



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE AVENTURA PARA CONTRIBUIR
A LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA EN LA COMUNIDAD DE
YURACRUCITO, PROVINCIA DE IMBABURA**

Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Magíster en Gestión de
Empresas Turísticas

Línea de investigación: Gestión, producción, productividad, innovación y desarrollo
socio-económico

AUTOR: Ing. Com. Jorge Amílcar Duque Cuasapaz

DIRECTORA: MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo

ASESOR: MSc. Nelson Iván Bedón Suárez

IBARRA – ECUADOR

2023



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

Datos de contacto	
Cédula de ciudadanía:	100150497-4
Apellidos y nombres:	Duque Cuasapaz Jorge Amilcar
Dirección:	Rafael Troya 5121 y Vicente Fierro
Email:	flyecuador.com.ec@gmail.com
Teléfono fijo:	(+593) 6 2953297
Teléfono celular:	(+593) 9 8487 5567

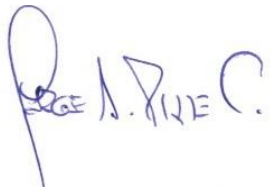
Datos de la obra	
Título:	Diseño de un producto turístico de aventura para contribuir a la diversificación de la oferta en la comunidad de Yuracucito, provincia de Imbabura.
Autor:	Jorge Amilcar Duque Cuasapaz
Fecha:	2023/04/12
Programa:	Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado <input checked="" type="checkbox"/>
Título por el que opta:	Magíster en Gestión de Empresas Turísticas
Asesor/Director	MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo

CONSTANCIA

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días, del mes de mayo de 2023

EL AUTOR:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'JORGE A. DUQUE C.' with a stylized flourish above the name.

Ing. Jorge Amilcar Duque Cuasapaz

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 17 de abril de 2023

MSc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo,
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación: “Diseño de un producto turístico de aventura para contribuir a la diversificación de la oferta en la comunidad de Yuracucito, provincia de Imbabura”, elaborado por el Ing. Jorge Amilcar Duque Cuasapaz con cédula de ciudadanía 100150497-4. Cabe agregar que este producto ha sido desarrollado bajo mi tutoría y se sujeta a las normas y metodologías dispuestas en el reglamento del título a obtener, por lo tanto, autorizo su presentación a la sustentación para la calificación respectiva y para los fines legales pertinentes.



Msc. Victoria Geovanna Ruiz Erazo,
C.C.: 0401393855

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado especialmente a mis padres Alicia Magdalena y Jorge Eliecer que gracias a Dios a la fecha aún los tengo conmigo y siempre están pendientes de mí con su atención y apoyo, a mis hijos Jorge André, Juliette Simone y Nina Isabela los cuales son mi alegría, fuente de inspiración y motor de vida, a mis hermanos Irene, Mónica, Gardenia, Gabriela y Santiago por su constante ayuda en todo lo que me propongo.

AGRADECIMIENTO

Es muy importante para mí expresar un cordial agradecimiento a todos mis exalumnos y colegas docentes de la carrera de turismo de UPEC, UTN y UNIANDES, a mis compañeros de la Asociación Ecuatoriana de Parapente a mis empresas que han sido mis laboratorios del turismo Flyecuador escuela de parapente y aventuras y Ecuatrips Tour Operator, todas éstas, organizaciones de las cuales he adquirido la práctica para proponer este proyecto. A Dios por su protección en mis actividades de riesgo, a la Pachamama en todas sus representaciones naturales ya que sin ella no podríamos hacer tanto invento en las actividades de aventura, a todos quienes me han dado la oportunidad de desarrollarme media vida en la maravillosa línea del turismo.

RESUMEN

La presente investigación referente al diseño de un producto turístico de aventura para contribuir a la diversificación de la oferta en la comunidad de Yuracucito, provincia de Imbabura tiene como objetivo general proponer una nueva oferta de aventura inexistente en el territorio a fin de diversificar las actividades al aire libre desde este poblado aprovechando su ubicación y recursos naturales. Está diseñada en cuatro fases: la primera consiste en el diagnóstico de actividades al aire libre y aventura que se realizan en el sector identificando las potenciales modalidades adaptables al proyecto, seguidamente se realizó un estudio de mercado con la finalidad de medir el grado de aceptación del cliente a las de las diferentes recreaciones diagnosticadas. Como tercera fase se investigó in situ un moderno parque de aventuras en Europa observando la infraestructura y equipamiento necesario para determinar la factibilidad y finalmente se diseñó el producto turístico que se denomina “Ecoparque de Aventuras Orgánico”.

El tipo de investigación utilizada fue de campo, documental y descriptiva con un enfoque mixto utilizando herramientas como la ficha de observación, encuesta y entrevista. De resultados obtenidos se determinó que es viable el producto de aventura a través de la ejecución de la propuesta beneficiando el desarrollo turístico de la provincia.

Palabras clave: Turismo, aventura, ecoparque, clientes, Yuracucito

ABSTRACT

This abstract refers to the design of an adventure tourism product that upon completion will contribute to the expanding offers of the Yuracucito community, province of Imbabura.

The general objective is the creation of a new, non-existent adventure, in the community taking advantage of location, terrain, fresh air and other natural resources.

This investigation was carried out in four phases, the first being the diagnosis of outdoor and adventure activities carried out in the sector identifying the potential modalities adaptable to the project, followed by a market study with the purpose of measuring the degree of acceptance by potential clients from different recreations. As third phase a modern adventure park in Europe was investigated in place observing the necessary infrastructure and equipment to determine the feasibility. Finishing the research, the tourist product will be called Organic Adventure Eco Park.

The type of research used was field, documentary and descriptive with a mixed approach using tools such as the observation sheet, survey and interview. Subsequently, and after the analysis of results, it was determined that the adventure product is viable through the execution of the proposal, benefiting the tourism development of the province.

Keywords: Tourism, adventure, eco park, clients, Yuracucito

ÍNDICE DE CONTENIDO

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	2
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
ÍNDICE DE FIGURAS	12
ÍNDICE DE TABLAS	14
CAPÍTULO I	15
EL PROBLEMA	15
1.1 Problema de investigación	15
1.2 Formulación del problema	17
1.3 Antecedentes	17
1.4 Objetivos de la investigación	19
1.4.1 Objetivo General	19
1.4.1 Objetivos Específicos	19
1.5 Justificación	19
CAPITULO II	21
MARCO REFERENCIAL	21
2.1 Marco teórico	21
2.1.1 Turismo	21
2.1.2 Importancia del turismo	22
2.1.3 Tipos de turismo según tipo y objeto del viaje	23
2.1.4 Especialidades de turismo de aventura reconocidas por MINTUR en Ecuador hasta el año 2022	24
2.2 Turismo de aventura en Ecuador	25
2.2.1 Características del turismo de aventura	26
2.3 Importancia del turismo de aventura	26
2.4 Estudio de mercado	26
2.4.1 Razones para segmentar el mercado	28
2.4.2 Análisis de la demanda	29
2.4.3 Análisis de la oferta	30

2.5 Estudio de factibilidad.....	31
2.5.1 Objetivos de un estudio de factibilidad.....	31
2.5.2 Tipos de factibilidad	32
2.5.3 Cálculo de la tasa interna de retorno y el valor actual neto	32
2.5.4 Estudio económico financiero	33
2.6 Marco legal	33
2.6.1 Ley de turismo del Ecuador	34
2.6.2 Reglamento de operación turística de aventura.....	35
CAPÍTULO III.....	36
MARCO METODOLÓGICO	36
3.1 Descripción del área de estudio	36
3.2 Enfoque y tipo de investigación	37
3.2.1 Enfoque.....	37
3.2.2 Tipo de Investigación.....	37
3.3 Procedimiento	38
3.3.1 Muestra	39
3.3.2 Instrumentos de recolección	40
CAPÍTULO IV.....	41
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	41
4.1. Desarrollo de las actividades turísticas de aventura en la provincia de Imbabura	41
4.2 Estudio de mercado el grado de aceptación del proyecto y el perfil de los clientes potenciales	44
4.3 Factibilidad técnica y económica del desarrollo del producto turístico propuesto.....	48
4.3.1 Factibilidad técnica.....	48
4.3.1.1 Entrevista a especialistas propietarios de empresas de aventura.....	49
4.3.1.2 Matriz de factibilidad técnica	53
4.3.1.3 Factibilidad económica.....	53
4.3.1.4 Estado de situación inicial.....	54
4.3.1.5 Variables económicas	55
4.3.1.6 Flujo de efectivo	65
4.3.1.7 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno	66
4.3.1.8 Punto de equilibrio.....	67
CAPÍTULO V	69
PROPUESTA	69
5.1 Información general	69

5.2 OBJETIVOS	69
5.2.1 Objetivo general.....	69
5.2.2 Objetivos específicos	69
5.3 Justificación de la propuesta.....	70
5.4 Descripción de la Propuesta.....	70
5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	71
5.5.1 Determinar el predio adecuado para la construcción del ecoparque en la comunidad Yuracucito	71
5.5.3 Diseñar las facilidades necesarias para la atención al cliente y visitante	82
5.5.3.1 Planos arquitectónicos.....	83
5.5.4 Algoritmo del producto turístico de aventura.....	86
5.5.4.1 Flujogramas del diseño.....	89
5.5.5 Accesorios requeridos para el parque de aventuras.....	91
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	92
Conclusiones.....	92
Recomendaciones	93
Referencias	94
ANEXOS.....	97
Anexo A Formato de Encuesta	97
Anexo B Formato de ficha de observación	103
Anexo C Formato de Entrevista	104

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipos de turismo de aventura	25
Figura 2: Micro localización Yuracucito	36
Figura 3: Ficha de observación diagnóstico	42
Figura 4: Estado de situación inicial	54
Figura 5: Variables económicas	55
Figura 6: Capacidad instalada	56
Figura 7: Ingresos y ventas	57
Figura 8: Gastos en talento humano	58
Figura 9: Tabla de amortización del crédito	59
Figura 10: Inversión	60
Figura 11: Otros costos variables	61
Figura 12: Gastos administrativos y ventas	62
Figura 13: Estado de resultados proyectado	63
Figura 14: Proyección de la inversión y retorno	64
Figura 15: Flujo de efectivo o caja	65
Figura 16: VAN (Valor presente neto) y TIR	66
Figura 17: Punto de equilibrio	67
Figura 18: Vista aérea del predio	72
Figura 19: Delimitación del predio	72
Figura 20: Descripción visual de un área de camping	74
Figura 21: Área de camping en el terreno seleccionado en Yuracucito	74
Figura 22: Descripción visual del salto pendular o swing jump	75
Figura 23: Descripción gráfica de un puente tibetano	75
Figura 24: Puente tibetano	76
Figura 25: Pasarela de tablonces suspendidos	76
Figura 26: Pasarela en cuerda triangular	77
Figura 27: Puente colgante en construcción	77

Figura 28: Paso de gallina	78
Figura 29: Tirolina entre árboles.....	78
Figura 30: Pasarelas entre árboles.....	79
Figura 31: Pasarela en red vertical	79
Figura 32: Ascenso y rapel en árboles en Yuracucito	80
Figura 33: Pilotos de parapente preparando equipos para volar	80
Figura 34: Vuelo en parapente desde Yuracucito	81
Figura 35: Paseo a caballo sector Añaspamba	81
Figura 36: Senderos para trekking	82
Figura 37: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias	83
Figura 38: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias, fachada.	84
Figura 39: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias, fachada lateral	84
Figura 40: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias, cubiertas.	85
Figura 41: Plano arquitectónico implantación camping.....	85
Figura 42: Estructura ecoparque	89
Figura 43: Flujograma facilidades y camping.....	90
Figura 44: Flujograma Swing Jump y pasarelas	90
Figura 45: Accesorios para parques de aventuras	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de turismo según su tipo y objetivo del viaje	23
Tabla 2: Especialidades de turismo de aventura	24
Tabla 3: Atractivos turísticos visibles desde Yuracucito.....	43
Tabla 4: Actividades de turismo y/o deporte de aventura que se practican en la provincia de Imbabura	43
Tabla 5: Actividades de turismo de aventura adaptables a este proyecto	44
Tabla 6: Edad	45
Tabla 7: Ocupación	45
Tabla 8: Lugares de preferencia turística	46
Tabla 9: Preferencia turística	46
Tabla 10: Grado de aceptación del eco parque de aventuras	47
Tabla 11: Visitas al recorrido del Eco Parque de aventuras.....	47
Tabla 12: Visitas al recorrido del Eco Parque de aventuras	53
Tabla 13: : Presupuesto facilidades Ecoparque.....	83

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Problema de investigación

El turismo amparado bajo el concepto de recreación y esparcimiento, ha estado latente desde tiempos remotos, en la época de los griegos el turismo tuvo sus inicios con la aparición e internalización del concepto del tiempo libre o tiempo de ocio, mismo que contribuyo a la aparición de la afición por el juego y los espectáculos como fuente de aplacamiento del stress y un escape de la rutina y las actividades cotidianas (Uvillus 2016).

El turismo surge a partir del siglo XX dejando de ser pasivo y convertirse en activo siendo ejecutado por los turistas, a medida que se va desarrollando surge un nuevo tipo de turismo siendo la evolución del turismo de aventura quien a su vez va ligada a la evolución de otros tipos de turismo.

De esta manera a medida que pasa el tiempo tiende a desarrollarse el turismo de aventura, existiendo nuevas motivaciones por parte de los turistas, a su vez su comportamiento, nuevas tipologías turísticas presentes en la demanda, es así que las empresas dedicadas al turismo de aventura ofertan nuevos productos, siendo cada vez más personalizados ajustándose a las necesidades del cliente.

Por otro lado, es considerado como desarrollo sostenible en las poblaciones siendo el ente calve para aumentar la oferta, conduciendo a un alto número de turistas volviendo a vivir nuevas experiencias cada vez que lo practican.

Para Roman (2020) en su investigación define al turismo de aventura como “un segmento de mercado de formidable crecimiento, porque brinda alternativas de

distracción distintas resultando llamativas a los turistas, con el objetivo de vivir experiencias extremas

Cualquier propuesta u oferta de innovación o emprendimiento para crear nuevas ofertas turísticas quedan en el emprendimiento privado y en la propia inversión de quienes tengan esta motivación.

Es necesario proponer un modelo de infraestructura turística de aventura para generar una nueva atracción en el destino de la provincia de Imbabura a fin de atraer más visitantes a la región.

Existen varias causas para entender esta realidad como las reducidas actividades turísticas en el cantón Ibarra, la carencia de alternativas de desarrollo en la comunidad de Yuracucito, la inexistencia de un parque de aventuras en la provincia y esto también tiene sus efectos como escasos de expertos en actividades de aventura, insuficiente inclusión a las comunidades en el turismo, deficiente oferta de productos turísticos de aventura en Imbabura. Todo este conjunto de causas y efectos describen al problema como una limitada oferta de infraestructura turística de aventura en la provincia de Imbabura y específicamente en la comunidad de Yuracucito.

El principal objetivo del turismo de aventura es sin duda la noción del riesgo y la experiencia de la adrenalina, además de fomentar la comercialización de dichas actividades aprovechando las facilidades del medio y la belleza paisajística, por lo que actualmente es el segmento de mercado de enorme crecimiento siendo una atracción para los turistas, sobre todos aquellos que buscan nuevas experiencias y físicamente retadoras, es por eso que se lo define como los viajes que pueden realizar actividades, asociadas a desafíos de la naturaleza (Cristhian, 2015).

El turismo de aventura en todas las modalidades que se desarrolla en el Ecuador y específicamente en la provincia de Imbabura se encuentra regulado y normado por parte

de la cartera del Ministerio de Turismo, pero en la práctica carece totalmente de un control convirtiendo a éste en una oferta de riesgo e informalidad que crece sin control.

Cualquier propuesta u oferta de innovación o emprendimiento para crear nuevas ofertas turísticas quedan en el emprendimiento privado y en la propia inversión de quienes tengan esta motivación.

Es necesario proponer un modelo de infraestructura turística de aventura para generar una nueva atracción en el destino de la provincia de Imbabura a fin de atraer más visitantes a la región.

Existen varias causas para entender la problemática entorno a la escasa oferta turística en el cantón Ibarra, entre las cuales podemos mencionar: la carencia de alternativas de desarrollo en la comunidad de Yuracucito, la inexistencia de un parque de aventuras en la provincia, la falta de expertos en actividades de aventura, insuficiente inclusión a las comunidades en el turismo, deficiente oferta de productos turísticos de aventura en Imbabura. Todo este conjunto de causas genera un importante efecto la limitada oferta de infraestructura turística de aventura en la provincia de Imbabura.

1.2 Formulación del problema

¿De qué manera contribuiría el diseño de un producto turístico de aventura en la comunidad de Yuracucito, provincia de Imbabura?

1.3 Antecedentes

El Ecuador es un país relativamente pequeño en área, pero inmenso en riqueza natural, se compone de 4 regiones naturales: Costa Pacífica, Región Andina, Región Amazónica y Región Insular. Sus características son ideales para la oferta de turismo de aventura con diferentes modalidades que se puede practicar y ofrecer a los turistas. La cartera de estado representada por el Ministerio de Turismo ha regulado estas actividades a través de una normativa con la finalidad de impulsar este potencial mercado de una manera técnica y segura.

Los turistas aventureros que desean experimentar esta comunión entre desafío y naturaleza desde hace más de una década escogen a este país que brinda absolutamente todas las facilidades para disfrutar de actividades extremas en los elementos: agua, tierra y aire abriendo plazas de trabajo para los jóvenes y viejos guías especializados de aventura en diferentes modalidades.

El turismo convencional ha sido reemplazado drásticamente por el de aventura motivando al ser humano a establecer una relación armónica con lo que en nuestra cosmovisión andina la conocemos como la Pachamama agrupando no solo adrenalina y naturaleza sino una convivencia con la plurinacionalidad y multiculturalidad que caracteriza a la mitad del mundo.

El turismo se ha convertido en la actualidad en un motor clave para el progreso socioeconómico de muchos países, convirtiéndose en un elemento relevante para la modernización económica, social y cultural de un destino. (Castellanos y Orgaz, 2013)

Lo anteriormente expuesto a medida que se lo va experimentando se va desarrollando y a su vez se va diversificando. Es el caso de la Organización Mundial del Turismo, que define esta tipología turística como “Tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza.” (Organización Mundial del Turismo OMT, 2019)

El turismo de aventura se ha considerado una de las más importantes y crecientes preferencias del turismo mundial. Los parques de aventura pertenecen a este tipo de turismo y son en la actualidad uno de los grandes desarrollos con mayor éxito, con un crecimiento en países (Actividad Turística, 2019).

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo General

Diseñar un producto turístico de aventura para la diversificación de la oferta en la comunidad de Yuracrucito, provincia de Imbabura.

1.4.1 Objetivos Específicos

- Diagnosticar el desarrollo de las actividades turísticas de aventura en la provincia de Imbabura.
- Determinar mediante un estudio de mercado el grado de aceptación del proyecto y el perfil de los clientes potenciales.
- Determinar la factibilidad técnica y económica del desarrollo del producto turístico propuesto.
- Proponer el diseño de productos turísticos encaminados a actividades de aventura en la comunidad Yuracrucito, provincia de Imbabura.

1.5 Justificación

Ecuador es un país megadiverso en especies animales, ciudades con cultura y rica historia en cada rincón, se lo llama el país de los cuatro mundos puesto que sus cuatro regiones ofrecen turismo de aventura con diferentes modalidades que se brindan a los turistas.

El Ministerio de Turismo, ente gubernamental que maneja el área turística nacional y por tanto el turismo de aventura, es la organización principal que dentro de sus objetivos está normar estas modalidades potenciando su desarrollo técnico y fijándolo como un producto principal con la finalidad de ofrecer alternativas a los turistas otras experiencias. El desarrollo de las actividades turísticas de aventura en la provincia de Imbabura es limitado, no cuenta con la infraestructura adecuada, así como el personal especializado, hay lugares adecuados, pero no aprovechados, los emprendimientos relacionados son empíricos, así, hay una escasa oferta, existe una falta de innovación y emprendimientos en esta área. Con este proyecto se pretende impulsar el emprendimiento para crear nuevas ofertas turísticas por parte del sector privado y se requiere buscar financiamiento con quienes tengan

esta motivación para ponerlo en marcha y generar un flujo económico positivo en la región. Se pretende crear técnicamente un eco-parque de aventura en la comunidad de Yuracucito a fin de crear empresa, generar más turismo y contribuir con empleos a la gente de la comunidad y a los profesionales en el área.

La provincia de Imbabura es una provincia la cual permite practicar turismo y deportes de aventura diversos y para todos los niveles de exigencia, es de ir desde niños hasta especialistas, Imbabura está conformada por cinco cantones en los cuales se puede desarrollar: senderismo, canyoning, parapente, canoismo, cicloturismo, rafting, kayakismo, etc.

La iniciativa de este proyecto presenta una propuesta en la cual el turismo de aventura es la nueva alternativa para el disfrute de los turistas. Una de las actividades es volar en parapente siendo una de las mejores alternativas para realizar en Yahuarcocha.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico

Según la revista Turismo y sociedad (2008) el turismo de aventura se ha identificado como “viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza”, en la última década estas especialidades ligadas a la recreación en espacios al aire libre se han incrementado aportando positivamente a la industria de los viajes conformando una trilogía paseo, riesgo, naturaleza que es muy atractiva especialmente luego de la pandemia COVID 19.

El presente documento abarca actividades de aventura para el desarrollo del turismo. Para lograr obtener esta información se ha realizado una búsqueda exhaustiva, a través de fuentes bibliográficas, Google académico y libros los cuales abordan información en base a la investigación a desarrollarse y sirven de referencia en la misma determinando los criterios bajo los cuales se han analizado los datos obtenidos durante la investigación, logrando recopilar la información más relevante de se ha estudiado. A continuación, se describirá conceptos básicos para fortalecer el referente teórico de la presente investigación.

2.1.1 Turismo

La definición que se ha aceptado universalmente como la mejor realizada hasta ahora, se debe a dos profesores economistas suizos y se realiza en plena II Guerra Mundial (Hunziker & Krapf, s.f) “Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de persona fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado con razones lucrativas”.

La Organización Mundial del Turismo (2019) define al turismo como la suma de relaciones y de servicios; el turismo crea las interrelaciones de importancia social, pero crea principalmente las interrelaciones económicas, así, este se ha convertido en el motor del quehacer turístico y en una de las actividades económicas más importante de varios países, en los cuales el turismo no solo impacta al propio sector económico, sino que además influye

en los resultados de otros sectores, en la calidad de vida de los habitantes y su desarrollo social, al igual que en la conservación de los atractivos turísticos.

2.1.2 Importancia del turismo

Ecuador recibió en el 2022 ingreso por 63,2 millones de dólares durante su primer semestre, así, se constituye como la cuarta fuente generadora de ingresos no petroleros. Poco a poco la matriz productiva de comunidades y regiones se ha visto tentada y con buenos resultados por la industria turística formal e informal.

Los autores Moreno y Morillo (2011) mencionan que “El turismo ha producido un impacto fenomenal en el mundo moderno a su vez es reconocido por investigadores y profesionales en todas las áreas, lo cuales han ayudado al conocimiento de la importancia y el desarrollo presente y futuro de la colectividad mundial. Ya que a su vez el turismo también es representado por medio de actividades económicas y culturales al rededor del mundo, siendo esta una actividad de la cual el turismo depende de un pilar fundamental para su desarrollo, a la vez genera un ingreso económico y oportunidades de empleo”.

El especialista Beltrán (2008) manifiesta que “Las actividades relacionadas con el turismo de aventura, se derivan de la práctica recreativa de deportes y otro tipo de dinámicas asociadas no exhaustivamente identificadas”. La OMT clasifica a estas actividades en dos tipos: las actividades “suaves” que son las que se realizan de forma más informal y con menos dedicación, además de con el deseo de disfrutar de la actividad o del atractivo natural con cierta comodidad. Las actividades “duras” implican un interés especial o una fuerte dedicación y la voluntad de disfrutar del entorno o de la práctica en condiciones de menor comodidad y un mayor ánimo competitivo.

El turismo de aventura puede clasificarse según su grado de dificultad en: bajo, moderado o alto. En los viajes de turismo de aventura se encuentra implícito el conocer lugares, su gente y su cultura de manera activa y participativa.

2.1.3 Tipos de turismo según tipo y objeto del viaje

Más allá de estas aproximaciones, hay una serie de categorías homologadas por la OMT que está definida por el destino y objetivo de viaje, y puede resumirse en:

Tabla 1: Tipos de turismo según su tipo y objetivo del viaje

Tipos de turismo	Descripción
Turismo Rural	Se realiza en destinos de baja densidad de población donde prevalece la agricultura y la selvicultura. El objetivo principal es vivenciar la naturaleza, la cultura y las actividades productivas. Ejemplo: Turismo de pesca de caña, Turismo de observación.
Ecoturismo	La base es el contacto responsable con los entornos naturales, donde el turista observa y realiza actividades al aire libre. Ejemplo: Observación de aves, Observación de especies autóctonas
Turismo Aventura	El turista en contacto con la naturaleza, involucra destreza física para realizar actividades que se realizan por lo general al aire libre. Ejemplo: Escalada, Tirolesa, Buceo, Trekking, Pesca deportiva
Turismo Cultural	Se realiza hacia destinos que cuentan con un patrimonio cultural destacable y lo conservan en valor. El objetivo es descubrir y disfrutar de estos valores y tradiciones. Ejemplo: Viajes de estudio, representaciones artísticas, festivales u otros eventos, culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte, peregrinación.
Turismo de Negocios	Independientemente del destino, el motivo del viaje se origina en el marco laboral o profesional. Ejemplo: Asistencia a Conferencias y Congresos, asistencia a ferias comerciales y exposiciones, otros motivos profesionales y de negocios.
Turismo Gastronómico	El viaje debe involucrar experiencias culinarias en el destino, que pueden ir desde disfrutar una comida hasta aprender a cocinar.
Turismo Urbano	Se trata de una actividad que se realiza en un entorno con economía no agrícola. Los destinos urbanos ofrecen gran cantidad de experiencias relacionadas con el arte.
Turismo de salud	Está relacionado con el beneficio que puede ofrecer el viaje para la salud física, mental o espiritual, obtenido mediante actividades específicas. Ejemplo: Turismo médico, turismo de bienestar, turismo espiritual.

Turismo de montaña	La condición del viaje está dada por el relieve del destino. No está relacionado con las actividades de aventura, sino con disfrutar los atributos del entorno.
--------------------	---

Nota. Fuente: Elaboración propia (OMT)

2.1.4 Especialidades de turismo de aventura reconocidas por MINTUR en Ecuador hasta el año 2022

Según el Reglamento del Turismo en el artículo 17 la nomenclatura de cada modalidad turística de aventura es:

Tabla 2: Especialidades de turismo de aventura

TIERRA	AGUA	AIRE
Cabalgata	Boya, banana, esquí acuático	Parapente
Canyoning	Buceo	Alas Delta
Cicloturismo	Kayak de mar	Canopy
Escalada	Kayak lacustre	
Exploración de cuevas	Kayak de río	
Montañismo	Kitesurf	
Senderismo	Rafting	

Nota. Fuente: Elaboración propia (Reglamento de Turismo Art. 17)

El Ecuador es conocido por sus variados recursos naturales ideales para realizar turismo de aventura dentro de un paraíso lleno de biodiversidad, belleza paisajística y cuatro regiones naturales que permiten al turista disfrutar en un solo día de varios tipos climáticos inclusive. La avenida de los volcanes es una cadena montañosa codiciada por quienes gustan de realizar montañismo de alto nivel en los Andes Ecuatorianos.

	Agua	Buceo autónomo, espeleobuceo, kayak de mar, kitesurf, rafting, snorkel, surf, descenso en ríos.
TURISMO DE AVENTURA	Tierra	Cabalgata, canyoning, cicloturismo, escalada, exploración de cuevas, montañismo, senderismo.
	Aire	Alas delta, parapente, canopy, paracaidismo, globo aerostático.

Figura 1: Tipos de turismo de aventura

Fuente: Elaboración propia (OMT)

2.2 Turismo de aventura en Ecuador

El turismo de aventura comienza a desarrollarse como consecuencia de la práctica deportiva de esta modalidad y la necesidad de practicarla en entornos naturales al aire libre como desafíos individuales y en grupo de personas no necesariamente deportistas sino más bien turistas, generándose así nuevos productos en la estructura turística nacional.

A nivel mundial el Turismo de Aventura es considerado como un segmento de mercado económico de enorme crecimiento también se lo define como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, siendo estas asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Cabe mencionar que su objetivo es realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud, y compromiso de conocer, disfrutar y participar en la conservación de los recursos.

Una de las categorías que ha cobrado mayor relevancia en los últimos años debido los cambios que se han ido desarrollando mediante el paso de los años, adaptándose a las necesidades y preferencias de la población, y a su vez con el enfoque mayoritario en el

cuidado del medio ambiente, las actividades físicas y deportivas, tanto en las comunidades como en los sectores rurales (Galindo 2008).

2.2.1 Características del turismo de aventura

El turismo de aventura a diferencia del turismo convencional generalmente se lo realiza en espacios naturales abiertos en los cuales diversas especialidades se practican con turistas que gustan de desafíos extremos y dosis extras de adrenalina adquiridas durante estos retos. A diferencia del ecoturismo, en el caso de la aventura, la naturaleza no es un fin en sí mismo, sino solo un medio que se utiliza para alcanzar un objetivo final. Sin embargo, a diferencia del ecoturismo, en el caso de la aventura la naturaleza no es un fin en sí mismo, sino solo un medio que se utiliza para alcanzar un objeto final.

2.3 Importancia del turismo de aventura

La tendencia de experimentar emociones fuertes mientras viajan los turistas a través de la práctica de deportes considerados extremos como el parapente, rafting, montañismo, trekking, descenso de cañones con cascadas, etc. Crece cada día y especialmente luego de la pandemia Covid19 ha generado un nuevo segmento de oferta e ingresos económicos importantes a nivel mundial. Independientemente del riesgo y accidentalidad que se genera, sigue en aumento y representa una de las más importantes industrias no solo en el turismo sino para quienes proveen de los accesorios especializados para su práctica.

2.4 Estudio de mercado

Según Sánchez (2020) define al estudio de mercado como una “iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto”, por lo cual el estudio de mercado habla acerca del entorno en el que se quiere desenvolver logrando tener un resultado de las características de un bien o servicio.

El autor Thompson (2019) refiere a Naresh Malhotra, clasifica al estudio de mercado como un tipo de investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado), así como lo son también: los estudios de participación, los estudios de análisis de ventas, los estudios de imagen.

El estudio de mercado es una herramienta de mercado la cual permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma eran analizados procesados mediante herramientas estadísticas y de esta manera obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

De igual manera Kotler (2020) manifiesta que “la segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores”.

Para definir estos grupos es necesario realizar un meticuloso estudio de mercado a través del cual se puede clasificar a clientes potenciales conociendo algunas variables como necesidades, capacidad adquisitiva, gusto, edades y preferencias entre otras, de una muestra. De esta forma se obtiene información relevante que ayuda a identificar a grupos de clientes potenciales.

De igual manera Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing".

Por otro lado Alderete (2016) refiere a Kotler, Bloom y Hayes, con su definición sobre el estudio de mercado ha dejado de ser una herramienta opcional en los negocios para convertirse en una necesidad en cualquier tipo de organización. Un estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.

Para tener un mejor resultado sobre qué decisión tomar para la resolución de problemas se utiliza la herramienta que son los estudios de mercado, siendo estos los que disminuyen el riesgo de no saber tomar las decisiones correctas para conocer los antecedentes del problema.

El estudio de mercado facilita la toma de decisiones empresariales. Puesto que ayuda a escoger la alternativa más acertada, aumentando la probabilidad de éxito.

El comentario de Thompson (2019) menciona que la segmentación de mercado es el proceso por el cual las empresas subdividen el mercado con la finalidad de identificar los potenciales clientes logrando determinar sus necesidades con relación al producto que desean incorporar con el objetivo de determinar la demanda satisfecha y las necesidades que requiere. Permite a su vez una mayor adaptación del mix de marketing (producto, precio, plaza, promoción) contra el segmento identificado por la empresa, ya que sus características son similares, es decir responden de igual manera a una empresa en el mercado.

2.4.1 Razones para segmentar el mercado

Encontrar el mercado meta supone previamente una correcta segmentación de mercado enfocada al cliente y sus necesidades a fin de satisfacerlas de forma particular y diferenciada permitiendo:

- Identificar el mercado meta.
- Encontrar nuevos nichos de mercados
- Agendar los recursos justos de marketing
- Estructurar óptimamente los recursos y capacidad operativa de la empresa.
- Satisfacer eficientemente la necesidad y exigencia del turista o cliente.

2.4.2 Análisis de la demanda

El autor Socatelli (2013) define como demanda al “conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que los animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar”.

Este concepto utiliza al análisis de la demanda como un instrumento que intenta descifrar la necesidad precisa del cliente y su grado de aceptación de servicios o productos ofertados, conociendo sus variables demográficas, sociales, económicas y culturales recopiladas a través de un estudio de mercado y los hace merecedores del título de clientes ideales.

Finalmente, en el análisis de la demanda se debe considerar los siguientes aspectos:

a. Aspecto cuantitativo: Dentro de este se considera lo siguiente:

Afluencia de visitantes: Así mismo dentro de esta se considera lo siguiente.

- Para áreas desarrolladas turísticamente
- Para áreas no desarrolladas turísticamente
- Estadía o permanencia promedio
- Estacionalidad

b. Aspecto Cualitativo: Dentro de esta se considera lo siguiente:

Perfil del consumidor de bienes y servicios (Perfil del Turista): De igual manera se considera los siguientes:

- Características socioeconómicas.
- Características Geográficas.
- Características Motivacionales.
- Hábitos de consumo, gustos y preferencias.

2.4.3 Análisis de la oferta

Para explicar el turismo en toda su extensión, no se limita al análisis de la demanda es necesario ver otro lado y delimitar conceptualmente a la oferta turística. Según la Organización Mundial del Turismo OMT (2019) “el sistema turístico es un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan de forma dinámica para configurar la naturaleza de la actividad turística.” Siendo el conjunto de productos turísticos y servicios los cuales están a disposición del turista en un destino determinado para su disfrute y consumo.

Según Naranjo y Martínez (2022), la oferta turística es una combinación de servicios y productos que se presentan para su consideración por un cliente turístico que desea realizar un viaje. Su objetivo principal es que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria durante su estancia, por tanto, es relevante analizarla desde el punto de vista de su conceptualización por diferentes autores, elementos que la integran, características, clasificación, proyecciones, así como las tendencias actuales de comportamiento.

La oferta turística dirigida a la demanda no consiste solamente en poner a su disposición los productos específicos desarrollados, sino que adicionalmente y de forma directa o indirecta la cadena de consumo que rodea a esta industria con la finalidad de obtener la satisfacción total del pasajero.

Finalmente, en el análisis de la oferta se debe considerar lo siguiente:

- Análisis de la oferta complementaria.
- Análisis de la competencia: Dentro de esta se considera lo siguiente:
 - Características físicas
 - Precios
 - Formas de comercialización
 - Datos generales de operación

2.5 Estudio de factibilidad

El autor define en su investigación acerca de este tema que:

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación ser posible la reducción de la incertidumbre que provocarán las variaciones de los factores (Santos, 2008).

2.5.1 Objetivos de un estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad se lo realiza con el fin de determinar:

- El éxito o fracaso del proyecto o negocio.
- Si el proyecto es amigable con el medio ambiente.
- La viabilidad del mismo a través de la inversión propia, crediticia o societaria y la forma de
- Hacer de él una herramienta de soporte para facilitar la estructura de un plan de negocios, marketing y producción.
- Administrar sus recursos eficientemente.
- Generar rentabilidad y beneficios para el talento humano.

2.5.2 Tipos de factibilidad

Sobre esta temática Luna (2020) indica que el estudio de factibilidad tiene cuatro componentes básicos que son: un inversionista o persona que decide, las variables que puede controlar, las que no puede y las opciones que debe evaluar. Las variables se definirán por el análisis que se haya realizado, por el entorno al que pertenece la idea, negocio o proyecto, que permitirán conocer el impacto o el grado de afectación que tendrán.

La finalidad de realizar el estudio de factibilidad es determinar si el presente proyecto establecido es viable, para eso se obtiene los datos del estudio técnico y económico realizado y si este es positivo se procede a la implementación del mismo. Se identifican así:

- Factibilidad técnica: si existen o están al alcance los recursos humanos, materiales y tecnología necesaria para el efecto.
- Factibilidad económica: Componentes contables que determinen la relación costo-beneficio.
- Factibilidad operacional u organizacional: si el sistema puede funcionar en la organización”.

2.5.3 Cálculo de la tasa interna de retorno y el valor actual neto

Para cualquier proyecto es indispensable obtener indicadores financieros y conocer así la rentabilidad o pérdida del mismo. El valor actual neto VAN o valor presente VPN son herramientas que traen flujos de caja proyectados a un período inicial para saber si el resultado de la inversión es rentable.

En su investigación Encarni (2021) define al VAN como “diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa”

El TIR es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que nos permite que el Beneficio Neto Proyectado (BNA) sea como mínimo igual a la inversión. Cuando se habla del TIR se habla de la máxima Tasa de Rendimiento (TD) que cualquier proyecto puede tener para que se pueda ver como apto.

Para el cálculo de estos indicadores anteriormente mencionados y conociendo datos importantes como la inversión, flujo de caja, proyección de demanda. Para calcular el VAN se ha utilizado la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Donde:

Ft: Flujos de caja en cada periodo (t).

I0: Inversión inicial.

n: Número de periodos que se está calculando

k: Tasa de descuento.

2.5.4 Estudio económico financiero

En este apartado se expone el análisis de las variables e indicadores contables que permiten determinar la factibilidad financiera del proyecto como son los ingresos y egresos del establecimiento, el flujo de caja proyectado y su nivel de ventas los cuales permitan a la empresa alcanzar equilibrado.

2.6 Marco legal

Como cualquier otra actividad productiva, el turismo se desarrolla dentro de un compendio de leyes, reglamentos y normativas inmersas en la Carta Magna o Constitución del Estado. Todas las actividades de turismo de aventura presentes en el Anexo 1 del Reglamento de Aventura están regidas por la Ley de Turismo, ordenanzas de los GAD y ciertas actividades que se relacionan con el uso de las Áreas Protegidas responden también al Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales. Para su correcto, legal y eficaz

desarrollo en todas sus actividades son la ley de turismo, los reglamentos y normas específicas las que permiten su normal aplicación.

Sobre esta temática Terán (2020) menciona en su artículo en referencia al turismo en áreas protegidas, caso de estudio Ecuador que: Los objetivos de esta estrategia son la conservación de la diversidad biológica y los recursos genéticos, así como brindar alternativas de aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y la prestación de bienes y servicios ambientales; Cabe recalcar que la actividad que lidera el aprovechamiento sustentable es el turismo.

Las distintas formas de recreación en las áreas protegidas contribuyen con el 32% de los ingresos turísticos nacionales en el 2013; además en una encuesta aplicada por el Ministerio del Ambiente en el 2015, el 68 % de los turistas extranjeros manifiestan que su principal motivación para viajar al Ecuador es visitar parques naturales y áreas protegidas.

2.6.1 Ley de turismo del Ecuador

La Ley de Turismo, año 2014, en los artículos 1,2,4 menciona que:

Art 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios (Ley de Turismo, 2020, p. 2).

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos (Ley de Turismo, 2020, p. 2).

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

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística

(Ley de Turismo, 2020, p 1,2).

2.6.2 Reglamento de operación turística de aventura

Mediante el reglamento MINTUR (2014) regula toda operación turística de aventura en el país y será aplicado por el Ministerio de Turismo en todas sus acciones de regulación y control, así como por los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se haya transferido la correspondiente competencia, en donde se pretenda desarrollar esta actividad turística.

El Reglamento de Operación Turística de Aventura se ha tomado los siguientes art. 18, 23, 33, 41, en los cuales menciona que:

Art. 18.- Modalidad turística de aventura cuyo fin es el descenso de cañones, cascadas y cursos de agua, de diverso nivel de dificultad y compromiso, mediante el uso de técnicas de escalada, tales como rapel, cruces con cuerda, anclajes y aseguramiento bajo caídas de agua. (Ministerio de Turismo MINTUR, 2014)

Art. 23.- Modalidad turística de aventura que consiste en el recorrido de un área urbana, rural o ambiente natural en bicicleta, generalmente por caminos o senderos rústicos a campo traviesa. (Ministerio de Turismo MINTUR, 2014)

Art. 33.- Modalidad turística de aventura cuyo objeto es la exploración y estudio de cuevas y cavidades subterráneas. (Ministerio de Turismo MINTUR, 2014)

Art. 41.- Modalidad turística de aventura cuyo fin es recorrer o visitar un terreno de condiciones geográficas y meteorológicas diversas que puede requerir el uso de equipo especializado de montaña, con o sin pernoctación. (Ministerio de Turismo MINTUR, 2014)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Descripción del área de estudio

El área de estudio es la comunidad de Yuracucito, cantón Ibarra, provincia de Imbabura misma que está ubicada a 2920 msnm en la cordillera central de los Andes desde aquí se observa el valle de Ibarra, Angochahua y Salinas. Este interesante punto se convierte en un mirador del incomparable paisaje de la provincia de Imbabura. Anteriormente este sector de Yuracucito se denominaba Tierra Negra, actualmente el GAD municipal lo identifica como Balcón de Los Volcanes.

Esta comunidad es conocida especialmente por las actividades agropecuarias que se desarrollan en la localidad, ya que es una comunidad rica en tierras fértiles y desde donde se practica actividades deportivas como el parapentismo, down hill, ciclismo de montaña y trail running. Coordenadas: 0°20'15.8" N/ 78°05'15.2" W

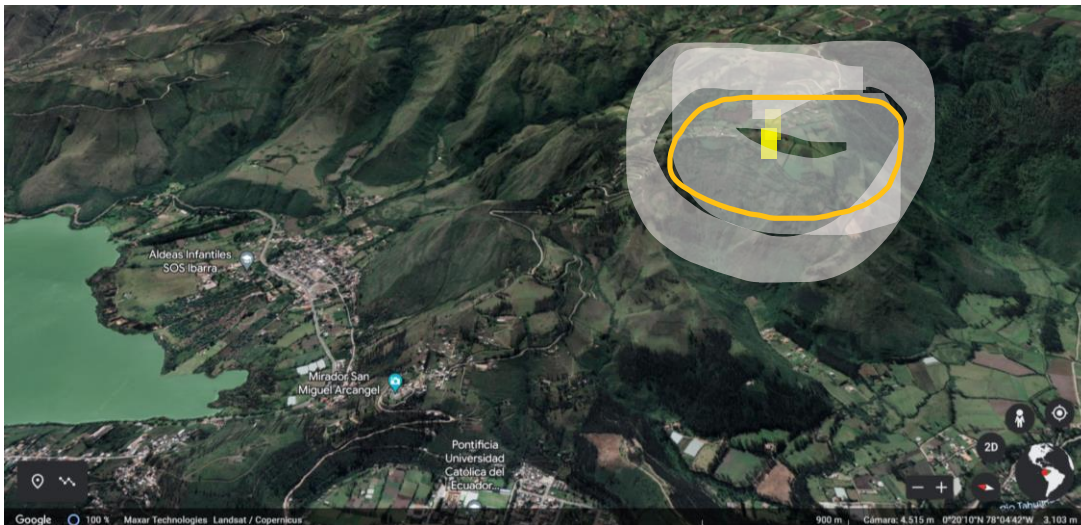


Figura 2: Micro localización Yuracucito
Fuente: Jorge Duque-Google Earth

3.2 Enfoque y tipo de investigación

3.2.1 Enfoque

La investigación realizada presenta un enfoque cuali – cuantitativo el cual a su vez se presenta mediante un proceso, asumiendo que asume la realidad subjetiva, de la cual se derivan de objetivos y preguntas de investigación, revisando a la literatura

Se recopiló información documental relacionada al tema estadístico de turismo de aventura relacionado a las actividades que se realizan en el país reconocidas por el MINTUR, así como la investigación de campo en empresas que se dedican a este tipo de actividades. Cabe recalcar que la investigación como enfoque cualitativo tiene como objetivo transformar y convertir las observaciones, anotaciones en información base logrando contribuir al cumplimiento de nuestros objetivos.

3.2.2 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo documental, de campo y descriptivo que apoya y favorece al enfoque cualitativo con el cual se realizará esta investigación.

La investigación documental, según Tancara (2019) la define como “una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia”.

Esta investigación se usará para analizar los documentos que servirán de sustento en el desarrollo del marco teórico, para lo cual se apoyará de material bibliográfico de fuentes confiables.

La investigación de campo es la técnica que consiste en la recolección de datos directos de la realidad, sin necesidad de controlar puesto que estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural, es decir que el investigador obtiene la información sin necesidad de alterar las condiciones existentes.

Por último, la investigación descriptiva es verídica, precisa y sistemática, por lo que sus características son observables y verificables logrando llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes, cabe recalcar que su objetivo no es la recolección de datos sino la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

A la investigación descriptiva se la utilizo para describir detalladamente los aspectos que engloban las necesidades de los clientes logrando de esta manera satisfacerlos, con el fin de que obtengan los servicios que se les brindara en las actividades de aventura.

3.3 Procedimiento

Con respecto al objetivo 1: Diagnosticar el desarrollo de las actividades turísticas de aventura en la provincia de Imbabura, se procedió a ocupar la técnica de la entrevista con el instrumento que en este caso era el cuestionario, el cual estuvo conformado por 21 preguntas cerradas a la población en general, con la finalidad de conocer las necesidades de los visitantes y turistas para satisfacer las mismas, puesto que el turismo de aventura ha desarrollado un potencial elevado en los últimos años.

En relación al objetivo 2: Determinar mediante un estudio de mercado el grado de aceptación del proyecto y el perfil de los clientes potenciales. Para lograr este objetivo se realizó una encuesta de aceptación del proyecto y a su vez del perfil de los clientes potenciales para determinar cuál es el grado de su interés en las actividades de aventura, para esto se determinaron los siguientes puntos:

- Realizar el cálculo de la muestra tomando en cuenta la población de las provincias de Imbabura y Carchi, para lograr obtener el número de encuestas que se van a realizar.
- Aplicar la encuesta con el cuestionario que fue estructurada la cual está conformada por 10 preguntas cerradas, utilizando la siguiente escala de Likert: siempre, casi siempre, algunas veces, nunca.
- Procesar la información recolectada.

En cuanto al objetivo 3: Determinar la factibilidad técnica y económica del desarrollo del producto turístico propuesto. Para lo cual se elaboró el prediseño arquitectónico para la construcción de un ecoparque en la comunidad de Yuracucito con la finalidad de verificar el desarrollo de la misma. Con la información obtenida de la entrevista y encuesta, para de esta manera lograr una adecuada toma de decisiones y satisfacción de los clientes y visitantes.

3.3.1 Muestra

Es una porción representativa de la población a través de la cual se llevará a cabo investigación por medio de una fórmula permitiendo generalizar los resultados de esta. Previa selección de la población escogida y utilizando la fórmula respectiva se obtiene la muestra con el número exacto de las encuestas a realizarse.

Dado que este proyecto va dirigido a un amplio segmento poblacional que va desde los 8 años de edad en adelante, se ha considerado el universo a la población general del norte del país específicamente las provincias de Imbabura con 398.244,00 habitantes y Carchi con 164.524,00 dando una población total (Muestra mediana) de 562.764,00 habitantes. Se consideraron todos los sexos (censo) y todas las edades (censo completo).

Para el cálculo de esta muestra se considera un margen de error del 5% y nivel de confianza 95%. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010)

Fórmula para el cálculo de la muestra de la población finita.

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

Simbología:

N = población

n = muestra

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e = margen de error

Donde:

N = 562.764,00

$p = 0,5$
 $q = 0,5s$
 $z = 95\% = 1,96$
 $e = 5\%$
Total = 384

Al aplicar la fórmula se tiene una muestra de 384 encuestas.

3.3.2 Instrumentos de recolección

El autor Eleazar Angulo López (2023) define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información, Además manifiesta que existen: *fuentes primarias* y *fuentes secundarias*.

En este mismo contexto se ha utilizado la encuesta, entrevista y ficha de observación como instrumentos de recolección de datos a fin de obtener la información requerida para su análisis, todos esto se lo recopiló de fuentes primarias como son la población, el lugar en estudio y la empresa especialista en fabricación de accesorios, diseño e instalación de parques de aventura.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se presenta la información obtenida en el periodo temporal de esta investigación realizada durante el año 2022-2023, con la finalidad de recopilar, analizar y remitir los resultados de las diferentes herramientas aplicadas para obtener un acertado diseño de un producto turístico de aventura que diversifique la oferta en la comunidad de Yuracucito, provincia de Imbabura.

4.1. Desarrollo de las actividades turísticas de aventura en la provincia de Imbabura

Para diagnosticar las actividades turísticas de aventura en la provincia y en la comunidad de estudio se aplicó una ficha de observación (Figura 5) con la intención de identificar y clasificar las modalidades deportivas y turísticas al aire libre que se practican o fomentan en la comunidad Yuracucito e Imbabura. Con los resultados obtenidos y tras su análisis se ha determinado aquellas que se pueden implementar en el sitio aprovechando su orografía, recursos naturales, aerología y atractivos visuales que se observan desde este punto.

El mencionado instrumento adicionalmente presenta relevante información recolectada acerca de poblaciones aledañas, actividad principal, grupos étnicos presentes, así como servicios básicos y complementarios disponibles, su infraestructura y conectividad. En cuanto a la actividad turística de aventura desarrollada en la provincia y sector de estudio se detallan las ya existentes y se selecciona aquellas potenciales que de darse viabilidad al proyecto van a ayudar a diversificar la escasa oferta turística existente en el lugar.

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA Y COMUNIDAD DE YURACRUCITO											
1. LOCALIZACIÓN	2. CLIMA	3. TEMPERATURA PROM.	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	6. LATITUD (N)	7. LONGITUD (W)	8. DESTINOS CERCANOS					
YURACRUCITO	FRÍO MODERADO	19 grados C.	22mm	2920	00° 20.222'	078° 05.313'	IBARRA				
<p>Es una comunidad rural ubicada a 20 minutos de la ciudad de Ibarra y a 720m. Sobre el valle, pertenece al cantón Ibarra, provincia de Imbabura en Ecuador. La población se dedica en su mayoría a la agricultura y pastoreo. Es un impresionante mirador natural desde cualquiera de los puntos.</p>											
1 DATOS RELEVANTES											
COMUNIDADES ALEDAÑAS	ACTIVIDAD PRINCIPAL	GRUPOS ÉTNICOS	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE	IDIOMA	OBSERVACIONES					
Bellauco, Añaspamba, La Quesera, Yuracruz, Yahuarcocha	Agricultura	MESTIZOS E INDÍGENAS	PRIMARIA	MESTIZOS	CASTELLANO (QUICHUA)						
2. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESECHOS	MANEJO DE DESECHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELEFONÍA FIJA	TELEFONÍA MÓVIL Y ACCESO A INTERNET				
5	0	0	2	0	0	0	5				
La población utiliza medianamente pozos sépticos, y suministro de agua entubada mas no potable.											
3. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (H)											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	POLICÍA	CRUZ ROJA	IGLESIAS
2	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE TAXIS	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
0	0	0	0	0	0	0	0				
4. CONECTIVIDAD Y ACCESOS											
11.1 TERRESTRE		DESDE		VÍA, TIPO Y ESTADO	TIEMPO	MEDIO DE TRANSPORTE	COSTO APROXIMADO				
IBARRA				CARRETERA DE TERCER ORDEN,	45 MINUTOS	BUS	2 USD				
5. CONECTIVIDAD DE LA PARROQUIA CON LA CIUDAD DE IBARRA COMO POBLADO IMPORTANTE MAS CERCANO											
DISTANCIA (KM)		IBARRA		OBSERVACIONES							
		8 KM									
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS VISUALES DESDE YURACRUCITO											
TIPO		OBSERVACIONES									
1	MIRADOR EL ARCANGEL	PATRIMONIAL									
2	VOLCAN IMBABURA	TURISTICO									
3	LAGO YAHUARCOCHA	NATURAL									
4	VOLCAN COTACACHI	NATURAL									
5	PARAMOS AÑASPAMBA	NATURAL									
7. ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS CERCANOS											
Nombre	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Establecimiento (Local, provincial, Regional, Nacional , Internacional)								
FINCA LA ESTELITA	NACIONAL Y EXTRANJERA	TURISTA	DEPORTISTA	LOCAL Y REGIONAL	NACIONAL	INTERNACIONAL					
8. ACTIVIDADES DE TURISMO Y/O DEPORTE DE AVENTURA QUE SE PRACTICAN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA											
ESPECIALIDAD	MODALIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE SE EJECUTA LA ACTIVIDAD	OBSERVACIONES							
PARAPENTE	TURISTICO Y DEPORTIVO	Septiembre - Mayo	Yuracucito	Operada por Flyecuador, Quito Paragliding y Ecuatris							
DOWN HILL	DEPORTIVO	Todo el año	Yuracucito								
CICLISMO DE MONTAÑA	DEPORTIVO	Todo el año	Yuracucito								
TREKKING	DEPORTIVO	Todo el año	Yuracucito								
MOTOCICLISMO	DEPORTIVO	Todo el año	Cantón Ibarra incluido Yuracucito								
TRAIL RUNNING	DEPORTIVO	Todo el año	Cantón Ibarra incluido Yuracucito								
CABALGATAS	TURISTICO Y DEPORTIVO	Todo el año	Toda la provincia	Se oferta en multiples emprendimientos							
RAFTING	TURISTICO	Todo el año	Río Mira, río Cheta	Ninguna empresa operando							
CANOPY O TIROLINA	TURISTICO	Todo el año	Pimampiro	Ruta del vértigo							
CANYONING	TURISTICO	Todo el año	Conrayaro, Zuleta	Ninguna empresa operando							
9. ACTIVIDADES DE TURISMO DE AVENTURA ADAPTABLES A ESTE PROYECTO											
ESPECIALIDAD	LUGAR	DISPONIBILIDAD TÉCNICOS ESPECIALIZADOS Y GUÍAS	NACIONALIDAD DE TÉCNICOS	SEGUROS, REQUERIMIENTO IDIOMAS, EQUIPAMIENTOS DE DONDE							
PARAPENTE	YURACRUCITO	SI	ECLUATORIANOS								
PARQUES DE AVENTURA	YURACRUCITO	SI	ECLUATORIANOS								
CABALGATAS	YURACRUCITO	SI	ECLUATORIANOS								
TREKKING	YURACRUCITO	SI	ECLUATORIANOS								
ARBORISMO	YURACRUCITO	SI	ECLUATORIANOS								
9. PRINCIPALES NECESIDADES											
DETALLE	MARCAR	OBSERVACIONES									
CONSERVACION URBANA											
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD	X										
MANEJO DE DESECHOS Y RESIDUOS	X										
CIRCULACION VEHICULAR	X										
ACCESOS	X										
SEÑALIZACION AL DESTINO	X										
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X										
IMPLEMENTACION DE FACILIDADES TURISTICAS	X										
CAPACITACION EN MATERIA TURISTICA	X										
OTROS	X	La comunidad requiere una mejora en infraestructura de la Unidad Educativa									
9. CROQUIS DE UBICACION COMUNIDAD YURACRUCITO											

CREDITOS
 Fecha: 26 DE FEBRERO DE 2023
 Elaborado por: JORGE DUQUE

Figura 3: Ficha de observación diagnóstico
 Fuente: Jorge Duque

Tabla 3: Atractivos turísticos visibles desde Yuracucito

Tipo	Atractivo
Volcán	Imbabura
Volcán	Cotacachi
Volcán	Yanahurco
Volcán	Cunrro
Cerro	Pinllar
Monumento	Mirador Arcángel
Páramo	Añaspamba
Lago	Yahuarcocha
Valle	Ciudad de Ibarra
Valle	Angochagua
Valle	Salinas

Nota. Fuente: Ficha de observación

Los predios de Yuracucito según el catastro municipal del GAD de Ibarra están identificados ahora como El Balcón de los Volcanes ya que la cara oeste es un mirador ubicado a 700m. de altura sobre la ciudad de Ibarra y 2920m. de altitud sobre el nivel del mar desde donde se puede observar majestuosas elevaciones del Geoparque mundial, laguna de Yahuarcocha, diversos valles y atractivos naturales con paisaje andino en la ciudad de Ibarra. Todo esto constituye el plus visual paisajístico del proyecto detallado en la Tabla 3.

Tabla 4: Actividades de turismo y/o deporte de aventura que se practican en la provincia de Imbabura

Actividad	Modalidad	Temporalidad	Lugar de oferta o práctica
Parapente	Turístico y deportivo	Septiembre a mayo	Yuracucito-Aloburo
Down Hill	Deportivo	Todo el año	Toda la provincia
Ciclismo de montaña	Deportivo	Todo el año	Toda la provincia
Senderismo	Deportivo	Todo el año	Toda la provincia
Motociclismo	Deportivo	Todo el año	Toda la provincia
Trail running	Deportivo	Todo el año	Ibarra-Yuracucito
Cabalgatas	Turístico y deportivo	Todo el año	Toda la provincia

Nota. Fuente: Ficha de observación

A partir de la década del 90 se empiezan a desarrollar algunas actividades de aventura que otrora eran reservadas exclusivamente para practicantes y turistas europeos y norteamericanos que lo hacían por su cuenta. Imbabura se convierte así en un nicho de facilidad aventurera y a partir de esa época actualmente tenemos un abanico de deportes que poco a poco han ido trascendiendo a la modalidad turística como se observa en la tabla 4.

Tabla 5: Actividades de turismo de aventura adaptables a este proyecto

Actividad	Lugar	Disponibilidad técnicos y especializados	local de guías	Nacionalidad técnicos	de
Parapente	Yuracucito	Si		Ecuatorianos	
Parques de aventura	Yuracucito	Si		Ecuatorianos	
Ciclismo de montaña	Yuracucito	Si		Ecuatorianos	
Senderismo	Yuracucito	Si		Ecuatorianos	
Trail running	Yuracucito	Si		Ecuatorianos	
Cabalgatas	Yuracucito	Si		Ecuatorianos	
Arborismo	Yuracucito	Si		Ecuatorianos	

Nota. Fuente: Encuesta de grado de aceptación Google Forms. Elaborado: Jorge Duque

Continuando con el análisis de la observación realizada y considerando las características favorables de la comunidad de Yuracucito y alrededores, con la experticia del técnico que redacta este documento en el campo del deporte y turismo de aventura se ha determinado las actividades que con mucha seguridad se pueden practicar y operar de manera comercial en el lugar escogido para el efecto como se detallan en la tabla número 5. Es importante notar que los técnicos y guías son ecuatorianos, favoreciendo la factibilidad del proyecto.

4.2 Estudio de mercado el grado de aceptación del proyecto y el perfil de los clientes potenciales

Para el estudio descrito se realizó una encuesta de aceptación de actividades turísticas en el cantón Ibarra dirigida al público en general debido a que se considera como clientes potenciales aquellos a partir de los 8 años de edad, en este sentido se utilizó la tecnología Google Forms con el objetivo de llegar a través de las redes sociales: facebook, instagram y whatsapp de una manera eficiente a estudiantes de educación básica, bachillerato, universidad, profesionales, empleados públicos y privados.

La finalidad de este instrumento es determinar el grado de aceptación y hábitos que tiene la población en cuanto a servicios y actividades turísticas, su preferencia, capacidad de gasto y segmento preferencial.

Tabla 6: Edad

Edad	Porcentaje
8-17	1,5%
18-25	33,7%
23-34	17,2%
35-50	25,2%
Más de 50	22,4%

Nota. Fuente: Encuesta de grado de aceptación. Elaborado: Jorge Duque

La tabla 6 muestra que el segmento de mercado potencial se encuentra entre los 18 a 25 años. Es un rango importante y positivo para el proyecto. El siguiente grupo de visitantes con un significativo porcentaje se ubica entre las edades de 35 a 50 años y de implantarse este proyecto, el marketing debe estar dirigido al primer grupo de una manera prioritaria sin descuidar a los adultos del segundo grupo mayoritario que representan a la población económicamente activa.

Tabla 7: Ocupación

Ocupación	Género
Estudiante	42,2%
Empleado privado	15,4%
Independiente	13,4%
Empleado público	9,3%
Militar-Policía	7,2%
Quehaceres domésticos	2,7%
Desempleado	3,5%
Empresario	5,2%
Religioso	1,2%

Nota. Fuente: Encuesta Google Forms. Elaborado: Jorge Duque

La estadística de la tabla 7 da a conocer un dato muy importante acerca de las ocupaciones o profesiones de los encuestados y concordante con la tabla 4 son los estudiantes universitarios quienes deben recibir especial mercadotecnia a fin de atraer al parque este nicho de mercado. Esto no quiere decir que quienes conforman la población económicamente activa no son menos importantes ya que esta diversidad de profesionales públicos y privados suman la mitad de la muestra por tanto a ellos también debe encaminarse la promoción porque es la gente que tiene la disponibilidad económica y encabezan familias que en un momento dado seguramente van a visitar el ecoparque.

Tabla 8: Lugares de preferencia turística

Lugares	Porcentaje
Montaña	42,4%
Playa	63,8%
Campo	35%
Amazonía	17%
Galápagos	9,3%
Turismo Local	37%
TOTAL	100%

Nota. Fuente: Encuesta de grado de aceptación Google Forms. Elaborado: Jorge Duque

Como se puede observar en la tabla 8, desde el punto de vista de las personas encuestadas, los lugares de su mayor preferencia son la playa, seguido de la montaña y el campo. Se puede deducir que al estar este proyecto ubicado en la montaña y por tanto en el campo, un 77% de la población consideraría visitar el parque, esta información refuerza la factibilidad del proyecto.

Tabla 9: Preferencia turística

Tipo de turismo	Porcentaje
Turismo de Aventura	57,3%
Turismo religioso y cultural	14,9%
Turismo rural y/o comunitario	21,1%
Balnearios	31,9%
Turismo ecológico	24,9%
Turismo de salud	5,7%
Turismo gastronómico	41,9%
Turismo organizado por agencias	9,5%
Viajo por mi propia cuenta	46,3%
Turismo exterior	24,2%
TOTAL	100%

Nota. Fuente: Encuesta de grado de aceptación Google Forms. Elaborado: Jorge Duque

La tabla 9 es muy importante en su información, refleja la factibilidad de este trabajo de investigación porque el espíritu de este es el turismo de aventura. Tomando como referencia los datos obtenidos en esta pregunta se evidencia que los hábitos de recreo, ocio, paseo, viajes han evolucionado, las zonas de confort antes preferidas son reemplazadas en los últimos años por naturaleza y los desafíos deportivos que en ella se facilitan, esta mayoría refuerza el objetivo del trabajo en curso.

Tabla 10: Grado de aceptación del eco parque de aventuras

Aceptación	Porcentaje
Si, 100%	50,9%
Si y llevaría a mi familia y/o amigos	30,6%
Tal vez, 50%	15,3%
No, no me parece interesante	3,2%
TOTAL	100%

Nota. Fuente: Encuesta de grado de aceptación Google Forms. Elaborado: Jorge Duque

Tabulada la tabla 10, ésta muestra un alto grado de aceptabilidad al producto parque de aventuras de personas las cuales con su respuesta confirman que definitivamente lo visitarían. Un buen plan de marketing es indispensable para alcanzar un mayor porcentaje de visitantes.

Tabla 11: Visitas al recorrido del Eco Parque de aventuras

Visitar y practicar	Porcentaje
Solo	9,7%
En pareja	37,7%
En familia	75,7%
Con amigos	44,5%
Con turistas	10,7%
Con estudiantes	7,6%
Team bulding o entrenamiento	4,7%
TOTAL	100%

Nota. Fuente: Encuesta de grado de aceptación Google Forms. Elaborado: Jorge Duque

El elemento presente en la mayoría de respuestas cuando se pregunta con quienes visitaría el parque es la familia, este resultado es muy significativo y refleja que la población tiene un hábito positivo de compartir actividades con los integrantes del hogar, por tanto, tienen interés familiar en aceptar esta nueva propuesta.

Con este estudio de mercado y posterior a su análisis se concluye que el grado de aceptación del proyecto y el perfil de los clientes potenciales del producto turístico de aventura para la diversificación de la oferta en la comunidad de Yuracucito es positivo.

4.3 Factibilidad técnica y económica del desarrollo del producto turístico propuesto

En este apartado se determina si este proyecto es factible técnica y económicamente o no, con su resultado, en una posterior fase dedicada a buscar su viabilidad o financiamiento y posteriormente su implantación.

4.3.1 Factibilidad técnica

Con la finalidad de conseguir información fresca y actualizada en cuanto a la operación, diseño, tecnología moderna utilizada, flujo anual de clientes, tarifas establecidas, su antigüedad en la rama, servicios ofertados, características representativas , tipología de clientes, porcentaje anual de clientes nacionales y extranjeros, causa de fidelidad de sus clientes, tarifas estacionales, costos de mantenimiento, capacidad operativa, innovaciones futuras, afluencia promedio anual, alianzas estratégicas utilizadas y segmento de mercado al cual está enfocado su parques , se utilizó como herramienta de recolección de datos una entrevista presencial al Ing. Jacques Christinet propietario de “Fun Park Zermat” localizado en Suiza y al señor René Barrionuevo gerente-propietario de la empresa de turismo de aventura “Hágale Pues” de la ciudad de Baños-Ecuador, para así determinar la factibilidad técnica de la propuesta. Se ha considerado a estas dos empresas de dos países como los referentes más importantes en la especialidad de actividades de aventura relacionadas con este trabajo de investigación. El cuestionario consta de 14 preguntas abiertas, se han identificado a las respuestas de los entrevistados como R1 a Christinet u R2 a Barrionuevo. Los datos relevantes recopilados en estos instrumentos se han organizado en una matriz de factibilidad técnica en el ítem 4.3.1.2.

4.3.1.1 Entrevista a especialistas propietarios de empresas de aventura

1. ¿Cuántos años se encuentra ofertando sus servicios?

R1. Ya 17 años, empecé en el 2006 con mi primer curso de aventura de cuerdas altas en Zermatt (Suiza).

R2. 17 años

2. ¿Qué servicios ofrece su empresa?

R1. Forest Fun Park es un parque de aventuras con recorridos de cuerdas en altura que ofrece diversas pasarelas de cuerdas en un bosque como tirolinas, puentes tibetanos, pasos de gallina, cintas de equilibrio, pasarelas con troncos, y múltiples desafíos, pasarelas para niños, etc.

R2. Como servicios directos paseos en bicicleta, canyoning, salto pendular en el puente, tours de selva. Indirectamente parapente y canopy.

3. ¿Qué caracteriza a su empresa y la hace diferente a la competencia?

R1. La mayor experiencia que tenemos, son 17 años y la tecnología utilizada en partes, accesorios y equipos especiales desarrollados por nosotros mismo y con certificación ISO que brindan seguridad y diversión También la creatividad de nuestros recorridos.

R2. El canyoning y el salto del puente somos diferentes positivamente porque utilizamos un equipo de primera y nuevo utilizando las mejores marcas y somos la experiencia, muchos años ya en esto.

4. ¿Qué tipo de clientes llegan a su establecimiento?

R1. Llegan niños, jóvenes y viejos. Es muy común que vengan en familia y grupos de amigos. Todos los amantes de la aventura llegan acá.

R2. Nuestros clientes están entre los 18 a 50 años.

5. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de turistas nacionales y extranjeros que recibe anualmente?

R1. Llegan aproximadamente un 55% de suizos y un 45% de extranjeros.

R2. Extranjeros 30% y mucho turista nacional un 70%.

6. ¿Por qué piensa usted que regresan sus clientes frecuentes?

R1. Por la diversión, adrenalina, seguridad que brindamos y por la profesional y simpática gente que traja conmigo.

R2. Por la buena atención, buena técnica de guianza, respeto, consideración a los turistas, no propasarse y tener guías certificados.

7. ¿Qué plus ofrece su empresa?

R1. Como te dije somos la única empresa que diseña, testea y fabrica sus propios accesorios como poleas continuas arneses y sistema.

R2. Darles fotografías y souvenirs.

8. ¿Qué tarifas maneja en temporada alta y baja?

R1. 37 CHF adultos, 32 CHF adolescentes, niños de 8-12 27CHF, solo abrimos en temporada alta.

R2. Manejamos un solo precio temporada alta y baja. El puente 20 USD y el canyoning desde 30 a 80 dependiendo del programa.

9. ¿Cuál es la inversión anual en mantenimiento que requieren sus instalaciones?

R1. No hay un valor exacto para esto ya que las instalaciones están hechas con óptimos materiales durables y el mantenimiento se realiza por los propios guías en momentos de baja ocupación.

R2. Se renueva equipo cada año y se gasta entre 8 a 10 mil dólares.

10. ¿Cuál es su capacidad operativa? (Cantidad de clientes que puede atender)

R1. 300 personas.

R2. 100 personas al día.

11. ¿Qué innovaciones a futuro prevé?

R1. Estamos desarrollando un sensor de canopy que impide el avance en nuestro sistema continuo de línea de vida en caso de que la línea se encuentre ocupada por otra persona. Y abrir otro parque, pero indor en otra ciudad.

R2. Dar un servicio completo con hospedaje y reincorporar a los guías antiguos, ellos son más respetuosos. Del hospedaje se saca los clientes.

12. ¿Cuál es la afluencia promedio anual de clientes que recibe?

R1. Lo manejamos por temporadas, desde primavera, pero ese dato no te lo puedo dar. Solo te puedo decir que es muy bueno y nos permite cerrar el parque en invierno sin afectar nuestra economía.

R2. 3000 al año.

13. ¿Cuáles son sus alianzas estratégicas?

R1. Prestadores de servicios relacionados al turismo, puntos de información turística, hoteles, restaurantes y otros parques de la competencia.

R2. Operadoras de turismo internacional y nacional.

14. ¿A qué segmento de mercado está dirigido su marketing?

R1. No lo segmentamos por capacidad económica sino por edades, a partir de 5 años ya pueden experimentar un nivel bajo y fácil, más bien podría decir que va dirigido a familias aventureras y curiosas, adolescentes y jóvenes 30 años que vienen en grupo entre amigos. Es para todos.

R2. Los dirigimos a través de redes sociales a gente aventurera, montañeros, gente que le guste el aire libre de entre 18-50 años.

Análisis de la entrevista

La entrevista aplicada a importantes exponentes inmersos en el campo de las actividades relacionadas a actividades y parques de aventura, que con seguridad van a contribuir en un modelo exitoso en esta provincia al momento de desarrollar este proyecto. Adicionalmente el propietario del parque Zermatt brinda un aporte adicional al ser diseñador y fabricante de los accesorios más modernos del mercado utilizados en la implantación de este tipo de proyectos. Tras analizar y contrastar las respuestas de una muy bien elaborada y precisa entrevista que fue aplicada dentro y fuera del país permitieron al investigador obtener información relevante y actualizada que facilitó determinar la factibilidad técnica que coadyuve a ejecutar el objetivo general de este trabajo.

Técnicamente hablando, las respuestas obtenidas proporcionaron datos precisos para apuntalar este proyecto no solamente en la parte teórica sino, valga la redundancia en la parte

técnica. Datos recopilados como antigüedad de sus empresas, servicios o modalidades ofertadas, características y/o especialidades que las hacen originales, información clave como su segmento de mercado meta y tipos de clientes, tarifas, capacidad operativa, expectativas y especialmente su visión empresarial, han sido el pilar fundamental para que sea posible comparar con el estudio de mercado realizado.

Con la finalidad de facilitar el análisis y conclusiones se elaboró la matriz compilada de factibilidad técnica 4.3.1.2 tabla 12 que organice, recopile y sintetice la información más relevante de la ficha de observación, encuestas y entrevista. Posterior a su análisis se concluye que el grado de aceptación del proyecto es medio inicialmente, el segmento de mercado está dividido entre los jóvenes de 18-25 años y adultos de 35-50 años, el tipo de clientes se ubica en un 30% nacional y 70% extranjero, las actividades son comunes entre las empresas de aventura. En cuanto la disponibilidad de recursos materiales, equipamiento se concluye que se requiere la importación sin mayor inconveniente ya que se cuenta con los contactos y experiencia para su adquisición, el talento humano especializado requerido, así como su capacitación también está disponible. El resumen indica que es técnicamente factible el diseño de un parque de aventuras que contribuya a la diversificación de la oferta en la comunidad de Yuracucito.

4.3.1.2 Matriz de factibilidad técnica

Tabla 12: Matriz compilada de factibilidad técnica

	Fun Park Zermatt	Hágale Pues Adventure	Eco Parque de Aventuras Orgánico
Predio de implantación	SI	SI	SI
Recursos naturales adecuados	SI	SI	SI
Instalaciones e infraestructura	SI	SI	NO
Servicios básicos	SI	SI	SI
Experiencia técnica	SI	SI	SI
Materiales y accesorios técnicos	SI	SI	NO
Técnicos especializados en parques de aventura	SI	SI	SI
Guías especializados de aventura	SI	SI	SI
Servicios ofertados	Eco Parque Aventura	Bridge swing Canyoning Bicicleta	Eco Parque Aventura Swing Jump
Clientes nacionales	55%	70%	Sin determinar
Clientes extranjeros	45%	30%	Sin determinar
Capacidad operativa diaria	300	100	95
Segmento de mercado sensible al beneficio	8 años en adelante	18-50 años	18-25 años 35-50 años

Nota. Fuente: Herramientas de recolección de datos del proyecto. Elaborado: Jorge Duque

4.3.1.3 Factibilidad económica

Para determinar la factibilidad económica de la propuesta se ha estructurado un estudio contable con datos numéricos reales.

4.3.1.4 Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL		
ECOPARQUE DE AVENTURAS ORGANICO		
		AÑO 2023
		SALDO
1	ACTIVO	108513.00
1.2.	NO CORRIENTES	108513.00
1.2.1.	PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	108513.00
1.2.1.01.	TERRENOS	72300.00
1.2.1.02.	EDIFICIOS Y LOCALES	19000.00
1.2.1.04.	MUEBLES Y ENSERES	5822.00
1.2.1.07.	EQUIPOS ESPECIALIZADOS	11391.00
2	PASIVO	48831.00
2.2.	NO CORRIENTES	48831.00
2.2.1.	OBLIGACIONES FINANCIERAS A LARGO PLAZO	48831.00
2.2.1.02.	CON ENTIDADES FINANCIERAS DE LOS SECTORES PRIVADO Y/O PUBL	48831.00
3	PATRIMONIO	59682.00
3.1.	CAPITAL	59682.00
3.1.1.	CAPITAL SOCIAL	59682.00
3.1.1.01.	APORTES DE ASOCIADOS	59682.00
	PASIVO MAS PATRIMONIO	108513.00

Figura 4: Estado de situación inicial

Fuente: Jorge Duque

Con la inversión respectiva de los socios, el Ecoparque de Aventuras Orgánico en la comunidad de Yuracucito presenta un Estado de Situación Inicial de \$ 68121,00USD que corresponden a la aportación del predio más los gastos de adecuación de accesos viales y terrazas para construcciones. De esta forma se inicia el registro contable correspondiente con todos sus componentes de acuerdo con la normativa contable y tributaria vigentes en el país. Figura 4.

4.3.1.5 Variables económicas

PLAZO PROYECCIÓN (Años)	5
I. VARIABLES EXTERNAS	
INFLACIÓN ANUAL:	1.5%
TASA DE INTERES (activa)	12%
II. VARIABLES INTERNAS	
Precios	2.0%
DÍAS EN CUENTAS POR COBRAR	0
DÍAS EN CUENTAS POR PAGAR PROVEED.	30
III. FINANCIAMIENTO	
APORTE PROPIO:	55%
PRÉSTAMO:	45%
IV. IMPUESTOS	
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	15%
IMPUESTO A LA RENTA	25%

Figura 5: Variables económicas

Fuente: Jorge Duque

La figura 5 muestra que de acuerdo con el estudio de mercado se ha definido la proyección de ventas para un plazo de 5 años, los precios por concepto de las actividades y el total de ventas netas en dólares americanos, considerando que inicialmente los días de apertura del Ecoparque serán jueves, viernes, sábado y domingo. Para desarrollar este estudio económico se ha determinado una proyección inicial del proyecto en 5 años, así como las variables económicas internas y externas, el financiamiento con estructura propia y externa y los impuestos fiscales necesarios para su funcionamiento. Los datos antes mencionados contribuyen a detallar el flujo de efectivo.

CAPACIDAD INSTALADA:					
	100 personas / día				
Personas					
Días a la semana de funcionamiento	mie	jue.	vie.	sáb.	dom.
% de capacidad instalada		10%	10%	25%	50%
Personas Diarias Año 1		10	10	25	50
Total personas Año 1	4560				
% de capacidad instalada		15%	15%	25%	50%
Personas Diarias Año 2		15	15	25	50
Total personas Año 2	5040				
% de capacidad instalada	10%	15%	20%	30%	55%
Personas Diarias Año 3	10	15	20	30	55
Total personas Año 3	6240				
% de capacidad instalada	10%	15%	25%	30%	55%
Personas Diarias Año 4	10	15	25	30	55
Total personas Año 4	6480				
% de capacidad instalada	15%	20%	25%	30%	55%
Personas Diarias Año 5	15	20	25	30	55
Total personas Año 5	6960				

Figura 6: Capacidad instalada
Fuente: Jorge Duque.

Es importante para este proyecto definir la capacidad instalada diaria cuyo cálculo se realiza tomando en cuenta el tiempo estimado de operación por cada cliente y durante 8 horas diarias. Cada turista requiere 15 minutos para hacer uso de las atracciones del parque obteniendo como resultado 95 personas y así se ha determinado la operatividad diaria en 100 personas, es decir 4560 personas para el primer año. Las instalaciones estarán abiertas al público de jueves a domingo estimando un porcentaje conservador de la capacidad total diaria detallado en la figura No. 6 en la cual además se observa la proyección anual de ocupación. A partir del segundo año se incrementará el porcentaje de clientes esperados de acuerdo a la figura antes mencionada.

VENTAS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
VOLUMEN (Personas) :						
Incremento en volumen :	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
ACTIVIDAD DE AVENTURA	4560.00	5040.00	6240.00	6480.00	6960.00	29280.00
ARRIENDO ISLA DE COMIDAS	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
ARRIENDO ISLA ARTESANÍAS	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
Total personas	4562.00	5042.00	6242.00	6482.00	6962.00	29290.00
PRECIOS UNITARIOS (Dólares) :						
Variación en el precio :	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	
ACTIVIDAD DE AVENTURA	\$15.00	\$15.30	\$15.61	\$15.92	\$16.24	
ARRIENDO ISLA DE COMIDAS	100.00	\$102.00	\$104.04	\$106.12	\$108.24	
ARRIENDO ISLA ARTESANÍAS	100.00	\$102.00	\$104.04	\$106.12	\$108.24	
TOTAL VENTAS NETAS EN US\$:						
ACTIVIDAD DE AVENTURA	\$68,400.00	\$77,112.00	\$97,381.44	\$103,149.42	\$113,005.92	\$459,048.78
ARRIENDO ISLA DE COMIDAS	\$100.00	\$102.00	\$104.04	\$106.12	\$108.24	\$520.40
ARRIENDO ISLA ARTESANÍAS	\$100.00	\$102.00	\$104.04	\$106.12	\$108.24	\$520.40
suman:	\$68,600.00	\$77,316.00	\$97,589.52	\$103,361.66	\$113,222.40	\$460,089.58
PRECIO UNITARIO PROMEDIO	\$15.04	\$15.33	\$15.63	\$15.95	\$16.26	\$15.71

Figura 7: Ingresos y ventas
Fuente: Jorge Duque.

El valor de ingreso por persona para utilizar las actividades será de \$ 15,00. La afluencia proyectada mensual durante el primer año es de 380 personas mensual y 4560 anual dando como resultado ingresos anuales por \$ 68400,00. Para los siguientes 4 años se estima un incremento del 2% en los precios, teniendo una relación directa con los ingresos.

Se considera también arrendar espacios para la venta de alimentos, bebidas y artesanías a gente de la comunidad para generar ingresos anuales extra y cumpliendo así con nuestra responsabilidad social al generar fuentes de trabajo para personas de la comunidad de Yuracucito. Figura 7.

	# PERSONAS	SUELDO BASE	% BENEFICIOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
SERVICIOS						
S	1	\$450.00		\$598.50	\$7,182.00	
Guías	1	\$450.00	33%	\$598.50	\$7,182.00	
DISTRIBUCIÓN Y VENTAS	1	\$450.00		\$598.50	\$7,182.00	
Recepcionista - Vendedor	1	\$450.00	33%	\$598.50	\$7,182.00	
ADMINISTRACIÓN						
N	3	\$725.00		\$957.00	\$11,484.00	
Administrador	1	\$500.00	32%	\$660.00	\$7,920.00	
Contador General	1	\$225.00	32%	\$297.00	\$3,564.00	
TOTAL PRODUCCIÓN	1	\$450.00		\$598.50	\$7,182.00	
TOTAL DISTRIBUCIÓN Y VENTAS	1	\$450.00		\$598.50	\$7,182.00	
TOTAL ADMINISTRACIÓN	3	\$725.00		\$957.00	\$11,484.00	
TOTAL COMPAÑÍA	5	\$1,625.00		\$2,154.00	\$25,848.00	
Incremento de salarios = Inflación :		1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	
TOTAL POR PERIODOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Servicios	\$7,182.00	\$7,289.73	\$7,399.08	\$7,510.06	\$7,622.71	\$37,003.58
Administración	\$7,182.00	\$7,289.73	\$7,399.08	\$7,510.06	\$7,622.71	\$37,003.58
Distribución y Ventas	\$11,484.00	\$11,656.26	\$11,831.10	\$12,008.57	\$12,188.70	\$59,168.63
TOTAL COMPAÑÍA	\$25,848.00	\$26,235.72	\$26,629.26	\$27,028.69	\$27,434.13	\$133,175.80

Figura 8: Gastos en talento humano

Fuente: Jorge Duque

Entre los gastos considerados para la buena marcha de proyectos está el pago al personal, es decir sueldos con sus respectivos beneficios sociales. Se procurará que el talento humano sea provenga de la comunidad; de acuerdo a las necesidades iniciales hemos considerado contratar cuatro personas: Administrador, recepcionista, contador y un guía que se encargará también del mantenimiento de los accesorios y equipos de aventura. Figura 8.

Valor del Préstamo		48,831		
		semestre	anual	
Plazo		8	4	
Intereses		6%	12%	
Tabla de Amortización :				
	factor	cuota fija		
	0.161	7,864		
Nro. Semestres	Principal	Interes	Total US\$	Control (int + com)
P. gracia (0	2,930	2,930	2,930
P. gracia (0	2,930	2,930	2,930
1	4,934	2,930	7,864	2,930
2	5,230	2,634	7,864	2,634
3	5,543	2,320	7,864	2,320
4	5,876	1,987	7,864	1,987
5	6,229	1,635	7,864	1,635
6	6,602	1,261	7,864	1,261
7	6,999	865	7,864	865
8	7,418	445	7,864	445
Suman...	48,831	19,937	68,768	0

Figura 9: Tabla de amortización del crédito
Fuente: Jorge Duque

La inversión estará conformada por capital propio y ajeno, por lo cual requeriremos de un préstamo de \$ 48831,00; al ser un crédito productivo, actualmente existen entidades financieras que apoyan a los emprendimientos a través de tasas de interés competitivas, por lo que estimamos una tasa del 12,00% anual a 4 años plazo con un período de gracia de un año y pagos mensuales de \$ 1432,00 como cuota fija, en la que consta el pago de capital e intereses mensuales

DESCRIPCIÓN:	VALOR US\$	INSTALACION	VALOR TOTAL US \$.	VIDA UTIL AÑOS	VALOR DEPRECIAC. ANUAL	VALOR MANTENIM. 10%
INSTALACIONES	\$83,000.00	\$8,300.00	\$91,300.00		\$18,260.00	\$9,130.00
Terreno e instalaciones	\$83,000.00	\$8,300.00	\$91,300.00	5	\$18,260.00	\$9,130.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$11,391.00	\$0.00	\$11,391.00		\$2,278.20	\$1,139.10
Equipos	\$11,391.00		\$11,391.00	5	\$2,278.20	\$1,139.10
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	\$5,822.00	\$0.00	\$5,822.00		\$1,164.40	\$582.20
Mobiliario, equipos	\$5,822.00		\$5,822.00	5	\$1,164.40	\$582.20
TOTAL INVERSION FIJA	\$100,213.00	\$8,300.00	\$108,513.00		\$21,702.60	\$10,851.30
RESUMEN :						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Inversión	\$108,513.00	\$108,513.00	\$108,513.00	\$108,513.00	\$108,513.00	
Depreciación	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	
Amortizaciones	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	
Mantenimiento	\$10,851.30	\$10,851.30	\$10,851.30	\$10,851.30	\$10,851.30	

Figura 10: Inversión
Fuente: Jorge Duque.

Para la ejecución del proyecto se necesita realizar una inversión inicial fija para cubrir con la adquisición de los bienes muebles e inmuebles, con sus respectivas depreciaciones, amortizaciones y gastos de mantenimiento que se requieren para el óptimo desenvolvimiento del proyecto como se observan en la figura No. 10.

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
SERVICIOS BÁSICOS:							
Luz, agua, teléfono, internet (USD)		\$2,400.00	\$2,520.00	\$2,646.00	\$2,778.30	\$2,917.22	\$13,261.52
OTROS COSTOS VARIABLES:							
	Costo unitario de variable						
ACTIVIDAD DE AVENTURA	\$0.78	\$3,556.80	\$3,931.20	\$4,867.20	\$5,054.40	\$5,428.80	\$22,838.40
		\$3,556.80	\$3,931.20	\$4,867.20	\$5,054.40	\$5,428.80	\$22,838.40
TOTAL OTROS COSTOS VARIABLES		5,956.80	6,451.20	7,513.20	7,832.70	8,346.02	36,099.92

Figura 11: Otros costos variables
Fuente: Jorge Duque.

Seguidamente la figura 11 presenta el resumen de otros costos variables como servicios básicos y un porcentaje para gastos imprevistos necesario para el funcionamiento del ecoparque.

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Inflación :			1.5%	1.5%	1.5%	1.5%	
Mensual							
ADMINISTRACIÓN							
Suministros oficina y útiles de aseo	\$50.00	\$600.00	\$609.00	\$618.14	\$627.41	\$636.82	\$3,091.36
Movilización, transporte fletes	\$100.00	\$1,200.00	\$1,218.00	\$1,236.27	\$1,254.81	\$1,273.64	\$6,182.72
Vigilancia y monitoreo	\$100.00	\$1,200.00	\$1,218.00	\$1,236.27	\$1,254.81	\$1,273.64	\$6,182.72
Otros administración	\$50.00	\$600.00	\$609.00	\$618.14	\$627.41	\$636.82	\$3,091.36
		\$3,600.00	\$3,654.00	\$3,708.81	\$3,764.44	\$3,820.91	\$18,548.16
VENTAS							
Publicidad y propaganda	\$100.00	\$1,200.00	\$1,218.00	\$1,236.27	\$1,254.81	\$1,273.64	\$6,182.72
Movilización y hospedaje	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Alimentación	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Comisiones	\$114.33	\$1,372.00	\$1,392.58	\$1,413.47	\$1,434.67	\$1,456.19	\$7,068.91
		\$2,572.00	\$2,610.58	\$2,649.74	\$2,689.48	\$2,729.83	\$13,251.63
Total gastos Administ. y Vtas.		\$6,172.00	\$6,264.58	\$6,358.55	\$6,453.93	\$6,550.74	\$31,799.79

Figura 12: Gastos administrativos y ventas
Fuente: Jorge Duque.

En la tabla No. 12 se desglosan los rubros correspondientes a gastos de administración y ventas tales como suministros de oficina, útiles de aseo, fletes, vigilancia, publicidad y promoción, y comisiones dando un total de \$6172,00 durante el primer año con incrementos anuales del 1,5%.

Proyeccion en años : 5		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
VENTAS							
Personas mensuales		380	420	520	540	580	
Personas anuales		4,562	5,042	6,242	6,482	6,962	29,290
crecimiento			11%	24%	4%	7%	
TOTAL VENTAS NETAS (US\$)		\$68,600.00	\$77,316.00	\$97,589.52	\$103,361.66	\$113,222.40	\$460,089.58
Crecimiento de ventas			13%	26%	6%	10%	
Precio unitario promedio		\$15.04	\$15.33	\$15.63	\$15.95	\$16.26	\$15.71
COSTOS/GASTOS VARIABLES		\$5,956.80	\$6,451.20	\$7,513.20	\$7,832.70	\$8,346.02	\$36,099.92
Costo unitario promedio		\$1.31	\$1.28	\$1.20	\$1.21	\$1.20	\$1.23
MARGEN DE CONTRIBUCION		\$62,643.20	\$70,864.80	\$90,076.32	\$95,528.96	\$104,876.39	\$423,989.67
Margen unitario promedio		\$13.73	\$14.05	\$14.43	\$14.74	\$15.06	\$14.48
%		91%	92%	92%	92%	93%	92%
COSTOS FIJOS PRODUCCION		\$39,735.90	\$39,843.63	\$39,952.98	\$40,063.96	\$40,176.61	\$199,773.08
Crec. gastos de Producc.			\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	
Depreciación/Amortiz.		\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$108,513.00
Mano de Obra planta		\$7,182.00	\$7,289.73	\$7,399.08	\$7,510.06	\$7,622.71	\$37,003.58
Mantenimiento		\$10,851.30	\$10,851.30	\$10,851.30	\$10,851.30	\$10,851.30	\$54,256.50
UTILIDAD BRUTA		\$22,907.30	\$31,021.17	\$50,123.34	\$55,465.00	\$64,699.78	\$224,216.59
%		33%	40%	51%	54%	57%	49%
GASTOS DE VENTAS Y ADM.		\$24,838.00	\$25,210.57	\$25,588.73	\$25,972.56	\$26,362.15	\$127,972.01
Crecimiento			1%	1%	1%	1%	
UTILIDAD EN OPERACIONES		-\$1,930.70	\$5,810.60	\$24,534.62	\$29,492.44	\$38,337.63	\$96,244.58
%		-3%	8%	25%	29%	34%	21%
GASTOS FINANCIEROS :		\$5,859.70	\$5,563.68	\$4,307.49	\$2,896.03	\$1,310.12	\$19,937.03
Prést. Bancario		\$5,859.70	\$5,563.68	\$4,307.49	\$2,896.03	\$1,310.12	\$19,937.03
UTIL. ANTES IMPT.y P. TRAB.		-\$7,790.40	\$246.92	\$20,227.13	\$26,596.40	\$37,027.51	\$76,307.55
15% PART. TRABAJ.		\$0.00	\$37.04	\$3,034.07	\$3,989.46	\$5,554.13	\$12,614.69
25% IMPTO. A LA RENTA		\$0.00	\$52.47	\$4,298.26	\$5,651.74	\$7,868.35	\$17,870.82
UTIL. NETA		-\$7,790.40	\$157.41	\$12,894.79	\$16,955.21	\$23,605.04	\$45,822.04
UTIL. NETA/ VENTAS		-11%	0%	13%	16%	21%	10%

Figura 13: Estado de resultados proyectado
Fuente: Jorge Duque.

Con todas las proyecciones de ingresos y gastos se ha construido el estado de resultados y como se puede observar el primer año habrá una pérdida de \$7790,40, pero desde el año 2 se obtendrán utilidades bajas de 3 cifras que indica que se ha superado el punto de equilibrio. Desde el tercer año que realmente el proyecto obtiene una rentabilidad progresiva hasta el 5 año. Figura No. 13.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
VENTAS NETAS		\$68,600.00	\$77,316.00	\$97,589.52	\$103,361.66	\$113,222.40	\$460,089.58
UTILID. NETA		-\$7,790.40	\$157.41	\$12,894.79	\$16,955.21	\$23,605.04	\$45,822.04
							\$9,164.41 PROMEDIO
CAJA BANCOS (estim. % de ventas) Días de credito		\$343.00	\$386.58	\$487.95	\$516.81	\$566.11	
OTRAS CTAS POR PAGAR Particip. Trabajadores Impto. a la Renta		\$0.00	\$89.51	\$7,332.33	\$9,641.20	\$13,422.47	
		\$0.00	\$37.04	\$3,034.07	\$3,989.46	\$5,554.13	
		\$0.00	\$52.47	\$4,298.26	\$5,651.74	\$7,868.35	
CAPITAL DE TRABAJO (%) SOBRE VENTAS		\$343.00	\$297.07	-\$6,844.39	-\$9,124.39	-\$12,856.36	
		\$0.01	\$0.00	-\$0.07	-\$0.09	-\$0.11	
INVERSION FIJA :							
5 EDIF. E INSTALAC.	\$91,300.00	\$91,300.00	\$91,300.00	\$91,300.00	\$91,300.00	\$91,300.00	
5 MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$11,391.00	\$11,391.00	\$11,391.00	\$11,391.00	\$11,391.00	\$11,391.00	
5 MOBILIARIO E EQ. COMPUT.	\$5,822.00	\$5,822.00	\$5,822.00	\$5,822.00	\$5,822.00	\$5,822.00	
TOTAL INVERS. FIJA	\$108,513.00	\$108,513.00	\$108,513.00	\$108,513.00	\$108,513.00	\$108,513.00	
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN							
Depreciación anual		-\$21,702.60	-\$21,702.60	-\$21,702.60	-\$21,702.60	-\$21,702.60	-\$108,513.00
Depreciación Acumulada		-\$21,702.60	-\$43,405.20	-\$65,107.80	-\$86,810.40	-\$108,513.00	
INVERSIÓN FIJA NETA	\$108,513.00	\$86,810.40	\$65,107.80	\$43,405.20	\$21,702.60	\$0.00	
							PROMEDIO
TOTAL ACTIVOS NETOS	\$108,513.00	\$87,153.40	\$65,404.87	\$36,560.81	\$12,578.21	-\$12,856.36	\$49,558.99
PROMEDIO ACTIVOS TOTALES NETOS	\$108,513.00	\$97,833.20	\$87,023.76	\$74,408.02	\$62,042.06	\$49,558.99	PROMEDIO
UTIL. NETA/ AVG ACT. NETOS	0%	-8%	0%	17%	27%	48%	18%
VTAS/ ACT. NETOS	0.0	0.7	0.9	1.3	1.7	2.3	

Figura 14: Proyección de la inversión y retorno
Fuente: Jorge Duque.

Una vez puesto en marcha el ecoparque, se proyecta obtener los rubros que pasarán a formar parte de los activos de la empresa. descritos en la tabla No. 14.

4.3.1.6 Flujo de efectivo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
FUENTES DE INGRESOS :							
UTIL. NETA	\$0.00	-\$7,790.40	\$157.41	\$12,894.79	\$16,955.21	\$23,605.04	\$45,822.04
DEP. Y AMORT.	\$0.00	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$21,702.60	\$108,513.00
FLUJO NETO OPERACIONAL	\$0.00	\$13,912.20	\$21,860.01	\$34,597.39	\$38,657.81	\$45,307.64	\$154,335.04
INGRESOS FINANCIEROS :							
Aporte propio	\$48,830.85	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$48,830.85
Financ. Bancos Inicial	\$59,682.15	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$59,682.15
Financ. Bancos Adicional	\$48,830.85	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$48,830.85
Prestamo Adicional	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
OTROS INGRESOS	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
TOTAL INGRESOS :	\$48,830.85	\$13,912.20	\$21,860.01	\$34,597.39	\$38,657.81	\$45,307.64	\$203,165.89
EGRESOS DE FONDOS :	\$108,513.00	\$343.00	\$10,117.43	\$4,278.10	\$10,551.01	\$23,541.31	\$157,343.85
INVERS. FIJAS INIC.	\$108,513.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$108,513.00
NUEVAS COMPRAS A. FIJOS	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
VARIAC. CAP. TRABAJO	\$0.00	\$343.00	-\$45.93	-\$7,141.46	-\$2,280.00	\$9,124.39	\$0.00
EGRESOS FINANCIEROS (No considerado en Result.)	\$0.00	\$0.00	\$10,163.36	\$11,419.55	\$12,831.01	\$14,416.92	\$48,830.85
Prestamo Bancario (capital)	\$0.00	\$0.00	\$10,163.36	\$11,419.55	\$12,831.01	\$14,416.92	\$48,830.85
		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
FLUJO NETO FONDOS :	-\$59,682.15	\$13,569.20	\$11,742.58	\$30,319.30	\$28,106.80	\$21,766.32	\$45,822.04
FLUJO ACUMULADO	-\$59,682.15	-\$46,112.95	-\$34,370.38	-\$4,051.08	\$24,055.72	\$45,822.04	
12% FLUJO NETO (Valor actual)	-\$59,682.15	\$12,115.36	\$9,361.11	\$21,580.68	\$17,862.38	\$12,350.80	\$13,588.17
FLUJO ACUMULADO (Valor actual)	-\$59,682.15	-\$47,566.79	-\$38,205.68	-\$16,625.01	\$1,237.37	\$13,588.17	\$13,588.17
		0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	
		0.00	0.00	3.93	0.00	0.00	

Figura 15: Flujo de efectivo o caja
Fuente: Jorge Duque.

La proyección de ingresos y gastos se ha calculado tomado en cuenta un período de 5 años con una inversión de \$ 108513,00 USD. Que garantiza la totalidad de infraestructura planificada, operatividad óptima, seguridad y satisfacción del cliente. Se ha considerado que el incremento anual de ingresos y gastos siendo conservadores será del 11%, 24%, 4% y 7% anual respectivamente. El incremento de flujos proyectados para empresas del sector turístico de acuerdo con los datos del Ministerio de Turismo menciona el 11 %. Para el año 5 se proyecta obtener un flujo acumulado de \$45822,04 de acuerdo al análisis realizado.

En la figura 18 se detalla el flujo de efectivo resultante de las ventas y gastos.

4.3.1.7 Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

COSTO DEL CAPITAL :						
PRESTAMO/PATRIMONIO						0.82
PRESTAMO/(PRESTAMO + PATRIMONIO)						0.45
COSTO DEL PRESTAMO (A.T.)						12%
COSTO DEL PATRIMONIO (Aporte propio)						18%
% DE PRESTAMO						45%
% DE APORTE PROPIO (Patrimonio)						55%
PROM. UTIL. / ACT. NETOS						17%
TASA INTERNA DE RETORNO						19.8%
PERIODO PROMEDIO DE PAGO						3.9 años
VALOR PRESENTE (NPV)						\$13,588.17 12% Tasa de Dsto.
PUNTO DE EQUILIBRIO:						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Prom.
EN UNIDADES	5,129	5,024	4,840	4,677	4,504	4,804
EN US\$	77,131	77,047	75,675	74,585	73,248	75,457
COMO % DE VENTAS	112%	100%	78%	72%	65%	82%
T.V.R.						15.9%
T. Reinv.						10%
C. B. C.						
Costo Oport. INGRESOS A VALOR ACTUAL						153,581
12% EGRESOS A VALOR ACTUAL						139,993
						1.10
						\$13,588.17

Figura 16: VAN (Valor presente neto) y TIR
Fuente: Jorge Duque.

Para calcular este valor conocido como VAN es necesario obtener el resultado del costo del capital del producto de acuerdo a la tasa de interés del crédito por el capital propio. de una inversión de \$108513,00 donde el 55 % corresponde a capital propio, es decir \$59,682.15

El 45% es capital proveniente de la entidad financiera que corresponde un crédito de \$48831,00 a un interés del 12,00%. En este caso resultado del VAN o NPV es positivo y es conveniente invertir en el proyecto.

El TIR o tasa interna de retorno calculado es el 19.8% siendo conveniente la inversión ya que el mercado financiero ofrece el 12 % de rendimiento.

4.3.1.8 Punto de equilibrio

INDICADORES	Alternativa actual
	2 0
VARIABLES QUE SE MODIFICAN:	
INFLACION ANUAL :	1.5%
TASA DE INTERES (activa)	12.0%
VOLUMEN	0.0%
PRECIOS	2.0%
RESULTADOS:	
TASA INTERNA DE RETORNO	19.8%
PERIODO PROM. PAGO (Años)	3.93
VALOR PRESENTE (\$)	13,588
PUNTO DE EQUILIBRIO PROM. (\$)	75,457
COMO % DE VENTAS	82%
C.B.C.	1.10
FINANCIAMIENTO EXTERNO	45.0%

Figura 17: Punto de equilibrio
Fuente: Jorge Duque.

Análisis financiero

Este estudio económico se lo realizó estructurando un estado situación inicial con información del aporte inicial de socios correspondiente a la adquisición del predio y adecuación vial por un valor de 68121,00 USD con el objetivo de crear un registro contable. El parque se ha proyectado para 5 años considerando variables financieras como inflación anual de 1.5%, tasa de interés de 12%, incremento anual de precios 2%, porcentaje de aporte propio 55% por tanto se estima un crédito de 45% sin dejar a un lado lo que concierne a tributación por participación de trabajadores 15% e impuesto a la renta en un 25%. La inversión que asciende a 108513.00 USD misma que garantiza la totalidad de infraestructura planificada, operatividad óptima, seguridad y satisfacción del cliente más los ítems anteriormente descritos son fundamentales para continuar con el cálculo económico.

Posteriormente y a partir del estudio de mercado se estimó la capacidad instalada considerando que el tiempo de utilización de las actividades del parque de aventura por parte de los clientes es de 15 minutos por persona y estableciendo como días de apertura desde jueves a domingo durante el primer año y desde miércoles a partir del tercer año dada la proyección de la demanda. Se estima el valor de ingreso en 15,00USD por persona tomando en cuenta la tabulación de resultados obtenida que dio 10,00 USD sin embargo con ese valor la factibilidad del proyecto no sería positiva. La ausencia de competencia y otras variables permiten que ese rubro sea dinámico y la capacidad de imponer el mercado, por tal razón se fijó con ese valor que está bajo la media del resto de posibilidades registrada en el estudio, siendo accesible para el segmento de mercado escogido.

Realizados los cálculos correspondientes se obtuvo una tasa interna de retorno de 19.8% la cual es superior a la tasa pasiva de los bancos que máximo es de 10%. Por tanto, el proyecto genera un retorno mayor al que se puede obtener en el sistema financiero. Además, al tener un valor actual neto positivo (Figura 19), se confirma la factibilidad y viabilidad económica del proyecto, incluyendo que se recupera la inversión en un tiempo menor que el tiempo de duración del proyecto como lo demuestra el punto de equilibrio obtenido en un plazo de 2,9 años.

El punto de equilibrio se consolida al final del segundo año, a partir de ese momento el proyecto empieza a generar rentabilidad de acuerdo a lo proyectado mientras no aparezcan eventos externos negativos.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ENCAMINADOS A ACTIVIDADES DE AVENTURA EN LA COMUNIDAD YURACRUCITO, PROVINCIA DE IMBABURA.

5.1 Información general

- **Título:** Diseño del Eco Parque de Aventuras Orgánico “Rossenplatz”
- **Beneficiarios directos:** Propietarios del predio, inversionistas y el creador de la propuesta.
- **Beneficiarios indirectos:** Habitantes de la comunidad Yuracucito, el cantón Ibarra.
- **Ubicación:** Comunidad Yuracucito, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.
- **Equipo técnico responsable:** Jorge Duque (Técnico en diseño de parques de aventura y especialista en diversas ramas de aventura), Santiago Duque (Técnico de parques de aventura y especialista en diversas ramas de aventura), David coronel (Especialista en arborismo), Betty Bambilla (Agrónoma-Paisajista), Ecuatrips Tour Operator (Operadora de turismo), Miguel Jiménez (Arquitecto), obreros y jornaleros.

5.2 OBJETIVOS

5.2.1 Objetivo general

- Diseñar un parque de aventuras orgánico en la comunidad de Yuracucito

5.2.2 Objetivos específicos

- Determinar el predio adecuado para la construcción del ecoparque en la comunidad Yuracucito.
- Definir las actividades de aventura, circuitos y pasarelas aéreas a implementarse de acuerdo a la geografía y recursos naturales existentes.
- Diseñar las facilidades necesarias para la atención al cliente y visitante.
- Escoger los materiales y equipos necesarios para el proyecto.

5.3 Justificación de la propuesta

Ante la escasa oferta de productos turísticos de aventura en el cantón Ibarra es menester satisfacer las nuevas exigencias de los turistas a través de la creación y diversificación de la oferta. Finalizados los correspondientes análisis e interpretación de resultados y habiendo concluido la viabilidad de este proyecto se define el producto turístico de aventura que diversificará la oferta en la comunidad de Yuracucito. Se define como propuesta la creación de un ecoparque de aventuras orgánico es decir un circuito de pasarelas aéreas utilizando únicamente los recursos naturales como son árboles.

Posterior a la investigación realizada, entre las principales conclusiones se ha observado que la única actividad de aventura dirigida a turistas en la comunidad es el parapentismo y prácticamente la población no recibe ningún beneficio directo o indirecto de ello. Cabe mencionar que esta actividad no recibe controles del Ministerio de Turismo y debido a esto se desarrolla prácticamente de una manera ilegal. Es por esta razón que se ha considerado proponer esta alternativa de desarrollo turístico en Yuracucito a través de la cual sí se beneficiarán laboral y económicamente sus pobladores, así como sus creadores e inversionistas. El ecoparque de aventura orgánico deberá cuidar el medio ambiente sin ningún tipo de contaminación visual o química y utilizar únicamente árboles no endémicos. Es fundamental involucrar a todos los actores turísticos interesados y a su vez crear alianzas con el sector público y privado, trabajando para el beneficio del desarrollo turístico de la provincia y el país.

5.4 Descripción de la Propuesta

Un eco parque de aventuras orgánico se caracteriza por la construcción de diversas pasarelas aéreas de cuerdas y madera entre árboles en los cuales se coloca plataformas de madera como puntos de partida y llegada a diferentes alturas desde el suelo, a su vez están conectadas por un cable de acero galvanizado que actúa como línea de vida cuando el turista se conecta a través de equipos especiales (EPI) como arneses de escalada, poleas especiales, cintas, mosquetones, etc.

No se incluyen en el diseño estructuras metálicas importantes que contaminen visualmente el entorno ya que hacerlo deja a un lado el concepto de “orgánico”. Es importante mencionar que durante esta investigación se determinó que la topografía de Yuracucito ofrece el sitio ideal para este proyecto, además cuenta con un bosque de eucaliptos utilizables ya que son árboles cultivados no endémicos localizados en área rural. Para facilitar el desarrollo de la propuesta se toma como referencia el orden de los objetivos específicos.

5.5 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.5.1 Determinar el predio adecuado para la construcción del ecoparque en la comunidad Yuracucito

Realizada la visita de campo y observación se identifica que el predio adecuado tiene una extensión de 3.1 hectáreas, está junto a una pista de despegue de parapentes situación que favorece al proyecto y es propiedad de Sarah Lechler. De acuerdo a los datos catastrales obtenidos del GAD Municipal de Ibarra esta propiedad está valorada en 62.000,00 USD. Se accede desde el Mirador Arcángel por un camino de segundo orden hasta la escuela de Yuracucito donde un camino de tercer orden conduce hasta este terreno. Adicionalmente cuenta con surtidor de agua entubada administrada por la junta de aguas El Olivo y a 200m. existe red eléctrica. También se comprueba que hay señal de telefonía móvil Claro, Movistar y Twenty. Caminando unos metros hacia abajo se encuentra un pequeño bosque de eucaliptos de hasta 30m, de altura adecuados para nodos de un parque de aventuras. Luego de tomar contacto telefónico con la propietaria ella manifiesta su interés de en un momento dado formar parte de un emprendimiento como éste. Se obtiene una mejor observación con la ayuda de un parapente sobrevolando el área. Detalle en figura 18.



Figura 18: Vista aérea del predio
Fuente: Jorge Duque - Flyecuador



Figura 19: Delimitación del predio
Fuente: Jorge Duque - Flyecuador

5.5.2 Definir las actividades de aventura, circuitos y pasarelas aéreas a implementarse de acuerdo a la geografía y recursos naturales existentes.

Dadas las características, recursos orgánicos del terreno y con el asesoramiento de los especialistas en aventura, se establece que el área es muy adecuada para la construcción del parque de aventuras en el cual se pueden implementar las siguientes actividades para el parque de aventuras: Camping, salto pendular, puente tibetano, pasarela en red, puente de tablancillos, slack line o cinta de equilibrio, pasarela de troncos, puente colgante, paso de gallina, tirolina, pasarela de troncos largos, pase de araña, arborismo, parapente, cabalgatas y senderismo.

Con la finalidad de que esta propuesta sea viable, inicialmente en el ecoparque se consideran únicamente 7 plataformas para el mismo número de pasarelas que pueden ser escogidas de las que en las siguientes figuras se detallan.

Para su construcción se utilizan los accesorios importados y certificados CE mismo que se observan en la figura 35. Cabe recalcar la versatilidad de este tipo de proyecto y su simple estructura con plataformas ubicadas en árboles en las cuales se puede cambiar la actividad permanentemente con el intercambio de los accesorios universales utilizados para el efecto, tanto en las líneas de vida o cables de acero con sistema de avance continuo como de las pasarelas aéreas en sí. En este mismo sentido se puede variar los diferentes grados de dificultad dependiendo del segmento de consumidores a quienes se enfoque este producto.

Al ser un proyecto turístico multidisciplinario se requiere contratar y/o capacitar al personal que laborará en las diferentes actividades que componen este proyecto consideradas en el estudio de factibilidad económico.

- **Camping**

Modalidad de aventura que consiste en establecer un área de campamento y descanso al aire libre utilizando carpas individuales o colectivas. Se requieren facilidades higiénicas básicas o un manejo de desechos que retornen con el campista. El predio ofrece un espacio amplio y adecuado con una vista espectacular desde este sector.



Figura 20: Descripción visual de un área de camping
Fuente: Jorge Duque - Flyecuador



Figura 21: Área de camping en el terreno seleccionado en Yuracucito
Fuente: Jorge Duque

- **Salto pendular (Swing Jump)**



Figura 22: Descripción visual del salto pendular o swing jump
Fuente: Forest Fun Park Zermatt

- **Puente tibetano**



Figura 23: Descripción gráfica de un puente tibetano
Fuente: Jacques Christinet -Forest Fun Park Zermatt



Figura 24: Puente tibetano
Fuente: Jorge Duque - Hillary Resort

- Paso de tablonos suspendidos



Figura 25: Pasarela de tablonos suspendidos
Fuente: Jorge Duque - Hillary Resort

- **Pasarela en cuerda triangular**



Figura 26: Pasarela en cuerda triangular
Fuente: Jorge Duque - Hillary Resort

- **Puente colgante**



Figura 27: Puente colgante en construcción
Fuente: Jorge Duque - Hillary Resort

- Paso de gallina



Figura 28: Paso de gallina
Fuente: Jorge Duque - Hillary Resort

- Tirolina o canopy



Figura 29: Tirolina entre árboles
Fuente: Forest Fun Park Zermatt

- Plataformas de descanso



Figura 30: Pasarelas entre árboles
Fuente: Forest Fun Park Zermatt

- Pasos de redes



Figura 31: Pasarela en red vertical
Fuente: Jorge Duque - Hillary Resort

- **Arborismo**



Figura 32: Ascenso y rapel en árboles en Yuracucito
Fuente: Jorge Duque - Ecuatrips

- **Parapente**



Figura 33: Pilotos de parapente preparando equipos para volar
Fuente: Jorge Duque - Flyecuador



Figura 34: Vuelo en parapente desde Yuracucito
Fuente: Jorge Duque - Flyecuador

- **Cabalgata**



Figura 35: Paseo a caballo sector Añaspamba
Fuente: Gabriel Males

- **Senderos de trekking**



Figura 36: Senderos para trekking
Fuente: Jorge Duque – Ecuatrips

5.5.3 Diseñar las facilidades necesarias para la atención al cliente y visitante

Un proyecto de este tipo no puede empezar sin las facilidades básicas ni infraestructura administrativa en el lugar.

Por esta razón es menester antes de la operación, construir las baterías sanitarias y duchas correspondientes en las cuales personas discapacitadas, mujeres y hombres puedan acceder en un ambiente confortable, amplio e higiénico.

La recepción, equipamiento, alimentación rápida y descanso temporal de los visitantes requieren la construcción de una cabaña estilo fachwerkhause alemana rústica que armonice con el ambiente campestre.

El entorno no cuenta con alcantarillado sanitario siendo indispensable la implantación de un pozo séptico con estándares elevados de construcción a fin de mantener la higiene del lugar y el cuidado ambiental.

Presupuesto estimado cabaña de atención al cliente 2 plantas:

Tabla 13: Presupuesto facilidades Ecoparque

Concepto	Unidades	Área	Costo referencial	Subtotal
Cabaña Alemana	1 planta	32,75 m ²	250	
	2 plantas	65,50 m ²	250	16375,00
Baterías sanitarias	1 planta	18,48 m ²	250	4620,00
Pozo séptico	1	9m ²	250	2250,00
TOTAL				23245,00

Nota. Fuente: Encuesta de grado de aceptación Google Forms. Elaborado: Jorge Duque

5.5.3.1 Planos arquitectónicos

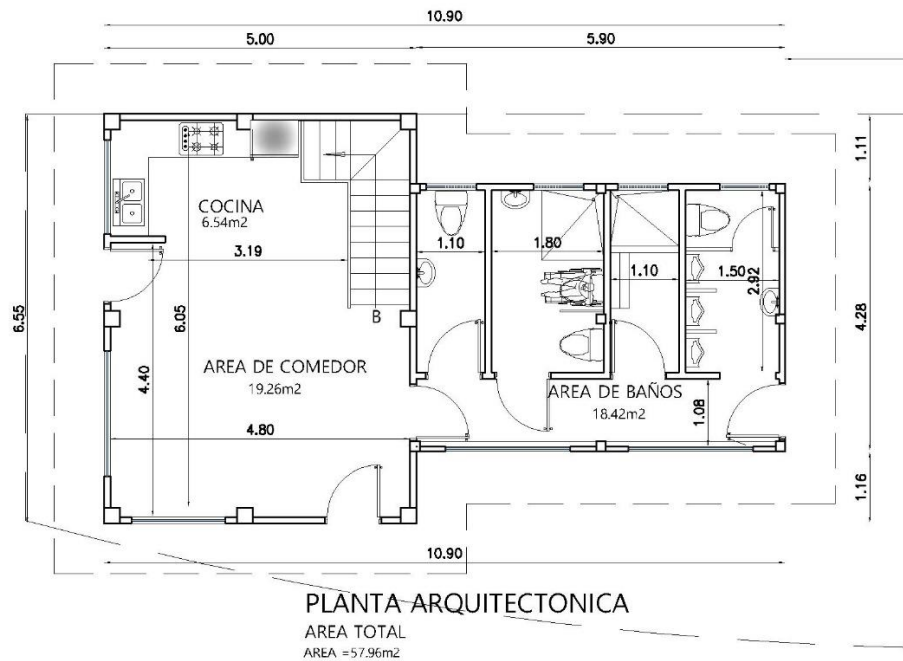


Figura 37: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias

Fuente: Arq. Miguel Jiménez



Figura 38: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias, fachada.
Fuente: Arq. Miguel Jiménez

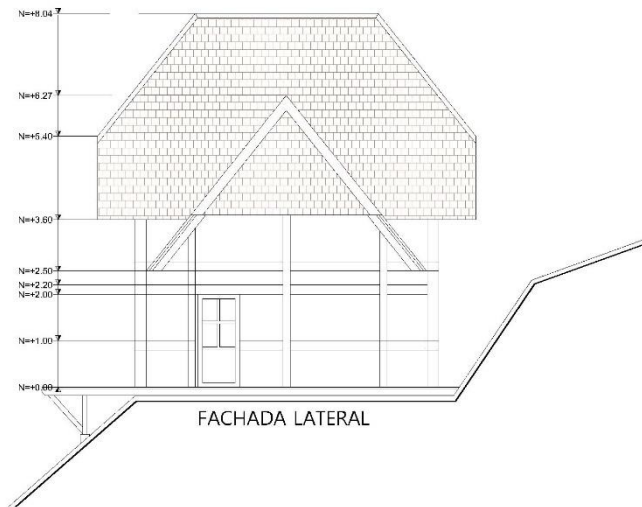


Figura 39: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias, fachada lateral
Fuente: Arq. Miguel Jiménez

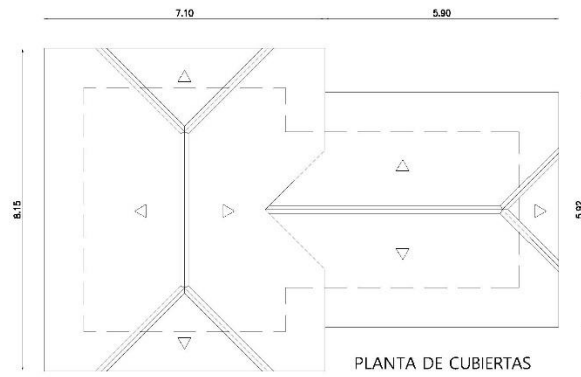


Figura 40: Plano arquitectónico cabaña y baterías sanitarias, cubiertas.
Fuente: Arq. Miguel Jiménez

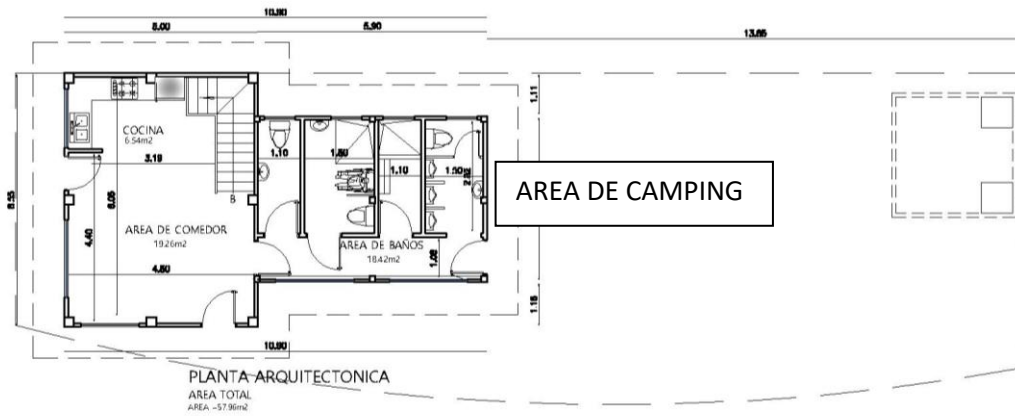


Figura 41: Plano arquitectónico implantación camping
Fuente: Arq. Miguel Jiménez

5.5.4 Algoritmo del producto turístico de aventura

1. Estudio del lugar, definición del lugar, cotización y adquisición del predio requerido.

Conocida la ubicación del proyecto, el director conjuntamente con el(los) inversionistas realizan la correspondiente visita de campo a fin de definir el lugar en la comunidad de Yuracucito el cual debe tener todas las características geográficas, técnicas y paisajísticas necesarias para el proyecto.

Realizada la investigación de campo se determinó que el terreno requerido se encuentra en la parte sur de la comunidad Yuracucito junto a la pista de despegue de parapentes de propiedad del Sr. Jorge Duque, el predio necesario actualmente es de propiedad del Sr. César Acosta. Definido el lugar se debe proceder a proponer la compra del mismo y se establece el valor correspondiente siendo así la primera inversión que exige el proyecto.

2. Realizar el levantamiento topográfico e inventario de recursos detallado del área en cuestión.

Es imperativo realizar el levantamiento topográfico del terreno a fin de recopilar la información técnica que será utilizada por el arquitecto al realizar la organización de espacios, diseño arquitectónico, medios naturales o árboles a ser utilizados, etc.

Hecho esto los técnicos especialistas de aventura deben realizar un inventario de árboles de eucalipto que serán utilizados con el menor impacto ambiental salvaguardando el entorno.

3. Empezar los trabajos con maquinaria pesada para crear el acceso vial y terrazas correspondientes a parqueadero, facilidades, pozo séptico y área de camping.

Una de las carencias en la provincia son los camping o lugares adecuados de acampada tanto para visitantes, turistas, como para vehículos campers o motorhomes. Dentro de este proyecto se propone crear uno con todas las facilidades para el campista como son baterías sanitarias comunales, duchas colectivas con agua calentada con energía solar, área de cocina

común, techo de acogida campista para casos de lluvias, conexión de electricidad, agua entubada y desfogue de aguas negras de los automotores.

Se iniciará con los trabajos de maquinaria pesada para la creación de vías de acceso y adecuación de una terraza de camping en la pendiente natural, así como el socavamiento de la fosa séptica considerando que al estar en una zona rural se carece de alcantarillado siendo necesaria la construcción de un adecuado pozo séptico.

Con estos requerimientos iniciales se puede proceder a la construcción de las baterías sanitarias y cabaña rústica para acogida de clientes campistas en caso de lluvia.

4. Financiamiento requerido a través de un crédito y/o apertura a inversionistas.

Con los resultados positivos de factibilidad económica se debe acudir a las entidades financieras para solicitar el crédito correspondiente o a inversionistas que les pueda interesar ser parte de este emprendimiento.

5. Contratación de staff técnico para implantación del parque.

Ya definidas las alternativas de pasarelas, se requiere contratar los técnicos especializados en construcción de parques de aventuras y adquirir los materiales para su ejecución. El proyecto pretende crear un ecoparque acorde a los estándares europeos para lo cual es necesario una visita a ese continente específicamente Francia, Alemania y Suiza a fin de investigar la actualidad y tendencias de las actividades de parques y ecoparques con actividades de aventura y cursos de cuerdas.

6. Investigación de proveedores de materiales, herramientas y accesorios para parques de aventuras.

Es muy importante realizar una visita a la empresa fabricante de accesorios para la construcción de ecoparques en Suiza a fin de recibir información, una inducción y capacitación en este tipo de materiales para su posterior aplicación en Ecuador. Adicionalmente conocer la actualidad y tendencias de las actividades de parques y ecoparques con actividades de aventura y cursos de cuerdas.

7. Importación y nacionalización de materiales, herramientas y accesorios para parques de aventuras.

Este proceso se debe realizar con un agente afianzado de aduanas o importador con experiencia a fin de que la mercadería solicitada ingrese, se nacionalice y tribute como corresponde dentro del marco legal de aduana.

8. Construcción de cabaña, baterías sanitarias, pozo séptico.

El diseño previsto de esta área sigue una línea europea para lo cual se prevé una observación en territorio en la ciudad de Nuremberg-Alemania con el fin de adquirir una visión real de la arquitectura en territorio , recopilar la memoria fotográfica más representativa para el proyecto y de esta forma trabajar con el técnico de arquitectura los diversos modelos y definir el adecuado para la construcción de baterías sanitarias , bodega de equipos de aventura, área de alimentación rápida y conexiones técnicas de alimentación de agua-electricidad y desfogue de aguas grises y negras de los vehículos campers.

9. Construcción de plataformas y pasarelas del parque de aventuras.

Su diseño, construcción y equipamiento debe estar al mismo nivel de los estándares. Los suministros, componentes, accesorios también deben ser los requeridos para este nivel de para lo cual igualmente se debe investigar ese mercado de proveedores durante esta investigación y hacer los contactos necesarios a fin de asesorarse correctamente para un óptimo desarrollo del proyecto.

Materiales requeridos: Equipos profesionales de escalada, cuerdas, motosierra, machetes, cable de acero, tecla de tracción, herramientas, grilletes, tabloncillos de pino tratados, plataformas redondas de madera.

10. Organización, capacitación, alianzas estratégicas y operación de actividades del proyecto.

Al ser un proyecto turístico multidisciplinario se deberá contratar y/o capacitar al personal que laborará en las diferentes actividades que componen este proyecto como son parapente, arborismo, trekking, paseos a caballo, turismo comunitario, cuidado de aves de presa, cocina, mantenimiento, seguridad, atención al cliente, trail running, down hill.

5.5.4.1 Flujogramas del diseño



Figura 42: Estructura ecoparque
Fuente: Jorge Duque – Flyecuador

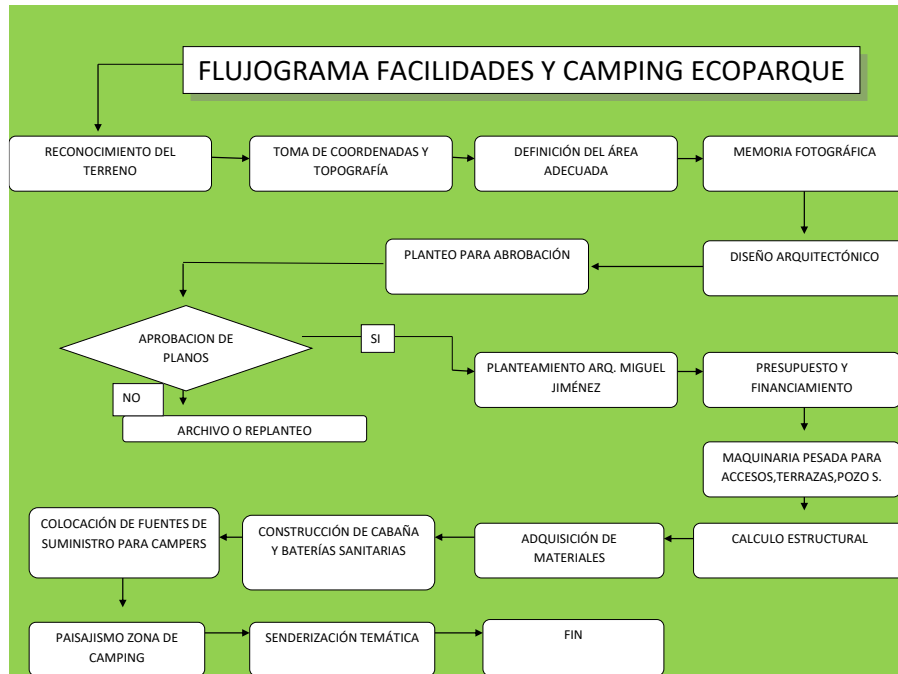


Figura 43: Flujograma facilidades y camping
Fuente: Jorge Duque – Ecuatrips

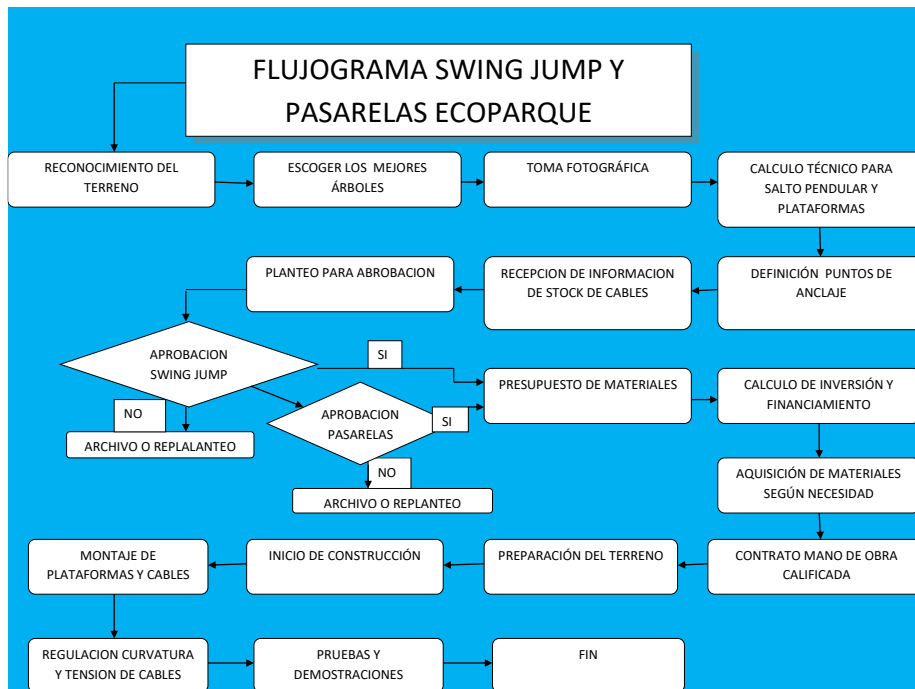


Figura 44: Flujograma Swing Jump y pasarelas
Fuente: Jorge Duque – Ecuatrips

5.5.5 Accesorios requeridos para el parque de aventuras













 <p>FLR-1 Polyester Combination Rope 6x7+FC</p> <p>Specifications: Diameter: 16mm 6 Strand 6*7 Steel wire core covered with Polyester fiber Weight: 0.27kg/m Breaking Load: 32KN</p>	 <p>FLA-02 Aluminium Cross Connector</p> <p>Size: 16mm Weight: 34g Material: Aluminium Usage: Fasten crossed rope</p>	 <p>FLA-08 Cross Hook</p> <p>Size: 16mm Weight: 32g Material: Stainless steel Usage: Fasten crossed rope</p>
 <p>FLA-25 Side Buckle</p> <p>Size: 16mm Weight: 140g Material: Aluminium/ Stainless steel Usage: To connect two ropes</p>	 <p>FLA-59 Climbing Step</p> <p>Size: 16mm Weight: 50g Material: PA6 Usage: Fixed with ropes and for climbing</p>	 <p>FLA-74 Rope Handle</p> <p>Size: 300mm*160mm*130mm Weight: 600g Color: Black, Blue, Red, Green, Yellow, Beige, etc</p>
 <p>CG-100S (100 Ton)</p> <p>Crimping Force: 100T Crimping Range: 14-76mm Crimping Type: Hexagon crimping Stroke: 24mm Height: approx. 370mm Weight: approx. N.W32kg .G.W40kg Package: wooden case Packing Size: 40cmx27cmx22cm</p>		
		

Figura 45: Accesorios para parques de aventuras

Fuente: Jorge Duque

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las actividades turísticas de aventura que se desarrollan en la provincia de Imbabura son el parapentismo, down hill, ciclismo de montaña, trekking, canyoning, cabalgatas y canopy. En la comunidad de Yuracucito la única actividad que se oferta a turistas es el vuelo tándem o también conocido como vuelo biplaza en parapente desde el año 1995. El ciclismo de montaña, down hill en bicicleta, motociclismo y trail running se las realiza como prácticas deportivas mas no turísticas.

El estudio de mercado realizado determinó que un 81,5 % de los encuestados aceptaría sin dudar este nuevo producto mientras un 15,3% lo considera como una posibilidad. Así se concluye que el grado de aceptación es positivo en caso de implantarse este proyecto. El perfil del cliente potencial son jóvenes entre 18 a 25 años con un 33,7% y por adultos de 35 a 50 años. Los interesados en vivir estas nuevas experiencias están dispuestos a gastar hasta 10 USD por la misma mientras para la actividad de salto pendular un 65.6% pagaría entre 10-15 USD por la actividad.

Esta investigación de mercado realizada estima que el proyecto es técnicamente viable ya que el lugar dispone del predio adecuado para este fin, así como la disponibilidad en el país de técnicos especialistas en parques de aventura, accesorios y equipos necesarios son de fácil adquisición a través de su importación a proveedores de países extranjeros. Los resultados del estudio económico arrojaron favorables indicadores en TIR y VAN pudiendo ser atractivos a la banca e inversión privada interesada. El estudio cualitativo y cuantitativo aplicado es factible para su implementación.

Esta investigación ha generado un nuevo producto turístico multidisciplinario en la comunidad de Yuracucito denominado Ecoparque de Aventuras Orgánico con la finalidad de dinamizar y motivar el turismo de aventura, recreación y esparcimiento colectivo aprovechando los recursos naturales del sector y dinamizando su economía.

Recomendaciones

Aplicar de la normativa vigente que respecta al turismo de aventura para operar dentro del marco legal y asegurar calidad, seguridad y profesionalismo en las operaciones turísticas que conlleva un proyecto de este nivel.

Por el buen grado de aceptación que tiene el turismo en la provincia, se recomienda realizar alianzas estratégicas con operadoras de turismo, restaurantes, prestadores de servicios del lugar, lo cual contribuirá a su promoción, comercialización directa e indirecta y así conseguir un creciente flujo de visitantes y al posicionamiento del ecoparque en el tiempo. Asimismo, articular acciones con el Ministerio de Turismo y los GADs regionales a fin de integrar este nuevo producto en su oferta turística periódica.

Integrar a la población de la comunidad de Yuracucito como mano de obra directa del parque y como prestadores de los servicios que se requieran, en el mismo sentido invitar en los procesos de selección de personal a profesionales en la rama del turismo.

Se sugiere promocionar esta propuesta de manera personal para que como un proyecto factible y viable motive a la inversión privada para su implantación.

Referencias

- Actividad Turística. (2019). *Polo del conocimiento*. Retrieved from Polo del conocimiento: https://www.bing.com/search?q=actividad+tur%20adstica%2c+2019+turismo+de+aventura&q=NW_XFC&pq=actividad+tur%20adstica%2c+2019+turismo+de+aventur&sc=1-44&cvid=91A7A109FDD247989D31ED0AE11721F9&FORM=QBRE&sp=1&ghc=1&lq=0
- Alderete. (2016). *Centro Universitario Casandoo*. Retrieved from Centro Universitario Casandoo.: http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0024_estudios_de_mercado_opinion_empresarios.pdf
- Beltran Galindo. (2008). *Turismo y sociedad*. Retrieved from Turismo y sociedad: <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261179008.pdf>
- Constantino Tancara. (2019, Julio 29). *INVESTIGADORES TIC 'Investigación Documental'*. Retrieved from La investigación Documental: <https://yoprofesor.org/2019/07/29/investigacion-documental-por-lic-constantino-tancara-q-en-pdf/#:~:text=Documental%20por%20Lic.-,Constantino%20Tancara,en%20PDF&text=De%20acuerdo%20a%20varios%20autores,la%20informaci%C3%B3n%20pertinente%20en%20documentos>
- Angulo López Eleazar. (2023). *Política Fiscal y Estrategia*. Retrieved from Técnicas de recolección de datos: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html
- González Cristhian. (2015, May 20). *Turismo de Aventura*. Retrieved from https://issuu.com/ccamilogonzalez/docs/turismo_de_aventura
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). *INEC*. Retrieved from Instituto Nacional de Estadística y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Thompson Ivan. (2019). *Estudio de Mercado*. Retrieved from Prenegocios: <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Sánchez Javier. (2020, Junio 25). *Economipedia*. Retrieved from Estudio de mercado: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

- Ley de Turismo. (2020). *Ley de Turismo*. registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002. Retrieved from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/2020-Ley-de-Turismo.pdf>
- Naranjo M. y Martinez M. (2022, Agosto). *La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis*. Retrieved from *La oferta turística: precisiones teóricas para su análisis*: <https://encuentros.unermb.web.ve/index.php/encuentros/article/view/335>
- Castellanos M. y Orgaz F. (2013). *POTENCIALIDADES ECOTURÍSTICAS*. Retrieved from *Turismo y Desarrollo Local*: https://econpapers.repec.org/article/ervturdes/y_3a2013_3ai_3a14_3a24.htm
- Socatelli Mario. (2013). *Intermark*. Retrieved from *Desarrollo y Mercado Turístico*: <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Ministerio de Turismo MINTUR. (2014). *Reglamento de operacion turistica de aventutra*. Registro Oficial Edición Especial 573 de 14-may.-2020. Retrieved from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/Reglamento-de-Operacio%CC%81n-Turi%CC%81stica-de-Aventura-2020.pdf>
- Moreno y Morillo. (2011). *Turismo y producto turístico*. Retrieved from *Turismo y producto turístico*: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2019). *OMT*. Retrieved from *OMT*: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Kotler Philip. (2020, Agosto 31). *Segmentación de Mercado* . Retrieved from *Blog de Zendesk*: <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/>
- Turismo y sociedad. (2008). *Turismo de Aventura*. Retrieved from *Turismo de Aventura*: <https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261179008.pdf>
- Hunziker W.y Krapf K. (s.f.). *EL TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES* . Retrieved from *EL TURISMO. CONCEPTOS Y DEFINICIONES* : <http://www.interviajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>
- Luna Y. (2020). *Estudio de factibilidad*. Retrieved from *Estudio de factibilidad*: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/11034/8/02%20TUR%20184%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

Santos T. (2008, noviembre). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN*. Retrieved from eumed.net: <https://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

ANEXOS

Anexo A Formato de Encuesta

ENCUESTA DE ACEPTACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CANTÓN IBARRA PARA PÚBLICO EN GENERAL

OBJETIVO

Determinar el grado de información que tiene la población en cuanto a servicios y actividades turísticas, su preferencia, frecuencia, capacidad de gasto y segmento de mercado del proyecto en la provincia de Imbabura.

INSTRUCCIONES

Buenos días, estamos realizando esta encuesta para evaluar la factibilidad de crear nuevos productos turísticos en Ibarra y contribuir con el desarrollo turístico del cantón y la provincia de Imbabura. Le agradecemos brindarnos unos minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas.

Por favor llene los datos informativos y señale las respuestas de acuerdo a su criterio a las preguntas planteadas. No es necesario escribir su nombre.

¡¡Muchas gracias por su colaboración!!

VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS

GÉNERO: <input type="radio"/> Masculino <input type="radio"/> Femenino <input checked="" type="radio"/> GLBTI	ESTADO CIVIL: <input type="radio"/> Soltero(a) <input type="radio"/> Casado(a) <input type="radio"/> Unión libre <input type="radio"/> Divorciado(a)	
EDAD (Años): <input type="checkbox"/> Entre 8-12 <input type="checkbox"/> Entre 13-17 <input type="radio"/> Entre 18-25 <input type="radio"/> Entre 26-34 <input type="radio"/> Entre 35-50 <input type="radio"/> Más de 50		
NIVEL DE INSTRUCCIÓN: <input type="radio"/> Primaria <input type="radio"/> Secundaria <input type="radio"/> Militar-Policial <input type="radio"/> Técnico <input type="radio"/> Superior		
OCUPACIÓN: <input type="radio"/> Estudiante <input type="radio"/> Empleado privado <input type="radio"/> Empleado Público <input type="radio"/> Independiente <input type="radio"/> Quehaceres domésticos <input type="radio"/> Desempleado <input type="radio"/> Empresario <input type="radio"/> Militar-Policía <input type="radio"/> Religioso		
	INGRESO MENSUAL (USD)	CIUDAD O LUGAR DE RESIDENCIA

<p>Haga clic o pulse aquí para escribir el número de cargas familiares si las hubiera</p>	<p><input type="radio"/> NINGUNO, mis padres me financian.</p> <p><input type="radio"/> Menos de 200</p> <p><input type="radio"/> Entre 200 y 420</p> <p><input type="radio"/> Entre 420 y 800</p> <p><input type="radio"/> Entre 800 y 1500</p> <p><input type="radio"/> Mas de 1500</p>	<p>Haga clic o pulse aquí para escribir texto.</p>
---	---	--

VARIABLES PERFIL DEL CONSUMIDOR

Quando sale de paseo o turismo. ¿Cuáles son los lugares de su preferencia a nivel nacional?

<input type="checkbox"/> Montañas	<input type="checkbox"/> Playa	<input type="checkbox"/> Campo	<input type="checkbox"/> Amazonía	<input type="checkbox"/> Galápagos
<input type="checkbox"/> Turismo local				

Durante sus viajes, ¿Qué tipo de turismo ha realizado, le gusta o le gustaría hacer?

<input checked="" type="checkbox"/> Turismo de aventura	<input type="checkbox"/> Turismo religioso y cultural	<input type="checkbox"/> Turismo rural y/o comunitario
<input type="checkbox"/> Balnearios	<input type="checkbox"/> Turismo ecológico	<input type="checkbox"/> Turismo de salud
<input type="checkbox"/> Tours organizados por agencias	<input checked="" type="checkbox"/> Viajo por mi propia cuenta	<input type="checkbox"/> Turismo gastronómico
<input type="checkbox"/> Turismo al exterior		

Si ha realizado turismo de aventura, ¿Qué tipo de actividades ha practicado?

<input checked="" type="checkbox"/> Ecoparques de aventura	<input type="checkbox"/> Cabalgata	<input type="checkbox"/> Canyoning	<input type="checkbox"/> Cicloturismo	<input type="checkbox"/> Escalada
<input type="checkbox"/> Rafting				
<input type="checkbox"/> Exploración de cuevas	<input type="checkbox"/> Alta montaña	<input type="checkbox"/> Trekking	<input type="checkbox"/> Salto del puente	
<input type="checkbox"/> Bungee jumping				
<input type="checkbox"/> Swing jump	<input type="checkbox"/> Canopy	<input type="checkbox"/> Boya, banana	<input type="checkbox"/> Parasailing	<input type="checkbox"/> Parapente
<input type="checkbox"/> Ala delta				
<input type="checkbox"/> Buceo				
<input type="checkbox"/> Kayak de río	<input type="checkbox"/> Kayak de mar	<input type="checkbox"/> Kite surf	<input type="checkbox"/> Surfing	<input type="checkbox"/> Paintball
<input type="checkbox"/> Camping				
<input type="checkbox"/> Arborismo				

De las anteriores actividades y que aún no ha realizado, ¿Cuáles le gustaría experimentar?

- Ecoparques de aventura
- Cabalgata
- Canyoning
- Cicloturismo
- Escalada
- Rafting
- Exploración de cuevas
- Alta montaña
- Trekking
- Salto del puente
- Bungee jumping
- Swing jump
- Canopy
- Boya, banana
- Parasailing
- Parapente
- Ala delta
- Buceo
 - Kayak de río
 - Kayak de mar
 - Kite surf
 - Surfing
 - Paintball
- Camping



Imbabura no cuenta con un Ecoparque de Aventuras (Senderos aéreos de pasarelas con cuerdas y arborismo), de crearse uno, le gustaría visitarlo y vivir esta experiencia?

- SI ,100%
- SI, y llevaría a mi familia
- TAL VEZ , 50%
- NO, pero llevaría a mi familia o amigos



El cantón Ibarra no cuenta un restaurante – mirador con hospedaje y área de camping ubicado en las montañas que la rodean, a 700m. sobre la ciudad donde usted pueda disfrutar de un café o de buena gastronomía nacional y extranjera mientras observa uno de los mejores paisajes del Ecuador junto a un ecoparque de aventuras donde adicionalmente usted podría probar otras actividades de aventura como parapente, paseos a caballo o acampar con su familia y/o amigos. ¿De construirse uno, usted lo visitaría?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> SI ,100% | <input type="checkbox"/> SI, y llevaría a mi familia y/o amigos |
| <input type="checkbox"/> TAL VEZ , 50% | <input type="checkbox"/> NO, no me parece interesante |

MONTO DE GASTO EN LA COMPRA DEL PRODUCTO / SERVICIO

“ECOPARQUE DE AVENTURAS”



¿Si usted es un adulto (A partir de 18 años), cuánto estaría dispuesto a pagar por vivir la experiencia en un eco parque de aventuras que cuenta con un alto estándar de distracción y seguridad a nivel europeo?

Entre 5-10 USD Entre 10-15 USD Entre 15-25 USD Entre 25-35 USD



¿Si usted es tiene hijos y/o familiares entre 13-17 años, cuánto estaría dispuesto a pagar por ellos en un eco parque de aventuras que ofrecería un alto estándar de distracción y seguridad a nivel europeo?

Entre 5-10 USD Entre 10-15 USD Entre 15-25 USD Entre 25-35 USD



¿Si usted es tiene hijos y/o familiares entre 6-12 años, cuánto estaría dispuesto a pagar por ellos en un eco parque de aventuras que ofrecería un alto estándar de distracción y seguridad a nivel europeo?

Entre 5-10 USD Entre 10-15 USD Entre 15-25 USD Entre 25-35 USD

“SWING JUMP – SALTO PENDULAR”



¿Si usted es mayor de edad, hasta cuánto estaría dispuesto a pagar por saltar en un Swing Jump (Salto pendular) ubicado en el cantón Ibarra?

- 10 USD 15 USD 20 USD 25 USD 30 USD 35 USD 40 USD
 45 USD

ACOMPañANTES (Número de personas)

¿Con quién le gustaría visitar un restaurante – mirador con hospedaje, área de camping y ecoparque ubicado en las montañas que rodean la ciudad de Ibarra?

- Solo En pareja En familia Con amigos Con turistas
 Con estudiantes

¿Con quién le gustaría visitar y realizar los recorridos del ecoparque de aventuras y sus diferentes actividades?

- Solo En pareja En familia Con amigos Con turistas
 Con estudiantes
 Team Building o entrenamiento corporativo

¿Con quién le gustaría visitar y practicar el Salto Pendular o Swing Jump ?

- Solo En pareja En familia Con amigos Con turistas
 Con estudiantes
 Team Building o entrenamiento corporativo

Anexo B Formato de ficha de observación

FICHA DE DIAGNÓSTICO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA Y COMUNIDAD DE YURACRUCITO											
1. LOCALIZACIÓN		2. CLIMA		3. TEMPERATURA PROM.	4. PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA	6. LATITUD (N)		7. LONGITUD (W)	8. DESTINOS CERCANOS		
YURACRUCITO		FRÍO MODERADO		19 grados C.	22mm	2920	00° 20.222'	078° 05.313'	IBARRA		
Es una comunidad rural ubicada a 20 minutos de la ciudad de Ibarra y a 720m. Sobre el valle, pertenece al cantón Ibarra, provincia de Imbabura en Ecuador. La población se dedica en su mayoría a la agricultura y pastoreo. Es un impresionante mirador natural desde cualquiera de los puntos.											
1. DATOS RELEVANTES											
COMUNIDADES ALEDAÑAS	ACTIVIDAD PRINCIPAL	GRUPOS ÉTNICOS	NIVEL DE EDUCACIÓN MAYORITARIO	POBLACIÓN PREDOMINANTE	IDIOMA	OBSERVACIONES					
Bellaco, Añaspamba, La Quesera, Yuracruz, Yahuarcocha	Agricultura	MESTIZOS E INDÍGENAS	PRIMARIA	MESTIZOS	CASTELLANO						
2. COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS Y COMPLEMENTARIOS											
ENERGÍA ELÉCTRICA	AGUA POTABLE	RED DE ALCANTARILLADO	RECOLECCIÓN DE DESCHOS	MANEJO DE DESCHOS	MANEJO DE AGUAS RESIDUALES	TELÉFONIA FIJA	TELÉFONIA MÓVIL Y ACCESO A INTERNET	OBSERVACIONES			
5	0	0	0	0	0	0	5	La población utiliza medianamente pozos sépticos, y suministro de agua entubada más no potable.			
3. INFRAESTRUCTURA, EQUIPAMIENTOS GENERALES Y SEGURIDAD (H)											
TRANSPORTE PÚBLICO	GASOLINERAS	CAJEROS AUTOMÁTICOS	HOSPITALES/CENTROS DE SALUD	FARMACIAS	CENTROS CULTURALES	CENTROS DEPORTIVOS	ESPACIOS RECREATIVOS	CENTROS EDUCATIVOS	POLICÍA	CRUZ ROJA	IGLESIAS
2	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0
BOMBEROS	DEFENSA CIVIL	FISCALÍA O JUZGADO	COOPERATIVAS DE VIAJE	COOPERATIVAS DE TRANSPORTE URBANO	PARQUEADEROS	CASAS DE CAMBIO	MERCADOS Y/O TIENDAS ARTESANALES	OBSERVACIONES			
0	0	0	0	0	0	0	0				
4. CONECTIVIDAD Y ACCESOS											
VÍA TERRESTRE		DE		VÍA, TIPO Y ESTADO		TIEMPO		MEDIO DE TRANSPORTE		COSTO APROXIMADO	
IBARRA				CARRETERA DE TERCER ORDEN		45 MINUTOS		BUS		2 USD	
5. CONECTIVIDAD DE LA PARROQUIA CON LA CIUDAD DE IBARRA COMO POBLADO IMPORTANTE MÁS CERCANO											
DISTANCIA (KM)	IBARRA	OBSERVACIONES									
6. ATRACTIVOS TURÍSTICOS VISUALES DESDE YURACRUCITO											
TIPO	OBSERVACIONES										
1. MIRADOR EL ARCÁNGEL	PATRIMONIAL										
2. VOLCAN IMBABURA	TURÍSTICO										
3. LAGO YAHUARCOCHA	NATURAL										
4. VOLCAN COTACACHI	NATURAL										
5. PARAMOS AÑASPAMBA	NATURAL										
7. ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS CERCANOS											
Nombre	Afluencia (Nacional / Extranjera)	Tipo de Visitante (Turista / Excursionista)	Difusión del Establecimiento (Local, provincial, Región, Nacional, Internacional)	OBSERVACIONES							
FINCA LA ESTRETA	NACIONAL Y EXTRANJERA	TURISTA	DEPORTISTA	LOCAL Y REGIONAL	NACIONAL	INTERNACIONAL					
8. MODALIDADES DE TURISMO Y/O DEPORTE DE AVENTURA QUE SE PRÁCTICAN EN LA PROVINCIA DE IMBABURA											
ESPECIALIDAD	MODALIDAD	TEMPORALIDAD	LUGAR (ES) DONDE SE EJECUTA LA ACTIVIDAD	OBSERVACIONES							
PARAPENTE	TURÍSTICO Y DEPORTIVO	Septiembre - Mayo	Yuracruito	Operada por Flyecuador, Quito Paragliding y Ecuatris							
ECUVA HÍG	DEPORTIVO	Todo el año	Yuracruito								
CICLISMO DE MONTAÑA	DEPORTIVO	Todo el año	Yuracruito								
TREKKING	DEPORTIVO	Todo el año	Yuracruito								
MOTOCICLISMO	DEPORTIVO	Todo el año	Cantón Ibarra incluido Yuracruito								
TRAIL RUNNING	DEPORTIVO	Todo el año	Cantón Ibarra incluido Yuracruito								
CARAGATAS	TURÍSTICO Y DEPORTIVO	Todo el año	Todo la provincia	Se oferta en múltiples emprendimientos							
RATINGS	TURÍSTICO	Todo el año	Río Mira, río Chota	Ninguna empresa operando							
CANOPY O TIROLINA	TURÍSTICO	Todo el año	Pimampiro	Ruta del verisaje							
CANYONING	TURÍSTICO	Todo el año	Covayacu, Zúfita	Ninguna empresa operando							
9. MODALIDADES DE TURISMO DE AVENTURA ADAPTABLES A ESTE PROYECTO											
ESPECIALIDAD	LUGAR	RESPONSABILIDAD DE TÉCNICOS	SEGURIDAD, REQUERIMIENTO INDICAR, EQUIPAMIENTO DE DONDE	OBSERVACIONES							
PARAPENTE	YURACRUCITO	SI	ECUATORIANOS								
PARQUES DE AVENTURA	YURACRUCITO	SI	ECUATORIANOS								
CARAGATAS	YURACRUCITO	SI	ECUATORIANOS								
TREKKING	YURACRUCITO	SI	ECUATORIANOS								
AMBORISUAY	YURACRUCITO	SI	ECUATORIANOS								
9. PRINCIPALES NECESIDADES											
DETALLE	MARCAR	OBSERVACIONES									
CONSERVACIÓN URBANA	X										
SANEAMIENTO Y SALUBRIDAD	X										
MANEJO DE DESCHOS Y RESIDUOS	X										
CIRCULACIÓN VEHICULAR	X										
ACCESOS	X										
SEÑALIZACIÓN AL DESTINO	X										
SEÑALÉTICA EN ATRACTIVOS	X										
IMPLEMENTACIÓN DE FACILIDADES TURÍSTICAS	X										
CAPACITACIÓN EN MATERIA TURÍSTICA	X										
OTROS	X	La comunidad requiere una mejora en infraestructura de la Unidad Educativa									
9. CIRCULOS DE UBICACIÓN COMUNIDAD YURACRUCITO											
CREDITOS	Levantamiento de										
Fecha	26 DE FEBRERO DE 2023										
Elaborado por:	JORGE DUQUE										

Anexo C Formato de Entrevista



ENTREVISTA A GERENTE-ESPECIALISTA DE EMPRESA DE PARQUE DE AVENTURA

EMPRESA:

REPRESENTANTE:

FECHA:

Esta entrevista es parte del trabajo de investigación del trabajo de tesis del maestrante Jorge Duque.

Agradecemos su apertura.

1. ¿Cuántos años se encuentra ofertando sus servicios?
2. ¿Qué servicios ofrece su empresa?
3. ¿Qué caracteriza a su empresa y la hace diferente a la competencia?
4. ¿Qué tipo de clientes llegan a su establecimiento?
5. ¿Cuál es el porcentaje aproximado de turistas nacionales y extranjeros que recibe anualmente?
6. ¿Por qué piensa usted que regresan sus clientes frecuentes?
7. ¿Qué plus ofrece su empresa?
8. ¿Qué tarifas maneja en temporada alta y baja?
9. ¿Cuál es la inversión anual en mantenimiento que requieren sus instalaciones?
10. ¿Cuál es su capacidad operativa? (Cantidad de clientes que puede atender)
11. ¿Qué innovaciones a futuro prevé?
12. ¿Cuál es la afluencia promedio anual de clientes que recibe?
13. ¿Cuáles son sus alianzas estratégicas?
14. ¿A qué segmento de mercado está dirigido su marketing?