$ 5,92		$ 5,92
2	Limpiones	$ 1,34	$ 2,68		$ 2,68
1	Paquete Papel Higiénico	$ 6,67	$ 6,67		$ 6,67
1	Trapeador	$ 3,65	$ 3,65		$ 3,65
2	Toalla de Manos	$ 4,80	$ 9,60		$ 9,60
1	Recogedor	$ 1,35	$ 1,35		$ 1,35
1	Fundas de Basura Celestes (Paquete)	$ 0,75	$ 0,75		$ 0,75
1	Fundas de Basura Negras (Paquete)	$ 1,40	$ 1,40		$ 1,40

Anexo Cuenta Decoración

Desglose					
Descripción	**Cantidad**	**Valor Unitario**	**Valor Total**	**Aporte Propio**	**Aporte Externo**
Iluminación	N/A	$ 280,00	$ 280,00		$ 280,00
Impresiones y Vinilos	8	$ 21,50	$ 172,00		$ 172,00
Tablillas	50	$ 0,80	$ 40,00		$ 40,00
Ganchos varias dimensiones	40	$ 1,20	$ 48,00		$ 48,00
TOTAL					**$ 540,00**

Amortización Préstamo

CAPITAL	$ 56.683,15
TASA DE INTERÉS ANUAL	15,00%
TASA DE INTERÉS MENSUAL	1,25%
PLAZO DEL PRÉSTAMO AÑOS	5
PLAZO DEL PRÉSTAMO MESES	60

Nº Pago	Saldo del Capital	Interés	Amortización del Capital	Cuota	Interés Acumulado
1	$ 56.683,15	$ 708,54	$ 639,95	$ 1.348,49	$ 708,54
2	$ 56.043,20	$ 700,54	$ 647,95	$ 1.348,49	$ 1.409,08
3	$ 55.395,25	$ 692,44	$ 656,05	$ 1.348,49	$ 2.101,52
4	$ 54.739,20	$ 684,24	$ 664,25	$ 1.348,49	$ 2.785,76
5	$ 54.074,95	$ 675,94	$ 672,55	$ 1.348,49	$ 3.461,70
6	$ 53.402,40	$ 667,53	$ 680,96	$ 1.348,49	$ 4.129,23
7	$ 52.721,45	$ 659,02	$ 689,47	$ 1.348,49	$ 4.788,25
8	$ 52.031,98	$ 650,40	$ 698,09	$ 1.348,49	$ 5.438,64
9	$ 51.333,89	$ 641,67	$ 706,81	$ 1.348,49	$ 6.080,32
10	$ 50.627,07	$ 632,84	$ 715,65	$ 1.348,49	$ 6.713,16
11	$ 49.911,42	$ 623,89	$ 724,60	$ 1.348,49	$ 7.337,05
12	$ 49.186,83	$ 614,84	$ 733,65	$ 1.348,49	$ 7.951,88
13	$ 48.453,17	$ 605,66	$ 742,82	$ 1.348,49	$ 8.557,55
14	$ 47.710,35	$ 596,38	$ 752,11	$ 1.348,49	$ 9.153,93
15	$ 46.958,24	$ 586,98	$ 761,51	$ 1.348,49	$ 9.740,91
16	$ 46.196,73	$ 577,46	$ 771,03	$ 1.348,49	$ 10.318,37
17	$ 45.425,70	$ 567,82	$ 780,67	$ 1.348,49	$ 10.886,19
18	$ 44.645,04	$ 558,06	$ 790,43	$ 1.348,49	$ 11.444,25

19	$ 43.854,61	$ 548,18	$ 800,31	$ 1.348,49	$ 11.992,43
20	$ 43.054,31	$ 538,18	$ 810,31	$ 1.348,49	$ 12.530,61
21	$ 42.244,00	$ 528,05	$ 820,44	$ 1.348,49	$ 13.058,66
22	$ 41.423,56	$ 517,79	$ 830,69	$ 1.348,49	$ 13.576,46
23	$ 40.592,87	$ 507,41	$ 841,08	$ 1.348,49	$ 14.083,87
24	$ 39.751,79	$ 496,90	$ 851,59	$ 1.348,49	$ 14.580,76
25	$ 38.900,20	$ 486,25	$ 862,24	$ 1.348,49	$ 15.067,02
26	$ 38.037,96	$ 475,47	$ 873,01	$ 1.348,49	$ 15.542,49
27	$ 37.164,95	$ 464,56	$ 883,93	$ 1.348,49	$ 16.007,05
28	$ 36.281,02	$ 453,51	$ 894,98	$ 1.348,49	$ 16.460,57
29	$ 35.386,05	$ 442,33	$ 906,16	$ 1.348,49	$ 16.902,89
30	$ 34.479,88	$ 431,00	$ 917,49	$ 1.348,49	$ 17.333,89
31	$ 33.562,39	$ 419,53	$ 928,96	$ 1.348,49	$ 17.753,42
32	$ 32.633,44	$ 407,92	$ 940,57	$ 1.348,49	$ 18.161,34
33	$ 31.692,87	$ 396,16	$ 952,33	$ 1.348,49	$ 18.557,50
34	$ 30.740,54	$ 384,26	$ 964,23	$ 1.348,49	$ 18.941,76
35	$ 29.776,31	$ 372,20	$ 976,28	$ 1.348,49	$ 19.313,96
36	$ 28.800,02	$ 360,00	$ 988,49	$ 1.348,49	$ 19.673,96
37	$ 27.811,53	$ 347,64	$ 1.000,84	$ 1.348,49	$ 20.021,60
38	$ 26.810,69	$ 335,13	$ 1.013,35	$ 1.348,49	$ 20.356,74
39	$ 25.797,34	$ 322,47	$ 1.026,02	$ 1.348,49	$ 20.679,20
40	$ 24.771,32	$ 309,64	$ 1.038,85	$ 1.348,49	$ 20.988,85
41	$ 23.732,47	$ 296,66	$ 1.051,83	$ 1.348,49	$ 21.285,50
42	$ 22.680,64	$ 283,51	$ 1.064,98	$ 1.348,49	$ 21.569,01
43	$ 21.615,66	$ 270,20	$ 1.078,29	$ 1.348,49	$ 21.839,21
44	$ 20.537,36	$ 256,72	$ 1.091,77	$ 1.348,49	$ 22.095,92
45	$ 19.445,59	$ 243,07	$ 1.105,42	$ 1.348,49	$ 22.338,99
46	$ 18.340,17	$ 229,25	$ 1.119,24	$ 1.348,49	$ 22.568,24
47	$ 17.220,94	$ 215,26	$ 1.133,23	$ 1.348,49	$ 22.783,51
48	$ 16.087,71	$ 201,10	$ 1.147,39	$ 1.348,49	$ 22.984,60
49	$ 14.940,32	$ 186,75	$ 1.161,73	$ 1.348,49	$ 23.171,36
50	$ 13.778,59	$ 172,23	$ 1.176,26	$ 1.348,49	$ 23.343,59
51	$ 12.602,33	$ 157,53	$ 1.190,96	$ 1.348,49	$ 23.501,12
52	$ 11.411,37	$ 142,64	$ 1.205,85	$ 1.348,49	$ 23.643,76
53	$ 10.205,53	$ 127,57	$ 1.220,92	$ 1.348,49	$ 23.771,33
54	$ 8.984,61	$ 112,31	$ 1.236,18	$ 1.348,49	$ 23.883,64
55	$ 7.748,43	$ 96,86	$ 1.251,63	$ 1.348,49	$ 23.980,49
56	$ 6.496,79	$ 81,21	$ 1.267,28	$ 1.348,49	$ 24.061,70
57	$ 5.229,52	$ 65,37	$ 1.283,12	$ 1.348,49	$ 24.127,07
58	$ 3.946,40	$ 49,33	$ 1.299,16	$ 1.348,49	$ 24.176,40
59	$ 2.647,24	$ 33,09	$ 1.315,40	$ 1.348,49	$ 24.209,49
60	$ 1.331,84	$ 16,65	$ 1.331,84	$ 1.348,49	$ 24.226,14

Depreciaciones

DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR RESIDUAL	TIEMPO	DEPRECIACIÓN									
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Infraestructura	$ 19.273,90	$ 1.927,39	10	########	########	########	########	########	########	########	########	########	########
Instalaciones y Adecuaciones	$ 19.273,90	$ 1.927,39	10	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65	$ 1.734,65
Muebles y Enseres	$ 934,04	$ 93,40	5	**$ 168,13**	**$ 168,13**	**$ 168,13**	**$ 168,13**	**$ 168,13**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
Mesas	$ 70,00	$ 7,00	5	$ 12,60	$ 12,60	$ 12,60	$ 12,60	$ 12,60	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Sillas	$ 36,00	$ 3,60	5	$ 6,48	$ 6,48	$ 6,48	$ 6,48	$ 6,48	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Vitrinas y Estantes	$ 196,00	$ 19,60	5	$ 35,28	$ 35,28	$ 35,28	$ 35,28	$ 35,28	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Decoración	$ 540,00	$ 54,00	5	$ 97,20	$ 97,20	$ 97,20	$ 97,20	$ 97,20	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Dispensador de Papel	$ 24,26	$ 2,43	5	$ 4,37	$ 4,37	$ 4,37	$ 4,37	$ 4,37	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Dispensador de Jabón Líquido	$ 15,76	$ 1,58	5	$ 2,84	$ 2,84	$ 2,84	$ 2,84	$ 2,84	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Dispensador de Toallas de Mano	$ 23,54	$ 2,35	5	$ 4,24	$ 4,24	$ 4,24	$ 4,24	$ 4,24	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Extintor 20 Libras	$ 28,48	$ 2,85	5	$ 5,13	$ 5,13	$ 5,13	$ 5,13	$ 5,13	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Equipo de Computo	$ 1.194,85	$ 119,49	3	**$ 358,46**	**$ 358,46**	**$ 358,46**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
Computadora	$ 832,00	$ 83,20	3	$ 249,60	$ 249,60	$ 249,60	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Caja Registradora	$ 296,00	$ 29,60	3	$ 88,80	$ 88,80	$ 88,80	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Impresora	$ 66,85	$ 6,69	3	$ 20,06	$ 20,06	$ 20,06	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
Equipo de Oficina	$ 64,80	$ 6,48	3	**$ 21,60**	**$ 21,60**	**$ 21,60**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**	**$ -**
Teléfono multifunciones	$ 64,80	$ -	3	$ 21,60	$ 21,60	$ 21,60			$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
TOTAL		**$ 219,37**		########	########	########	########	########	########	########	########	########	########

Amortización de Activos Diferidos

AMORTIZACIÓN	VALOR	PORCENTAJE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto de Constitución	$ 264,80	20%	$ 52,96	$ 52,96	$ 52,96	$ 52,96	$ 52,96
Permisos de Funcionamiento	$ 28,00	20%	$ 5,60	$ 5,60	$ 5,60	$ 5,60	$ 5,60
Estudio de Mercado - Plan de Marketing	$ 6.500,00	20%	$ 1.300,00	$ 1.300,00	$ 1.300,00	$ 1.300,00	$ 1.300,00
TOTALES	########		########	########	########	########	########

IEPI	$ 195,00
Bomberos	$ 28,00
Patentes	$ 44,80
Permisos Municipio	$ 25,00
SRI	$ -

DEMANDA PROYECTADA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mercado Total	505585	515494	525598	535900	546404
Rango Edad Interesada	338742	345381	352151	359053	366090
Gustaria usar ciclo ruta	304868	310843	316936	323148	329481
Frecuencia de visita	152434	155422	158468	161574	164741
Mercado Disponible	**18292**	**18961**	**19650**	**20358**	**21087**

INGRESOS PROYECTADOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mercado Disponible	$ 73.168	$ 80.017	$ 83.316	$ 86.726	$ 90.252
Repuestos y Mantenimiento	$ 13.170	$ 14.403	$ 14.997	$ 15.611	$ 16.245
Venta de Mercaderias	$ 16.463	$ 18.004	$ 18.746	$ 19.513	$ 20.307
Total Ingresos	**$ 102.801**	**$ 112.424**	**$ 117.059**	**$ 121.851**	**$ 126.803**

	Personas	Gasto
Promedio Personas	20	$ 285,56
Gasto Diario	**1**	**$ 14,28**

Cantidad

MERCADERÍAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bicicleta montañera Kona Varios Colores	13	14	15	16	17
Cascos Varios diseños	15	16	17	18	19
Guantes	24	25	27	28	30
Tomatodos varios	59	63	66	71	76
Rompevientos	62	65	69	74	79
Embulos	82	87	92	98	105
Paquete botellas con agua	494	521	552	588	629
Energizante monster	198	208	221	235	252
Energizante redbull	173	182	193	206	220
Energizante V220	247	261	276	294	315
Snacks varios	741	782	828	882	944
Frutos secos	370	391	414	441	472
Transporte y repuestos varios	10	10	11	12	13

Costos

MERCADERÍAS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bicicleta montañera Kona Varios Colores	$ 10.536,23	$ 11.727,09	$ 12.489,63	$ 13.364,19	$ 14.366,82
Cascos Varios diseños	$ 477,09	$ 531,02	$ 565,55	$ 605,15	$ 650,55
Guantes	$ 445,68	$ 496,06	$ 528,31	$ 565,31	$ 607,72
Tomatodos varios	$ 379,30	$ 422,18	$ 449,63	$ 481,11	$ 517,21
Rompevientos	$ 1.728,60	$ 1.923,98	$ 2.049,08	$ 2.192,56	$ 2.357,06
Embulos	$ 1.358,19	$ 1.511,69	$ 1.609,99	$ 1.722,73	$ 1.851,97
Paquete botellas con agua	$ 162,98	$ 181,40	$ 193,20	$ 206,73	$ 222,24
Energizante monster	$ 553,15	$ 615,67	$ 655,71	$ 701,62	$ 754,26
Energizante redbull	$ 553,15	$ 615,67	$ 655,71	$ 701,62	$ 754,26
Energizante V220	$ 308,68	$ 343,57	$ 365,91	$ 391,53	$ 420,90
Snacks varios	$ 555,62	$ 618,42	$ 658,63	$ 704,75	$ 757,63
Frutos secos	$ 646,67	$ 719,76	$ 766,56	$ 820,24	$ 881,77
Transporte y repuestos varios	$ 10.865,49	$ 12.093,56	$ 12.879,93	$ 13.781,82	$ 14.815,79
TOTAL	**$ 28.570,84**	**$ 31.800,06**	**$ 33.867,82**	**$ 36.239,36**	**$ 38.958,16**

Inversión Inicial

10	Bicicleta montañera Kona Varios Colores
10	Cascos Varios diseños
10	Guantes
10	Tomatodos varios
10	Rompevientos
10	Embulos
12	Paquete botellas con agua
12	Energizante monster
12	Energizante redbull
12	Energizante V220
48	Snacks varios
24	Frutos secos
1	Transporte y repuestos varios

Proyección de Costos y Gastos

CONCEPTO	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS POR SERVICIOS	**$ 31.180,56**	**$ 34.409,78**	**$ 36.477,54**	**$ 38.469,03**	**$ 41.187,83**
Mercadería	$ 28.570,84	$ 31.800,06	$ 33.867,82	$ 36.239,36	$ 38.958,16
% Depreciación para el costo	$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.229,67	$ 2.229,67
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**$ 21.658,64**	**$ 22.977,29**	**$ 24.355,93**	**$ 25.939,07**	**$ 27.754,80**
Administrador	$ 8.418,00	$ 8.933,72	$ 9.469,74	$ 10.085,28	$ 10.791,24
Vendedor	$ 7.068,00	$ 7.500,68	$ 7.950,72	$ 8.467,52	$ 9.060,24
Técnico	$ 5.043,00	$ 5.351,12	$ 5.672,19	$ 6.040,88	$ 6.463,75
Servicios básicos	$ 500,00	$ 527,50	$ 559,15	$ 595,49	$ 637,18
Suministros de aseo y limpieza	$ 629,64	$ 664,27	$ 704,13	$ 749,89	$ 802,39
GASTOS DE VENTAS	**$ 5.405,23**	**$ 4.421,23**	**$ 4.642,30**	**$ 4.874,41**	**$ 5.118,13**
Publicidad	$ 5.405,23	$ 4.421,23	$ 4.642,30	$ 4.874,41	$ 5.118,13
OTROS GASTOS	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**
% Amortización activos diferidos para el costo	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56
GASTO FINANCIERO	**$ 7.951,88**	**$ 6.628,88**	**$ 5.093,20**	**$ 3.310,64**	**$ 1.241,54**
Interés	$ 7.951,88	$ 6.628,88	$ 5.093,20	$ 3.310,64	$ 1.241,54
TOTAL COSTOS Y GASTOS	**$ 67.554,88**	**$ 69.795,75**	**$ 71.927,52**	**$ 73.951,71**	**$ 76.660,86**

Proyección de Estado de Pérdidas y Ganancias

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	**$ 102.801,41**	**$ 112.424,23**	**$ 117.059,06**	**$ 121.850,54**	**$ 126.803,39**
COSTOS POR SERVICIOS	**$ 31.180,56**	**$ 34.409,78**	**$ 36.477,54**	**$ 38.469,03**	**$ 41.187,83**
Mercadería	$ 28.570,84	$ 31.800,06	$ 33.867,82	$ 36.239,36	$ 38.958,16
% Depreciación para el costo	$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.229,67	$ 2.229,67
UTILIDAD BRUTA	**$ 71.620,84**	**$ 78.014,45**	**$ 80.581,52**	**$ 83.381,51**	**$ 85.615,56**
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**$ 21.658,64**	**$ 22.977,29**	**$ 24.355,93**	**$ 25.939,07**	**$ 27.754,80**
Administrador	$ 8.418,00	$ 8.933,72	$ 9.469,74	$ 10.085,28	$ 10.791,24
Vendedor	$ 7.068,00	$ 7.500,68	$ 7.950,72	$ 8.467,52	$ 9.060,24
Técnico	$ 5.043,00	$ 5.351,12	$ 5.672,19	$ 6.040,88	$ 6.463,75
Servicios básicos	$ 500,00	$ 527,50	$ 559,15	$ 595,49	$ 637,18
Suministros de aseo y limpieza	$ 629,64	$ 664,27	$ 704,13	$ 749,89	$ 802,39
GASTOS DE VENTAS	**$ 5.405,23**	**$ 4.421,23**	**$ 4.642,30**	**$ 4.874,41**	**$ 5.118,13**
Publicidad	$ 5.405,23	$ 4.421,23	$ 4.642,30	$ 4.874,41	$ 5.118,13
OTROS GASTOS	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**	**$ 1.358,56**
% Amortización activos diferidos para el costo	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56
GASTO FINANCIERO	**$ 7.951,88**	**$ 6.628,88**	**$ 5.093,20**	**$ 3.310,64**	**$ 1.241,54**
Interés	$ 7.951,88	$ 6.628,88	$ 5.093,20	$ 3.310,64	$ 1.241,54
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION A TRABAJADORES	**$ 35.246,53**	**$ 42.628,48**	**$ 45.131,53**	**$ 47.898,83**	**$ 50.142,53**
Participación a trabajadores 15%	$ 5.286,98	$ 6.394,27	$ 6.769,73	$ 7.184,82	$ 7.521,38
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	**$ 29.959,55**	**$ 36.234,21**	**$ 38.361,80**	**$ 40.714,00**	**$ 42.621,15**
Impuesto a la renta 22%	$ 6.591,10	$ 7.971,53	$ 8.439,60	$ 8.957,08	$ 9.376,65
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	**$ 23.368,45**	**$ 28.262,68**	**$ 29.922,21**	**$ 31.756,92**	**$ 33.244,50**

Flujo de Fondos Anual Neto Proyectado

	CONCEPTO	AÑOS					
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+)	Ingresos		$ 102.801,41	$ 112.424,23	$ 117.059,06	$ 121.850,54	$ 126.803,39
(-)	Costos por servicios		$ 31.180,56	$ 34.409,78	$ 36.477,54	$ 38.469,03	$ 41.187,83
(-)	Gastos de administración		$ 21.658,64	$ 22.977,29	$ 24.355,93	$ 25.939,07	$ 27.754,80
(-)	Gastos de ventas		$ 5.405,23	$ 4.421,23	$ 4.642,30	$ 4.874,41	$ 5.118,13
(-)	Otros gastos		$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56
(-)	Gastos financieros		$ 7.951,88	$ 6.628,88	$ 5.093,20	$ 3.310,64	$ 1.241,54
(-)	Depreciación		$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.229,67	$ 2.229,67
(-)	Amortización de activos diferidos		$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56
(=)	**UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION A TRABAJADORES**	**$ -**	**$ 31.278,24**	**$ 38.660,20**	**$ 41.163,25**	**$ 44.310,60**	**$ 46.554,30**
(-)	Participación a trabajadores 15%		$ 5.286,98	$ 6.394,27	$ 6.769,73	$ 7.184,82	$ 7.521,38
(=)	**UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS**	**$ -**	**$ 25.991,26**	**$ 32.265,93**	**$ 34.393,52**	**$ 37.125,77**	**$ 39.032,92**
(-)	Impuesto a la renta 22%		$ 6.591,10	$ 7.971,53	$ 8.439,60	$ 8.957,08	$ 9.376,65
(=)	**UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO**	**$ -**	**$ 19.400,16**	**$ 24.294,40**	**$ 25.953,92**	**$ 28.168,69**	**$ 29.656,27**
(-)	Inversión inicial	$ 56.683,15					
(+)	Depreciación		$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.609,72	$ 2.229,67	$ 2.229,67
(+)	Amortización de activos diferidos		$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56	$ 1.358,56
(+)	Recuperación del capital de trabajo		$ -	$ -	$ -	$ -	$ 56.683,15
(+)	Valor de salvamento/valor residual		$ -	$ -	$ -	$ -	$ 219,37
(-)	Pago del crédito		$ 16.181,86	$ 16.181,86	$ 16.181,86	$ 16.181,86	$ 16.181,86
(=)	**FLUJO DE FONDOS NETO EN USO**	**$ (56.683,15)**	**$ 7.186,59**	**$ 12.080,83**	**$ 13.740,35**	**$ 15.575,06**	**$ 73.965,16**

CALCULO DEL B/C						
AÑOS	COSTOS	INGRESOS	NETO	COSTOS ACT.	INGRESOS ACT.	NETO ACT.
0	$ 56.683,15	$ -	$ (56.683,15)	$ 56.683,15	$ -	$ (56.683,15)
1	$ 95.614,82	$ 102.801,41	$ 7.186,59	$ 83.496,91	$ 89.772,70	$ 6.275,78
2	$ 100.343,40	$ 112.424,23	$ 12.080,83	$ 76.520,76	$ 85.733,46	$ 9.212,70
3	$ 103.318,71	$ 117.059,06	$ 13.740,35	$ 68.804,14	$ 77.954,40	$ 9.150,26
4	$ 106.275,47	$ 121.850,54	$ 15.575,06	$ 61.803,61	$ 70.861,16	$ 9.057,55
5	$ 109.740,75	$ 183.705,91	$ 73.965,16	$ 55.730,63	$ 93.293,02	$ 37.562,39
			TOTAL	$ 403.039,20	$ 417.614,74	$ 14.575,54

BENEFICIO/COSTO	$ 1,04

Costos	Part. Empleados	Imp. Renta	Totales
$ 83.736,74	$ 5.286,98	$ 6.591,10	$ 95.614,82
$ 85.977,61	$ 6.394,27	$ 7.971,53	$ 100.343,40
$ 88.109,38	$ 6.769,73	$ 8.439,60	$ 103.318,71
$ 90.133,57	$ 7.184,82	$ 8.957,08	$ 106.275,47
$ 92.842,72	$ 7.521,38	$ 9.376,65	$ 109.740,75

TASA MÍNIMA DE RENDIMIETO	
Tasa de interés	15,00%
Inflación anual	3,42%
Premio al riesgo	14%
TASA MÍNIMA DE RENDIMIETO	14,51%

CALCULO DEL VAN						
CONCEPTO		AÑOS				
	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de fondos neto	$ (56.683,15)	$ 7.186,59	$ 12.080,83	$ 13.740,35	$ 15.575,06	$ 73.965,16

VALOR ACTUAL NETO	$ 14.575,54

CALCULO DEL TIR						
CONCEPTO		AÑOS				
	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de fondos neto	$ (56.683,15)	$ 7.186,59	$ 12.080,83	$ 13.740,35	$ 15.575,06	$ 73.965,16

TASA INTERNA DE RETORNO	22%

Detales explicativos:

- El capital de trabajo no coincide debido a la cuenta de publicidad e imprevistos (5%) están desglosadas, revisar la cuenta de publicidad y tomar en cuenta el margen del 5% del capital de trabajo considerado como imprevistos. El capital que se muestra es de $ 16.422,76 lo cual

comprende: $ 10.492,88 más la cuenta de publicidad $ 5.405,23 y los imprevistos $ 524,64.

- La rotación de los inventarios no coinciden debido a que se toma un porcentaje adicional de ventas basados en los ingresos proyectados de cada ítem, el porcentaje de variación va desde un 10% a un 30% variando según la proyección realizada y la facilidad de rotación de algunos artículos con respecto a otros de menor rotación.
- Materiales y suministros no están pasados al estado de resultados debido a que dentro de la planificación se tomó como referencia al grupo de cuentas mas no a los ítems por separado; en el caso de las facturas y titas de impresora como esta en las correcciones entregadas, desde el punto de visto del trabajo, estos son artículos que si se pueden llevar control; si desea que los incluya no hay problema.
- La amortización presentada corresponde a un porcentaje del costo, es decir una parte del desgaste de los ítems se está cargando al costo de ventas asumiendo el cliente ese desgaste (me gustaría poder explicarle con un ejemplo en caso no esté muy claro).
- Para el cálculo de la tasa mínima de rendimiento se toma en cuenta tres valores; el primero hace referencia a una tasa de interés activa que se maneja en el mercado con respecto a cuanto me paga un banco por ejemplo, en este caso del 15%, la segunda cantidad hace referencia a la inflación que se tomó como dato de las estadísticas del Banco Central y el premio al riesgo del 14% se estableció en base a la rentabilidad que se busca del proyecto, es decir la volatilidad del mercado y un alto riesgo producidos por los cambios constantes del mercado, ; para el cálculo de la tasa mínima de rendimiento se multiplica la tasa de interés por la inflación y a ese resultado se suma el premio al riesgo obteniéndose así el 14,51%

8.- Análisis del impacto Ambiental.

Impacto Ambiental: La Ley de Gestión Ambiental del Ecuador lo define como: “la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada”.

Tomando en consideración enunciados legales definidos en Reglamentos, Ordenanzas y Leyes Específicas para el tipo de Proyecto tenemos:

a. La Constitución de la República del Ecuador, en el art. 14: “garantiza a la población ecuatoriana el derecho a vivir en un ambiente libre de contaminación”.
b. Ministerio del Ambiente: Acuerdo N. 068, Reformase del Texto Unificado de Legislación Secundaria del Libro VI, Título I del Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA).
c. La Ley de Gestión Ambiental en el artículo 19 menciona que: “las obras públicas, privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el SUMA[5]”.

d. **En el Cantón Cuenca, rige la Comisión de Gestión Ambiental (CGA), que expresa:**

   “Art. 4.- La Comisión de Gestión Ambiental, como ente de filiación Municipal, ejerce la Autoridad Ambiental de Aplicación responsable (AAAr) dentro de la jurisdicción del cantón Cuenca”.

El Ministerio del Ambiente en el SUMA Capítulo 5, Art. 36, hace referencia a la categorización de las actividades y los proyectos según su naturaleza:

> **DE LA CATEGORIZACIÓN AMBIENTAL NACIONAL Art. 36.- Objetivo general de la Categorización Ambiental Nacional.-** El objetivo general de la categorización ambiental nacional, es unificar el proceso de regularización ambiental de los proyectos, obras o actividades que se desarrollan en el país, en función de las características particulares de éstos y de los impactos y riesgos ambientales que generan al ambiente.

Así mismo en el Art. 37 se establece un listado de los diferentes proyectos, obras y actividades, en función del impacto y riesgo ambiental que éstas representen. De acuerdo a esta categorización el proyecto Implementación de Ciclo rutas en la Parroquia El Valle, está en la Categoría I, quiero recalcar que este análisis se lo hizo directamente en la comisión de gestión ambiental, puesto que este tipo de proyectos encajan en una categoría llamada de movilidad alternativa que según dicho artículo expresa: el Art. 36

[5]Sistema Único de Manejo Ambiental

El certificado de registro ambiental previsto para las actividades de la categoría I, es la autorización administrativa ambiental creada para actividades que generan impactos no significativos, que le permite a la autoridad ambiental nacional llevar un registro de éstas actividades, y entregar a los promotores una guía de buenas prácticas ambientales que deberá ser observada durante todas las fases del ciclo de vida del proyecto; éste registro no constituye un instrumento de licenciamiento ambiental, por lo que el promotor está sujeto en todo momento al cumplimiento de la normativa ambiental vigente, y a las sanciones correspondientes en caso de incumplimiento.

"Art. 38.- De la categoría I (certificado de registro ambiental).- Dentro de ésta categoría se encuentran catalogados los proyectos, obras o actividades cuyos impactos y riesgos ambientales, que son considerados no significativos". Para la regularización ambiental se requiere obtener un certificado de registro ambiental otorgado por la autoridad competente, para lo cual se deberá llenar un formulario en línea que se encuentra en la página Web del Ministerio del Ambiente, una vez aprobado el formulario se emitirá el certificado de registro ambiental correspondiente, y la guía de buenas prácticas ambientales acorde al proyecto.

Según lo dispone el Ministerio del Ambiente, y por recomendación del Ing. Pablo Pulla, funcionario de la CGA[6], las actividades que se desarrollarán en el proyecto, deberán cumplir lo establecido en el Art. 38.

Una vez que el proyecto este implementado ocasionara los siguientes impactos mereciendo el siguiente análisis.

1.-**Conectividad:** El sector cuenta con:

a. **Red Vial**: de fácil acceso hacia la Parroquia en primera instancia y posteriormente al Eco Parque como punto de partida de las actividades, en esta primera sección de la vía se genera un nivel de tráfico fluido sobre todo durante horas de la mañana, disminuyendo en horas de la tarde.

[6] Comisión De Gestión Ambiental

b. **Señalética**: Al implementar señalética que permita visibilizar a ciclista y los diferentes puntos de interés en las ciclo rutas, esta estará ubicada en lugares estratégicos en donde la afluencia de gente o vehículos se mayor, es importante señalar que el 95% de las ciclo rutas están en redes viales de tercer orden en las cuales el tráfico vehicular es muy poco.

Infraestructura Disponible.-

a. Baterías Sanitarias.- ubicadas en el Eco parque que es el inicio de actividades.
b. Agua potable.- ubicados en el eco parque al Inicio de las Ciclo rutas.

Diagnóstico de Impacto ambiental

Tiene como objetivo enfocar las acciones encaminadas a valorar, describir, predecir y valorar los posibles impactos que causara la implementación de las Ciclo Rutas.

FACTORES AMBIENTALES QUE PUEDEN RECIBIR IMPACTOS

Componente Ambiental	Factor Ambiental	Definición
ABIÓTICO		
	Calidad del Suelo.	Generación de desechos sólidos.
	Calidad del agua.	Generación de desechos líquidos (aceite) en el área de partida a las ciclo rutas
ANTRÓPICO	Tráfico vehicular	Ocasionado por el constante ingreso y salida de vehículos.
	Malestar a los vecinos	Por el flujo constante de personas.

8.1 Buenas Prácticas Ambientales:

Tiene comoobjetivo plantear acciones para prevenir, mitigar, controlar, corregir y compensar los posibles impactos ambientales negativos ocasionados por la actividad de circulación y estaciones de las ciclo rutas.

Para cada acción que provoca impactos ambientales se proponen medidas preventivas que se presentan a continuación.

8.1.1 Manejo de Desechos sólidos:

- El almacenamiento primario de los desechos se los realizará en un contenedor localizado a un extremo exterior del punto de partida de las ciclo rutas.
- Los desechos domésticos inorgánicos serán almacenados dentro de fundas plásticas negras y depositadas en el contenedor para ser transportados tres veces a la semana directamente al cetro de manejo de residuos del Eco-Parque.
- Se contará con otro contenedor para el depósito de materiales reciclables como cartones y botellas de vidrio para ser entregados al Eco parque.
- Los desechos orgánicos podrán ser almacenados dentro de tachos herméticos y se entregaran directamente al eco-parque para continuar con la elaboración del compost.

TRATAMIENTO DE DESECHOS SÓLIDOS

Materiales	Descripción del Material	Presentación	Disposición Final
Botellas plásticas.	Inorgánico – Reciclable	Botellas de diferente tamaño (agua, gaseosas)	Reciclado (funda celeste)
Botellas de vidrio	Inorgánico – Reciclable	Botellas de diferente tamaño (bebidas)	Reciclado (funda celeste).
Cartón	Inorgánico – Reciclable	Cajas varias	Reciclado (funda celeste).
Domésticos	Inorgánico	Desechos	Recolección en fundas plásticas

			negras entregar al eco Parque.
Domésticos	Orgánico (restos de comida)	Desechos	Recolección en tachos herméticos para ser entregados directamente al eco-parque.

Incremento de tráfico vehicular: Para evitar molestias y congestión de tráfico se señalizará de manera correcta la zona de parqueadero y se vigilará la correcta disposición de los vehículos.

Afluencia de Visitantes: Dada la importancia del involucramiento de los diferentes actores comunitarios dispuestos en cada una de las Ciclo rutas, es importante que estos conozcan sobre la implementación del proyecto. Para la prevención y resolución de conflictos, y sobre todo velar por los intereses de la comunidad. El Proyecto contribuirá para el desarrollo de las actividades y su entorno, para no causar ningún tipo de inconvenientes a los vecinos del lugar, conservando las buenas costumbres sociales y ambientales.

Se debería involucrar a los clientes informando sobre las actividades relacionadas con la gestión ambiental del lugar y destacar los valores culturales de las comunidades del sector.

Se propone una declaratoria de responsabilidad ambiental que servirá como política ambiental, y que además estará expuesta tanto en el centro de operaciones como en las diferentes estaciones de interés a lo largo de las rutas, esto involucrara de mejor manera a los actores comunitarios.

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Las Ciclo Rutas de la parroquia El Valle, es un proyecto de Naturaleza dedicado a la preservación, la puesta en valor de la comunidad y al desarrollo de actividades al aire libre fomentando el respeto la colaboración y el buen trato al visitante.

Garantizando la seguridad, la salud y la participación del visitante en la adecuada utilización de las Ciclo Rutas., para el hecho enlistamos los siguientes principios ambientales:

- Promover la movilidad alternativa.
- Emplear tecnologías amigables con el medio ambiente.
- Desarrollar programas de capacitación y educación ambiental para los colaboradores del Proyecto.
- Informar a los participantes sobre el desarrollo de políticas medioambientales.
- Cumplir la Legislación Ambiental vigente.

9.- Estrategias de seguimiento y Evaluación.

Entendiendo como estrategias de seguimiento al cuerpo de acciones sistematizadas y organizadas que permiten recopilar y analizar información sobre el avance de un proyecto, y en un proceso de valoración de los resultados obtenidos comparándolos con los propósitos y metas trazadas en el mismo, estableceré acciones que permitan visualizar dichos campos:

9.1 Monitoreo de la ejecución:

El presente proyecto cuenta con elementos que se entrelazan de manera sinérgica, los cuales denotaran el éxito global; traducido dicho éxito al mejoramiento de la calidad de vida de la población con el mayor desarrollo económico de la parroquia. Para medir los resultados del proyecto es necesario que se planteen objetivos y metas trazadas en base a cada actividad que se implemente. Se sugiere implementar un pequeño taller oficina que funcionara como punto de partida de las ciclo rutas o el llamado Centro de Operaciones y que a la vez proyectara datos que sirvan para tener una idea general del número de visitantes y su información básica.

La Junta Parroquial con las atribuciones que le otorga lo estipulado dentro del Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD) en la sección denominada “Naturaleza Jurídica” dentro de los artículos

63 y 64, los cuales expresan que entre otras funciones y responsabilidades del Gobierno Parroquial, está la de:
f) fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros con los demás gobiernos descentralizados.
Debe coordinar acciones con las comunidades participantes en el proyecto y dueñas del terreno comunitario.

Estas instancias la junta parroquial delegara un representante para monitorear y verificar su cumplimiento a lo largo del proceso e ir haciendo ajustes de ser necesario. Se evidencia la necesidad de establecer un cronograma de reuniones, en las cuales se haga una puesta en común de los resultados y se programen nuevas actividades.

9.2 Evaluación de resultados e impactos:

Etapa se planifica las tareas de control de la ejecución en su conjunto, debiendo ser analizadas en todas sus fases, desde su diseño hasta el impacto de las medidas puestas en marcha, y de los resultados obtenidos en primera instancia. Esta etapa pretende dar cumplimiento a las nuevas demandas sociales que exigen un aumento de la transparencia y de la eficacia en los proyectos que tienen un presupuesto del estado, poniendo el énfasis en la medición de los resultados de las administraciones públicas.

Dicho esto la Fundación Municipal Turismo para Cuenca estará en libre decisión de solicitar periódicamente informes acerca del proyecto y su avance, así como enviara una persona para poder constatar dichos manifiestos.

En primera instancia, se identifica el conjunto de indicadores a utilizar para realizar el seguimiento y evaluación de las actuaciones. Los indicadores seleccionados deberán estar directamente relacionados con las actuaciones emprendidas y contemplar todas las fases de ejecución: gestión, resultados e impactos, a continuación sugeriré un sistema de evaluación de resultados:

- Eficacia: Permitiendo medir el porcentaje del cumplimiento de los objetivos planteados en el proyecto.

- Transparencia: Esta herramienta medirá el adecuado manejo de los ingresos así como su correcta redistribución.

- Análisis de la equidad: contribuirá a comprender de qué manera nuevos actores ha llegado a formar parte del proyecto y en qué nivel los iniciales han mejorado su calidad de vida.

- Criterios de sostenibilidad: Observación de desempeño e interés atreves del tiempo para comprender a ciencia cierta la perdurabilidad y crecimiento del proyecto.

- Métodos para la evaluación: fotografías, registros, encuestas, entrevistas, visitas de campo.

Conclusiones:

1.- Existe un poco de vacío en cuanto a la bibliografía en temas similares que involucren actividades al aire libre.

2.- Las entidades públicas al momento carecen de información referente a la estadística del sector turístico actualizadas.

3.- No existe una normativa al momento en cuanto a actividades turísticas al aire libre.

4.- Existe poco interés de las autoridades parroquiales en cuanto a la inversión en nuevas alternativas turísticas en el territorio.

5.- La población carece de conocimientos en temas turísticos.

6.- No existe una adecuada política ambiental en las comunidades cercanas al centro parroquial.

7.- Falta de ordenanzas que regulen el uso del suelo.

8.- Se evidencia la falta de emprendimientos turísticos en la parroquia.

9.- Este trabajo es pionero en proponer alternativas viables en relación al mejoramiento de calidad de vida del territorio.

El presente trabajo de investigación sustenta en tesis la propuesta y factibilidades de ejecución de un proyecto de implementación de ciclo Rutas como atractivo turístico para la Parroquia el Valle.

El trabajo está realizado en el formato exigido por las diferentes instancias ejecutoras del estado y está sujeto por la SEMPLADES, que es el organismo rector de la planificación en el territorio ecuatoriano.

Como conclusiones tenemos que la factibilidad de desarrollo del proyecto es altamente positiva ya que está directamente orientado a la creciente demanda de actividades de naturaleza que combinen aprendizaje y cultura para los participantes. Los análisis de oferta y demanda de acuerdo a la situación actual

del país y sobre toda a las cifras de turismo interno, apuntan a un mayor flujo de proyecciones anuales de visita hacia la provincia del Azuay, destino cuenca y su importante área de influencia, estos indicadores son el termómetro que orienta el éxito en la ejecución del proyecto. Los análisis también fortalecen la percepción de que un nuevo momento de empoderamiento social surge con la transmisión de sus propios conocimientos y sobre todo en sus propios territorios que es en donde se emplazara dicha propuesta.

Recomendaciones:

Situado de esta manera tenemos que la perdurabilidad del proyecto estará sustentada en la ejecución y utilización de las herramientas planteadas en la esta propuesta y que figuran en los programas de capacitación, modelos de gestión y análisis técnicos del componente financiero y ambiental, como bases del proyecto.

Como recomendaciones principales mantendremos nuestra idea en señalar que el éxito de este proyecto radicara en el adecuado involucramiento de los actores sociales que aquí intervienen, reflejados en la gente que de una u otra manera está cerca del lugar propuesto para las ciclo rutas y en la adecuada utilización de este trabajo como guía funcional de la operatividad del proyecto.

1.- En virtud de la importancia del sector turístico en el acontecer nacional es de suma importancia que los GAM cuenten con unidades de Turismo capacitadas en la parroquia.

2.- Es importante incentivar el acceso de las personas a talleres y capacitaciones en temas de turismo.

3.- Es importante fomentar la investigación en el territorio tanto en temas de naturaleza como de cultura general.

Anexos:

Modelo.

Buenos días/tardes: la presente encuesta forma parte de un proceso de investigación, para una Maestría en Planificación Turística; por lo que la información que nos proporcionara será de suma importancia para el proceso.

1. Edad:
   De 18 a 24 años. ☐
   De 25 a 44 años. ☐
   De 45 a 54 años. ☐
   Más de 55 años. ☐
2. Género: F ☐ M ☐

3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?
   Local: ☐
   Nacional: ☐
   Región Costa: ☐
   Región Sierra: ☐
   Región Amazónica: ☐
   Región Insular: ☐

4. ¿Cuál es el motivo de su visita al Eco Parque?:

Visitar a amigos o parientes ☐
Educación Ambiental ☐
Naturaleza y esparcimiento ☐
Curiosidad ☐
Otros: especifique
……
……

5. ¿Si en el Eco Parque existiera un servicio de Ciclo rutas, usted lo practicaría?
   SI ☐ NO ☐

6. Si su respuesta es afirmativa ¿qué le gustaría que ofrezca este lugar?

7. ¿Cuál es su nivel de ingreso promedio mensual?

Menos de $318 ☐
De $319 a $900 ☐
De $901 a $2000 ☐
De $2001 a $4000 ☐
Más de 4001 ☐

8. Cuál es el tiempo que usted estima permanecer en la parroquia:

Unas horas ☐
Un día ☐
Dos días ☐
Una semana. ☐

9. Cuál es la frecuencia con la que visita el Eco Parque.

Fines de semana ☐
Entre la semana ☐
Durante las Festividades Religiosas ☐
Durante las Fiestas Parroquiales ☐

10. Cuando usted visita el Eco Parque lo hace:

Solo ☐
Acompañado con su familia ☐

Ciclismo de Montaña.

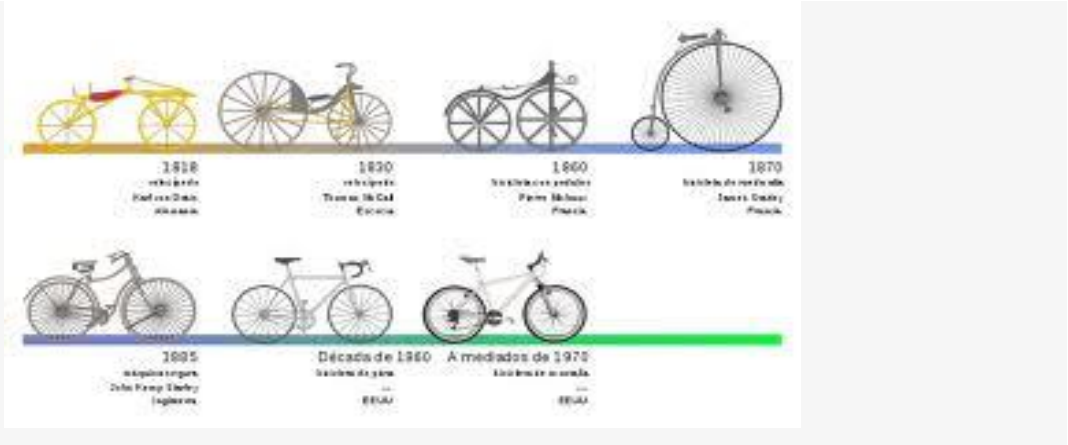
Reseña Histórica.

Siendo en un inicio netamente utilitaria la bicicleta de montaña como hay la conocemos fue el resultado de la incorporación de una rueda de mayor tamaño por lo que se prestaba de manera más funcional en los caminos de tierra, estos primeros cambios se dieron en la temprana década de los 30, pero no es hasta 1970 en donde se empiezan a consolidar colectivos de practicantes del deporte destacando entre ellos la llamada pandilla del cañón en el estado de Colorado, a partir de ese momento el interés y además las diferentes modalidades se presentaban de acuerdo a la innovación de sus creadores es así que a mediados de la década de los 70 uno de los grandes precursores de la bicicleta de montaña

Gary Fisher implemento en el viejo modelo original cambios de velocidad lo que originó un real boom en la manera de practicar ya sea el descenso de montaña o las travesías mayores.

Con el transcurso de los años importantes inventores en este campo como Tom Richey encontraron que el desempeño del ciclista no se estaba optimizando de manera adecuada y es así que se empezó a penar ya en una geometría de los cuadros y en las primeras aleaciones de metales para obtener mejores rendimiento y peso de la bicicleta.

Un particular nuevo giro en la bicicleta de montaña se da entre 1980 y 1990 cuando la compañía Trek implementa la primera suspensión delatara en sus modelos y desde ese punto en adelante empieza una guerra tecnológica que supone hasta el día de hoy grandes invenciones en aspecto, geometría y componentes.



Título: Evolución de la Bicicleta.

Fuente: Paketbikers.com

3.2.2.2 Los 10 mandamientos del ciclista de montaña.

1. No salgas a montar sin casco. Tu seguridad es lo más importante (acuérdate del celular si viajas sólo).

Título: Casco

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

2. Lleva siempre la bici y el resto del equipo en buenas condiciones de uso.

Título: Herramientas Básicas.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

3. Procura ser autosuficiente. Lleva herramientas, avituallamiento, vestuario, botiquín, dinero y documentación.

Título: Botiquín.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

4. Respeta el ritmo del grupo y acomódate a él, recuerda que es una actividad de esparcimiento y no una competencia en la que necesitas intentar llegar primero.

Título: Ciclo Ruta.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

5. Estas en la obligación de ser respetuoso con el entorno. No contamines arrojando basura ni perturbando el silencio del campo. Y si puedes contribuir al mejoramiento del lugar no lo dudes y participa.

Título: Entorno.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

6. Diviértete y disfruta del paisaje. Ayuda a otros ciclistas que lo necesiten.

Título: Día de Rutas.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

7. Trata de estar en buena condición física. No te confíes. Para a descansar aunque no estés cansado. Come y bebe durante la marcha o en las paradas. Siempre es bueno estirar antes y al final de rutas un poco largas.

Título: Alimentación.
Autor: ©2014 - www.todomountainbike.es
Fuente: Internet

8. Ojo en la montaña. Consulta un poco antes a los lugareños o a las previsiones del tiempo antes de salir, recuerda sin embargo que estamos en la cordillera de los Andes y el clima puede cambiar sin mayor aviso. Fíjate en las señales que indiquen cambios de tiempo.

Título: Buen día.
Autor: Adrián Aguirre.
Fuente: Propia.

9. Planifica bien tus salidas, recuerda llevar un teléfono celular o en su defecto algo de dinero para poder informar alguna novedad a la casa. Si puedes investigar un poco a cerca de los lugares que vas a visitar y mejor aún si legas a tener un mapa.

Título: Hoja de ruta.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

10. Respeta las normas de tráfico, cuando circules momentáneamente por la vías principales y las limitaciones de paso en fincas privadas (sobre este último aspecto de todas maneras, hay caminos suficientes y se trata de pasar un buen rato, no de enfrentarse con guardias, perros, etc.).

Título: Señalética.

Autor: Adrián Aguirre.

Fuente: Propia.

Bibliografía.

Ley orgánica de Discapacidades, (2012),

Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública

MAE (Ministerio del Ambiente del Ecuador), Acuerdo N. 068, Reformase el Texto Unificado de Legislación Secundaria del Libro VI Título I del Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA).

Ministerio de Turismo, (2007), Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020 "PLANDETUR 2020", Ecuador.

Ministerio de Turismo, (2012), Plan Nacional de Capacitación.

Ministerio de Turismo, Azuay Turismo Interno y Receptor, 2011.

Ministerio de Turismo, La experiencia Turística en el Ecuador, Cifras Esenciales de Turismo Interno y Receptor, 2011.

Ministerio de Turismo, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, PIMTE 2014

OLIVEIRA Simao, (2011) La Gastronomía como Atractivo Turístico Primario de un Destino El Turismo Gastronómico en Mealhada – Portugal, Instituto Politécnico de Leiria – GITUR.

OMT, (1999) Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal, Edición para América Latina y El Caribe, Madrid, España.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia El Valle, 2011-2030

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Cuenca al 2030.

Plan Nacional Para el Buen Vivir 2013-2017