

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE TURISMO



**“PARQUE DE RECREACIÓN Y AVENTURA EN LA CASCADA DE TAXOMPAMBA,
IMBABURA-ECUADOR”**

Proyecto de emprendimiento previo a la obtención del título de
Licenciado en Turismo.

AUTORES:

Daniel David Ortega Rocha

Víctor Andrés Villacreses Jaramillo

DIRECTOR:

Galo Oswaldo Echeverria Cachipundo

Ibarra, 2023

APROBACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Yo, Galo Oswaldo Echeverría Cachipuendo, certifico que el Trabajo de Grado: **“PARQUE DE RECREACIÓN Y AVENTURA EN LA CASCADA DE TAXOMPAMBA, IMBABURA-ECUADOR”**, ha sido realizado en su totalidad por los señores: Ortega Rocha Daniel David, portador de la cédula de ciudadanía número 100391043-5; y, Villacreses Jaramillo Víctor Andrés, portador de la cédula de ciudadanía número 100386041-6.



Firmado electrónicamente por:
GALO
OSWALDO
ECHEVERRIA
CACHIPUEND
O

**Lic. Galo Oswaldo Echeverría Cachipuendo
MSc.**

C.I. 171364266-6

**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 IDENTIDAD:	100391043-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Ortega Rocha Daniel David		
DIRECCIÓN:	Calle Simón Bolívar, Intersección Luís Echeverría, barrio San Alfonso, parroquia San Roque, cantón Antonio Ante		
EMAIL:	ddortegar@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO O MÓVIL:	0980152476

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100386041-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Villacreses Jaramillo Víctor Andres		
DIRECCIÓN:	Cda.31 de octubre Luis E Cisneros 3-32 y Dr.Heras.		
EMAIL:	vavillacresesj@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	062921492	TELÉFONO MÓVIL:	0986730135

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Parque de recreación y aventura en la cascada de Taxompamba, Imbabura-Ecuador
AUTORES:	Ortega Rocha Daniel David y Villacreses Jaramillo Víctor Andrés
FECHA: DD/MM/AAAA	20 de octubre del 2022
PROGRAMA:	Pregrado
TITULO POR EL QUE OPTA:	Licenciatura en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. Galo Oswaldo Echeverría Cachipundo

CONSTANCIAS

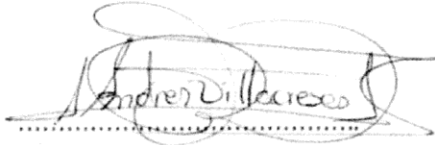
Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de junio de 2023

AUTORES:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel David Ortega Rocha', written over a horizontal dotted line.

Nombre: Daniel David Ortega Rocha

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Víctor Andrés Villacreses Jaramillo', written over a horizontal dotted line.

Nombre: Víctor Andrés Villacreses Jaramillo

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo hecho en este trabajo de grado es gracias a los conocimientos y experiencias que a lo largo de esta trayectoria se han ido forjando poco a poco, la construcción de este documento es con el único fin de que este trabajo pueda servir en un futuro para el aprovechamiento de los recursos naturales con los deportes y la recreación sana, siendo así que los beneficiarios directos puedan basarse en este documento para el fomento turístico.

Andrés Villacreses J.

Este trabajo de grado está dedicado a las futuras generaciones de profesionales en turismo como también para instituciones dedicadas a la formación académica, que sirva como documento de guía y consulta para indagar sobre procesos en la gestión de emprendimientos de este sector.

Daniel Ortega R.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a mis padres, hermana y sobrinos los mismos que han sido mi soporte permanente durante todo este proceso de mi carrera, particularmente agradezco a mis docentes que desde el primer día que estuve dentro de la carrera que ahora honrosamente termina su etapa de estudios estuvieron apoyando y dando muchos de los consejos y ánimos para llegar a ser los mejores, el apoyo de mi amigo Pablo C, quien inculco sus conocimientos en mí y fue un pilar fundamental para la elección del tema de emprendimiento. Como no olvidarme de aquellas personas que me guían desde lo más alto mi abuelito Manuel. Y mi abuelita Anita. A mi director metodológico y mi docente técnico que nos ha orientado a lo largo de la investigación y redacción del documento.

Andrés Villacreses J.

Agradezco de forma especial a mi hermano quien fue mi principal pilar de inspiración y formación personal, también a mis padres quienes me brindaron su confianza y apoyo permanente. A mi director metodólogo y mis docentes técnicos que me han orientado a lo largo de la investigación y redacción del documento.

Daniel Ortega R.

Índice

APROBACIÓN DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	i
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	ii
CONSTANCIAS.....	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
Unidad 1. Idea de Negocio.....	1
1.1 Determinación de la idea de negocio.....	1
1.2. El problema.....	2
1.2.1 Enunciación del problema	2
1.2.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.3 Objetivos	4
1.2.3.1 Objetivo General.....	4
1.2.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.2.4 Modelo de Negocio	5
1.2.5 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento	6
Unidad 2. Estudio de Mercado	7
2.1 Diseño de la investigación.....	7
2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección	8
2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.....	9
2.1.2.1 Cálculo de la muestra	9
2.1.3 Instrumentos de recolección	11
2.1.4 Segmentación del mercado consumidor	11
2.1.5 Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor.	13
2.2 Análisis de la demanda	15
2.3 Análisis de la oferta	16
2.4 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto	17

2.5 Propuesta mercadológica	18
2.5.1 Identidad corporativa.....	18
2.5.2 Materiales publicitarios.....	20
Unidad 3. Estudio Técnico	21
3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa	21
3.1.1 Identificación de la demanda	21
3.1.2 Número de clientes proyectados	21
3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados	22
3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto	22
3.2.1 Macro localización:	22
3.2.2 Micro localización:	25
3.3 Identificación y descripción de los procesos	27
3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio	27
3.3.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio	27
3.4 Ingeniería del proyecto.....	28
3.4.1 Distribución de la planta.....	28
3.4.2 Requerimientos por áreas	33
3.5 Inversiones y capital de trabajo.....	34
3.5.1 Maquinaria y equipos	34
3.5.2 Insumos.....	38
3.5.3 Inversiones y capital de trabajo	39
3.6 Estructura organizativa y administrativa	40
3.6.1. Misión	40
3.6.2. Visión.....	40
3.6.3. Políticas.....	41
3.6.4. Valores	42
3.6.5. Marca e imagen corporativa.....	44
3.6.6. Organigramas.....	45
3.7. Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual	50
3.8. Propuesta comercial.....	53
Unidad 4. Estudio Ambiental	54
4.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento.....	54

4.1.1 Etapa de Construcción.....	54
4.1.2 Etapa de Ejecución.....	54
4.2 Determinación de la metodología.....	54
4.2.1 Simbología del método.....	55
4.2.2 Tipo de acción que genera el cambio.....	55
4.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales.....	62
Unidad 5. Estudio Financiero.....	65
5.1. Inversiones y capital de trabajo.....	65
5.1.1. Capital de trabajo.....	65
5.1.2 Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.....	65
5.2. Estados Financieros Proyectados: De situación inicial y de Resultados.....	65
5.2.1 Balance de situación inicial.....	65
5.2.2 Tabla de amortización.....	67
5.2.3 Costo de capital.....	67
5.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 5 años.....	68
5.2.5 Análisis y Evaluación Financiera (VAN TIR).....	69
5.2.6 Punto de equilibrio.....	70
CONCLUSIONES.....	72
Recomendaciones.....	73
BILIOGRAFÍA.....	74
ANEXOS.....	78

Índice de tablas

Tabla 1. Segmentación de mercado de la empresa Ecoaventura	11
Tabla 2. Demanda potencial de la empresa Ecoaventura	16
Tabla 3. Cuadro de la principal competencia de la empresa Ecoaventura	16
Tabla 4. Demanda insatisfecha de la empresa Ecoaventura.....	17
Tabla 5. Demanda Objetiva de la empresa Ecoaventura	17
Tabla 6. Flujograma del servicio turístico de la empresa Ecoaventura.	27
Tabla 7. Infraestructura de la empresa Ecoaventura	32
Tabla 8. Maquinaria y equipos de la empresa Ecoaventura	34
Tabla 9. Tabla de insumos de la empresa Ecoaventura.....	38
Tabla 10. Inversión de la empresa Ecoaventura	39
Tabla 11. Simbología del método CRI de la empresa Ecoaventura.....	55
Tabla 12. Cuadro de Extensión y Valoración de la empresa Ecoaventura	56
Tabla 13. Cuadro de duración, plazo y valoración de la empresa Ecoaventura....	57
Tabla 14. Simbología de la fórmula de magnitud de la empresa Ecoaventura	57
Tabla 15. Cuadro de la categoría y valoración de la empresa Ecoaventura	58
Tabla 16. Cuadro de probabilidad, rango y su valoración de la empresa Ecoaventura	59
Tabla 17. Simbología del índice integral de impacto ambiental de la empresa Ecoaventura.....	59
Tabla 18. Cuadro de nivel o significado de la empresa Ecoaventura	60
Tabla 19. Cuadro de componentes ambientales de la empresa Ecoaventura	61
Tabla 20. Cuadros de valoración según la escala cromática de la empresa Ecoaventura.....	61
Tabla 21. Cuadro de identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales en construcción de la empresa Ecoaventura.....	62
Tabla 22. Cuadro de identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales en operación de la empresa Ecoaventura	63
Tabla 23. Matriz de plan de manejo ambiental de <i>Ecoaventura</i>	64
Tabla 24. Tabla de amortización de la empresa Ecoaventura	67

Índice de figuras

Figura 1. Lienzo Canvas de la empresa Ecoaventura	5
Figura 2. Cruce de variables de la encuesta realizada.	13
Figura 3. Cruce de variables con el nivel de ingresos.	14
Figura 4. Cruce de variables con el número de acompañantes.	15
Figura 5. Publicidad del logotipo de la empresa Ecoaventura	20
Figura 6. Material publicitario de la empresa Ecoaventura	21
Figura 7. Localización del proyecto en mapas geográficos	24
Figura 9. Modelo 3D de la infraestructura de la empresa Ecoaventura	31
Figura 10. Modelo 3D de la infraestructura de la empresa Ecoaventura (ejemplo 2)	32
Figura 11. Logotipo y slogan de la empresa Ecoaventura	44
Figura 12. Organigrama Estructural administrativo de la empresa Ecoaventura ..	45
Figura 13. Organigrama Funcional de la empresa Ecoaventura.....	48
Figura 15. Tabla del balance de situación inicial de la empresa Ecoaventura	66
Figura 16. Tabla del cálculo del costo de capital de la empresa Ecoaventura	67
Figura 17. Tabla de cuantificación de flujo de un año de la empresa Ecoaventura.	69
Figura 18. Tabla de cuantificación de flujo de 5 años de la empresa Ecoaventura	70
Figura 19. Evaluación financiera de la empresa Ecoaventura	70
Figura 20. Tabla de punto de equilibrio de la empresa Ecoaventura	71
Figura 21. Gráfico de punto de equilibrio de la empresa Ecoaventura	71

Resumen ejecutivo

Se considera que en la provincia de Imbabura específicamente en el cantón de Otavalo existe una limitada infraestructura que oferte servicios de recreación y aventura. Para resolver el desfase existente se requiere efectuar la implementación de un parque de aventura con actividades de deportes extremos, así como senderismo en la cascada de Taxopamba. La composición de la empresa será netamente turística ya que pretende establecer un desarrollo económico sostenible mediante la afluencia de visitantes, a través, del principal producto que es el recurso natural presente en el atractivo y las variantes deportivas que se pueden realizar. El proyecto concede la oportunidad de generar mayor afluencia turística dentro del cantón Otavalo puesto que fomenta al mercado atraído por los deportes extremos como también actividades de aventura tales como el senderismo y observación de flora y fauna endémicas de la zona, por otra parte, también sustenta un desarrollo sostenible indispensable dentro de los recursos naturales interrelacionados con el producto ofertante, sin dejar de lado también genera una mayor dinamización económica por el hecho de que su ubicación es estratégica dentro de los límites provinciales, ya que se encuentra al margen de la capital de la nación que es Quito y que es el principal punto de llegada internacional. Se estima que la inversión inicial como punto de partida a la cual se sujeta el proyecto es rentable, puesto que, la recuperación económica será en un lapso corto de tiempo tasando los ámbitos indispensables en cuanto al flujo económico y afluencia de consumidores. Finalmente se considera que los productos turísticos dentro de la provincia son rentables y beneficiosos en factores económicos, sociales y naturales, por ende, consolidar un proyecto relacionado con los esquemas de recreación y aventura es provechoso dentro del mercado turístico, concluyendo en la factibilidad del proyecto establecido en una zona considerada como área de aventura, sin dejar de lado a la protección ambiental. Con el establecimiento de estos productos innovadores para el desarrollo de la zona se espera fomentar el turismo, manteniendo el esquema a fines de lucro para generar un desarrollo rentable para todos los involucrados.

Abstract

It is considered that in the province of Imbabura, specifically in the canton of Otavalo, there is a limited infrastructure offering recreational and adventure services. In order to solve the existing gap, the implementation of an adventure park with extreme sports activities and hiking in the Taxopamba waterfall is required. The composition of the company will be purely touristic as it aims to establish a sustainable economic development through the influx of visitors, through the main product which is the natural resource present in the attraction and the sporting variants that can be carried out. The project provides the opportunity to generate a greater influx of tourists within the canton of Otavalo as it encourages the market attracted by extreme sports as well as adventure activities such as hiking and observation of flora and fauna endemic to the area, on the other hand, It also supports an indispensable sustainable development within the natural resources interrelated with the product on offer, without forgetting that it also generates a greater economic dynamism due to the fact that its location is strategic within the provincial limits, as it is on the fringes of the national capital, Quito, which is the main international arrival point. It is estimated that the initial investment as a starting point to which the project is subject is profitable, given that the economic recovery will be in a short period of time, assessing the indispensable areas in terms of economic flow and influx of consumers. Finally, it is considered that tourism products within the province are profitable and beneficial in economic, social and natural factors, therefore, consolidating a project related to recreation and adventure schemes is profitable within the tourism market, concluding in the feasibility of the project established in a zone considered as an adventure area, without neglecting environmental protection. With the establishment of these innovative products for the development of the area, it is hoped that tourism will be promoted, maintaining the for-profit scheme to generate a profitable development for all those involved.

Unidad 1. Idea de Negocio

1.1 Determinación de la idea de negocio

El análisis objetivo de las ideas de negocio por medio de una matriz de jerarquización generó el siguiente resultado, el proyecto con un alto índice de puntos es la construcción de un parque de recreación y aventura en la cascada de Taxopamba con un total de nueve puntos a favor dividido entre los tres criterios de ponderación.

Dentro del criterio económico se obtuvo un resultado de cuatro puntos, por el hecho de ser un proyecto que no requiere una inversión financiera alta y concibiendo que tras su proceso de operación existe una recuperación financiera de forma vertiginosa, por ende, es un plan rentable, que genera ingresos siempre y cuando se encamine por el debido progreso.

La siguiente variable, acerca del conocimiento de negocio se ponderó con un total de cinco puntos, por motivo de que existe un alto índice de conocimientos adquiridos sobre la operación de las actividades que se pueden realizar dentro de un parque de recreación y aventura dentro de una cascada, obteniendo una medida de facilidad muy alta dentro de los rangos a considerar.

Por último, hablamos de la proximidad al mercado que obtuvo un total de cuatro puntos, por el motivo de encontrarse en un sitio considerado como un recurso turístico céntrico, el cual posee un índice medio de afluencia de turistas provenientes de cantones dentro de la Provincia de Imbabura y Pichincha. Sin embargo, se toma en consideración que existe una lejanía con el mercado

proveniente de la provincia del Carchi reduciendo un punto al total considerado en la tabla de rangos.

1.2. El problema

1.2.1 Enunciación del problema.

Limitada infraestructura que oferte servicios de recreación y aventura en el cantón Otavalo, Imbabura- Ecuador.

1.2.2 Planteamiento del problema.

La parroquia de Mojandita Curubí, ubicada en el cantón Otavalo, posee recursos naturales de todo tipo, desde cascadas y lagunas, hasta tolas, cerros y montañas, que se distinguen entre otras franjas por las actividades disponibles para las personas. En particular destaca la cascada denominada como “Taxopamba” la cual a pesar de poseer una limitada infraestructura es un recurso medianamente codiciado por los individuos que buscan un ambiente tranquilo en el cual se pueda realizar deportes extremos. Hoy en día el sitio posee un desarrollo muy limitado dentro del mercado turístico donde se recalcan algunas causas.

Se considera que el sitio tolera la necesidad de una infraestructura relativamente nueva que facilite el tránsito en el lugar, lo cual tiene como consecuencia el limitado número de personas que logren ingresar. Puesto que sus vehículos no son lo suficientemente competentes, distanciándolos de su destino.

El siguiente ámbito causante de la limitación del desarrollo turístico de este recurso radica en que, la población reside su economía fuera de los servicios turísticos, probablemente en actividades como la agricultura y ganadería reduciendo el número de personas interesadas en las actividades turísticas, provocando una decadencia en el progreso de ser un sitio competitivo en el mercado.

Del mismo modo el escaso apoyo por parte de entidades privadas y financieras para el desarrollo de emprendimientos que oferten servicios turísticos es el factor que comúnmente preside en su progreso, provocando que disminuyan en gran medida. Igualmente, la inexistencia de instituciones que brinden servicios básicos puesto que, es uno de los mayores problemas que destacan dentro de este recurso, provocando la disminución en gran medida de visitantes que busquen la calidad en este ámbito.

De esta forma se aspira que, con la ejecución del presente proyecto, contribuya a la existencia de nuevos establecimientos que oferten servicios de recreación y esparcimiento turístico, especialmente en la parroquia de Mojandita Curubí, que estén dispuestos para la población local y los visitantes, de modo que se incrementen los ingresos económicos en la zona y sus alrededores.

En caso de que el proyecto no llegue a su ejecución, la parroquia mencionada anteriormente prolongará su limitado acondicionamiento en el que los visitantes no reciban las facilidades turísticas que cubran sus expectativas y necesidades para una excelente experiencia turística.

1.2.3 Objetivos

1.2.3.1 Objetivo General.

Efectuar la implementación de un parque de aventura con actividades de deportes extremos, así como senderismo en la cascada de Taxopamba ubicada en el cantón Otavalo- Imbabura-Ecuador.

1.2.3.2 Objetivos Específicos.

- Elaborar el modelo de negocio relacionado con el servicio aventura y actividades recreativas.
 - Evaluar la oferta y la demanda en el sector Taxopamba, mediante un estudio de mercado.
 - Desarrollar un estudio técnico y administrativo respecto al servicio de deportes extremos y actividades recreativas.
 - Reconocer los posibles efectos del proyecto de deportes extremos y actividades recreativas, mediante un estudio de impacto ambiental.
 - Determinar la factibilidad del proyecto de implementación de servicios de deportes extremos y actividades recreativas, mediante un estudio financiero.
-

1.2.4 Modelo de Negocio.

Para definir el modelo de negocios que mejor se ajusta a las necesidades del mercado turístico, se implementó el lienzo Canvas desarrollado por Alexander Osterwalder.

Dicha metodología tiene como principal objetivo gestionar las principales actividades que forman parte del eje principal al cual se adapta el desarrollo de un emprendimiento o negocio.

Figura 1. Lienzo Canvas de la empresa Ecoaventura.

PLANTILLA PARA EL LIENZO DE CANVAS (PARQUE DE RECREACIÓN Y AVENTURA EN LA CASCADA DE TAXOPAMBA)				
ASOCIACIONES CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON LOS CLIENTES	SEGMENTO DE MERCADO
Como socios claves tenemos. <ol style="list-style-type: none"> 1. Grupos de enseñanza de escalada. 2. Gobierno local. 3. Técnicos en materiales necesario para la implementación de vías y puentes. 4. Empresas de marketing digital. 	En las actividades a desarrollar <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación en el manejo de equipos. 2. Capacitación en servicio al cliente. 3. Acompañamiento a la comunidad para una mejor atención. 4. Creación de fuentes de ingresos. 	Creación de un Parque de aventura situado en un espacio natural que brindara una experiencia de recreación y aventura, a la vez la práctica de deportes como son la escalada, el rapel el senderismo y la observación de varias especies de flora y fauna propia del lugar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La principal estrategia será la promoción del lugar además de ofertar más servicios que a los turistas les llame la atención. 2. Calidad en el servicio para que den una buena referencia del lugar. 	La segmentación de mercado será basada en las exigencias de los clientes. <ol style="list-style-type: none"> 1. Aficionados a la escalada en roca. 2. Apasionados por la práctica del canyoning. 3. Jóvenes y adultos que les gusta la práctica de deportes extremos.
	RECURSOS CLAVES	Los servicios serán realizados por	CANALES	

	<p>Como recursos tenemos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recurso natural (cascada y vías de roca). 2. Personal capacitado en deportes de aventura. 3. Recursos financieros. 4. Recursos materiales. 	<p>expertos para una mejor experiencia del visitante.</p> <p>Los equipos con los que se trabajen serán originales proporcionando seguridad y calidad al realizar las actividades.</p>	<p>Los canales por donde se promocionará este lugar.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Redes sociales. 2. Medios de comunicación visual como televisión. 3. Promoción en agencias de viajes. 	
ESTRUCTURA DE COSTES			FUENTES DE INGRESO	
<p>COSTOS FIJOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Instalaciones necesarias 2. Salarios 3. Gestión contable. <p>COSTOS VARIABLES.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. EPI equipos de protección individual. 2. EPP equipo de protección personal. 			<p>La creación de este parque de aventura contará con una inversión Público- Privada ya que al ser un lugar con jurisdicción cantonal será un aporte privado el que implemente todo el material necesario para la ejecución y operación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inversión propia 2. Préstamos a la Banca privada 3. Colaboración de clubes especializados 	
<ol style="list-style-type: none"> 3. Equipos tecnológicos. 4. Gestión financiera. 			<ol style="list-style-type: none"> 4. Venta de productos como recuerdos. 5. Venta de equipos de protección para deportes extremos. 	

Nota. Metodología Canvas de la empresa Ecoaventura, por autores 2022.

1.2.5 Descripción del modelo de negocio aplicado al emprendimiento.

El análisis del lienzo Canvas generó un modelo de negocio conocido como Long Tail (Cola Larga) que según el artículo de los 17 ejemplos de modelos de negocio innovadores establecido en la página web Gestión.Org (2020) considera que “en lugar de centrar nuestro potencial de venta en productos muy demandados (y muy competidos), nos enfocamos en productos con menos demanda y menos competencia”. Asociando que el proyecto con debe considerar como un producto la oferta de actividades de recreación y aventura el cual es limitado dentro de la provincia de Imbabura, acertando con la descripción de este modelo de negocio aplicado al emprendimiento.

Sin embargo, también se deben pensar puntos como “examinar que existe la demanda suficiente para que sea rentable” (Gestión.org, 2020) puesto que si se considera un bajo índice de visitantes la gestión de ser un proyecto sustentable se pierde, provocando una decaída o quiebre en el inicio de operación.

Por otra parte, el ámbito de “el control de los gastos mínimos que supone” (Gestion.Org, 2020) también es importante a considerar por el mismo hecho de rentabilidad, ya que si los gastos generados por las actividades del producto turístico superan a los ingresos económicos provocaría que el proyecto se dirija a su declive en su ciclo de vida.

Unidad 2. Estudio de Mercado

2.1 Diseño de la investigación

Para el estudio de mercado se realizó una investigación exploratoria que como su nombre indica, su principal función es indagar en su primera instancia y este modelo “se puede utilizar tanto el método cualitativo, como cuantitativo. En el alcance exploratorio, la investigación es aplicada en fenómenos que no se han investigado previamente y se tiene el interés de examinar sus características” (Galarza, 2020).

El estudio de mercado para emprendimientos deriva de la investigación exploratoria ya que se debe aclarar, por un lado, el segmento de mercado consumidor para el producto o servicio a vender y por otro lado, se debe identificar

el comportamiento de consumo que tiene este segmento al comprar los productos que se pretende ofertar.

Definiendo las características fundamentales a analizar dentro del proyecto de emprendimiento de la creación de un parque de recreación y aventura en la cascada de Taxopamba destacando la singularidad de ser necesario acudir a los grupos pertinentes considerados como el mercado consumidor más cercano para obtener información pertinente a su comportamiento de consumo.

2.1.1 Tipos de Investigación / Técnicas e instrumentos de recolección.

El instrumento escogido para realizar la recolección de datos referentes al mercado consumidor es la encuesta puesto que, ayuda a la especificación de información relativo a aspectos como el comportamiento de consumo, el comportamiento de la población frente a un nuevo producto o servicio, generando resultados concretos de investigación.

Las preguntas establecidas para la encuesta serán de tipo cerradas, donde se dividirán en dos etapas, la primera parte donde se concentrarán cuestiones de tipo sociodemográficas las cuales provean de información con respecto a características fundamentales provenientes de la población a la que se enfoca y posteriormente se encontrarán preguntas que indaguen información específica sobre el emprendimiento para obtener resultados con respecto a su comportamiento de consumo.

2.1.2 Tipo de muestreo y cálculo de la muestra.

El método de muestreo a considerar en la encuesta es el no probabilístico por el hecho de que no existe una lista a priori de todos los individuos inidentificados en la población y contribuya a calcular el tamaño real de la población. Por otra parte, se utilizará el muestreo no probabilístico puesto que solo se seleccionará un mercado por conveniencia que es el nacional, específicamente de las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi.

2.1.2.1 Cálculo de la muestra.

Para la aplicación del cálculo del tamaño de la muestra dentro de nuestro proyecto se tuvo que resolver dos incógnitas, la primera radica en establecer la población que es económicamente activa la cual tenga la posibilidad de solventar un gasto por un producto, que en caso del emprendimiento se les otorgó a edades entre los 18 a 64 años. Por otra parte, el siguiente enigma a tener en cuenta es sobre las provincias que por motivos de distancia al recurso turístico son más probables a formar parte del mercado consumidor.

Tras resolver estas inquietudes se identificó a la población de provincias como Pichincha que cuenta con 2,800.000 habitantes, la provincia del Carchi cuenta con 164.000 habitantes y de Imbabura que posee 398.244 en donde el total general de la población será de 3,362,244 habitantes; la población económicamente activa es de aproximadamente 55% en Ecuador, por lo que la población para el cálculo en la fórmula será de 1,849,235, que es el 55% de los 3,362,244 habitantes.

Finalmente, con el debido análisis se prosigue a realizar el siguiente cálculo con la respectiva formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + 1.96^2 * p * q}$$

Simbología:

N = población.

n = muestra.

p = probabilidad a favor.

q = probabilidad en contra z = nivel de confianza.

e = margen de error.

Donde:

N = 1,849,235 p = 0,5

q = 0,5s

z = 95% = 1.96 e = 5%

Total = 385 encuestas.

Obteniendo como resultado que, tras el cálculo de la muestra realizada en base a la población establecida en las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi, y teniendo en cuenta su porcentaje que es económicamente un total de 385 encuestas a realizar, generando de esta forma el tamaño de la población.

2.1.3 Instrumentos de recolección.

Para la recolección de información sobre las preferencias de consumo y comportamiento de mercado se realizó 122 encuestas digitales con preguntas de tipo cerrada y de opción múltiple.

2.1.4 Segmentación del mercado consumidor.

Tabla 1. Segmentación de mercado de la empresa Ecoaventura.

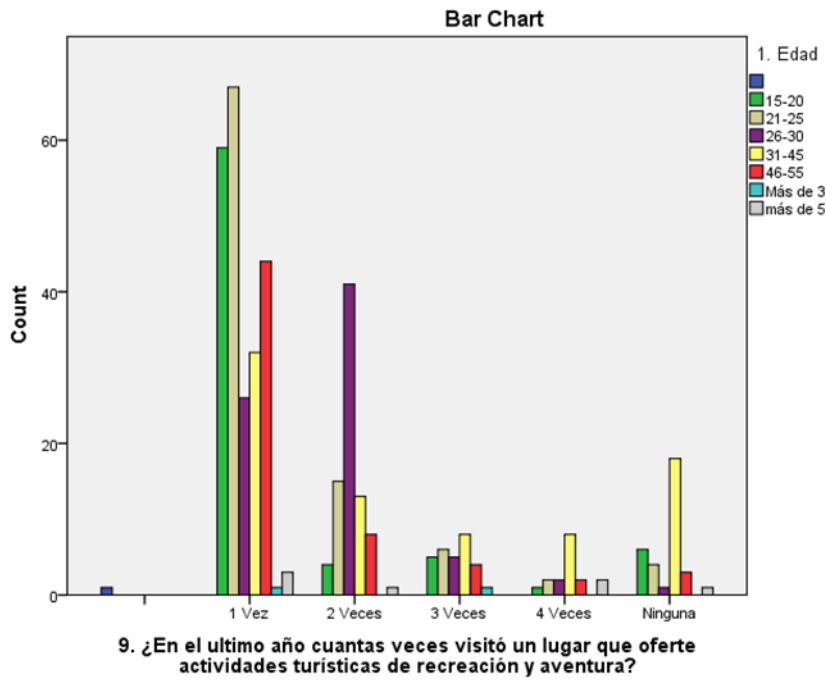
SEGMENTACIÓN DE MERCADOS			
Producto turístico: Establecimiento de alojamiento en Imbabura			
Segmentación Geográfica			
Variable		Número	Porcentaje
País:	Ecuador	17,510.64	100%
Región:	Sierra	7,529.58	43,9%
Provincia/s:	Pichincha, Carchi, Imbabura	3,362.24	19%

<i>Ciudad:</i>	Otavalo	991,643	5.66
1er Resultado: 3,362.24 personas de Pichincha, Carchi e Imbabura			
Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC Proyecciones Poblacionales (ecuadorencifras.gob.ec))			
Variable		Número	Porcentaje
<i>Género:</i>	Masculino y femenino	991,643	100%
<i>Edad:</i>	18-64	197,811	20%
<i>Estado civil:</i>	Solteros y casados	173,480.25	87.70%
<i>Ocupación:</i>	Empleados públicos y privados		
<i>Ingresos:</i>	> 600usd	15,387.17	27.05%
2do Resultado: 197,811 hombres y mujeres en edades de 18 a 64 años de estado civil solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$600.			
Segmentación Conductual			
Variable		Número	Porcentaje
<i>Estilo de vida</i>	Viajeros por turismo	3,911.42	25.42%
Mercado meta: 3,911.42 hombres y mujeres que viven en las provincias de Pichincha, Carchi e Imbabura, entre 18 a 64 años, solteros y casados, que trabajan y ganan más de \$800, que viajan por turismo.			

2.1.5 Preferencias de consumo del producto/comportamiento del consumidor.

Los siguientes esquemas gráficos representan el cruce de variables entre la pregunta fundamental del proyecto y los datos necesarios para establecer un segmento de mercado, dando continuidad a la siguiente tabla la cual especifica cada una de las variables.

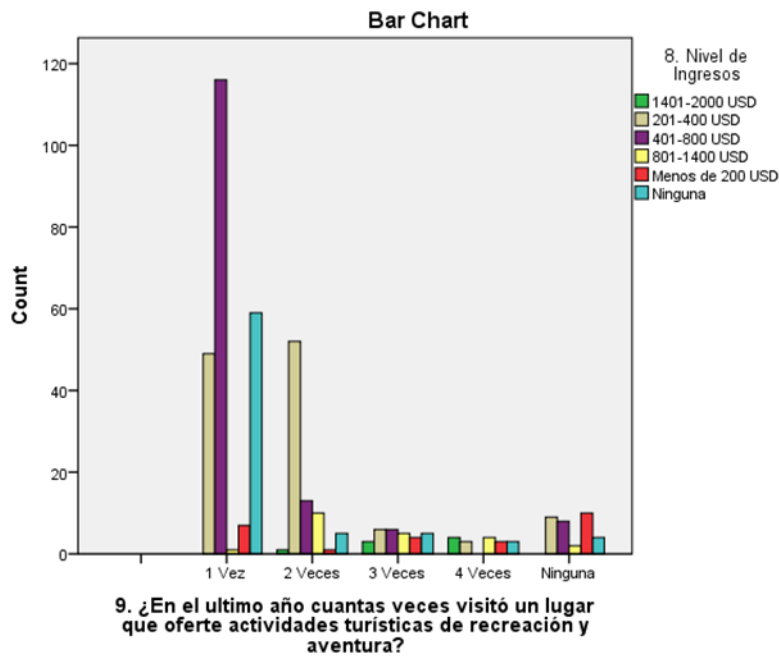
Figura 2. Cruce de variables de la encuesta realizada.



Nota. Cruce de variables de la encuesta entre la pregunta edad y principal objetivo de la empresa, por autores 2022.

El mercado a identificar primordialmente es Pichincha e Imbabura que es un 22,96% de la población encuestada quienes prefieren realizar deportes extremos como el cayoning, rapel, escalada, etc. Dentro de un parque de recreación y aventura.

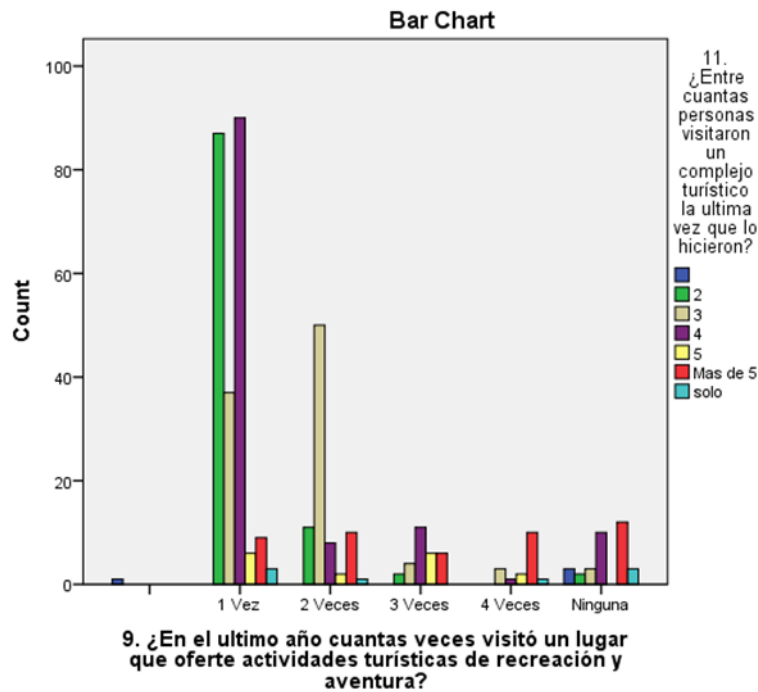
Figura 3. Cruce de variables con el nivel de ingresos.



Nota. Cruce de variables de la encuesta entre la pregunta del nivel de ingresos y principal objetivo de la empresa, por autores 2022.

Dicha muestra está dispuesta a pagar un total de 10 a 15 dólares por cada actividad, identificando que su índice de ingresos es alrededor de 800 a 1400 dólares mensuales, sin embargo, mayormente su preferencia radica en personas que su estado civil es soltero/a con un rango de edad 31 a 45 años lo cual indica que su consumo puede llegar a un mayor índice de probabilidades beneficiando económicamente de manera directa al emprendimiento.

Figura 4. Cruce de variables con el número de acompañantes.



Nota. Cruce de variables de la encuesta entre la pregunta sobre con cuantas personas visitaría un atractivo turístico y principal objetivo de la empresa, por autores 2022.

De igual manera, se pudo identificar aspectos importantes dentro de su comportamiento de mercado tales como; su número de acompañantes son 5 que es el porcentaje estimado de una familia hasta segundo rango de consanguinidad, su modalidad de pago de preferencia es el efectivo, puesto que, es la manera más cómoda de pagar por sus servicios y por último es su medio de transporte el cual en gran porcentaje se inclinó a viajar mediante su vehículo propio.

2.2 Análisis de la demanda

Como resultado de la demanda por medio de la tabla de segmentación de mercado obtuvimos los siguientes datos con respecto a la demanda potencial:

Tabla 2. Demanda potencial de la empresa Ecoaventura.

Población de las provincias de Imbabura, Carchi y Pichincha	3,362.244
Nro. de consumidores de la Demanda Potencial	3,911
Fuente: encuesta – investigación de mercado	

2.3 Análisis de la oferta

Tabla 3. Cuadro de la principal competencia de la empresa Ecoaventura.

Nombre	Ubicación	Capacidad	Especialización
Parque Acuático de Araque	San Pablo del Lago	50 pax	Deporte extremo: Canotaje y conducción de motos de agua.
Fly Ecuador	Ibarra	5 pax	Deporte extremo: Parapente
Natural Adventure	Intag	10 pax	Deporte extremo: Rafting, cayoning y escalada
La ruta del vertigo	Pimampiro	10 pax	Deporte extremo: Canopy, rafting, columpio extremo y puénting.

Gracias al análisis de realizado en diferentes sectores cercanos al atractivo, se consideraron diferentes emprendimientos considerados como la posible competencia al que se enfrenta el proyecto de emprendimiento.

2.4 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

Para el establecimiento de la proyección de la demanda insatisfecha se estableció la siguiente tabla la cual también posee datos obtenidos de la segmentación de mercado.

Tabla 4. Demanda insatisfecha de la empresa Ecoaventura.

Año	Demanda potencial	Competencia	Demanda insatisfecha
Año1	3.911	75	3.836

Por otra parte, para generar la demanda objetiva proyectada se establece en el siguiente cuadro los datos de la demanda insatisfecha como también la demanda objetiva la cual especifica la capacidad de carga del proyecto referente a un año, con un funcionamiento establecido a diario.

Tabla 5. Demanda Objetiva de la empresa Ecoaventura.

Año	Demanda insatisfecha*	Demanda objetiva**
Año 1	3.836	3.600

2.5 Propuesta mercadológica

2.5.1 Identidad corporativa.

Sin lugar a duda la marca corporativa de la empresa es una de las formas indispensables para el desarrollo del emprendimiento puesto que, es la identidad la cual interactúa de forma directa con el usuario, incentivando visualmente a consumir el producto establecido.

Para el proyecto se consideraron muchas propuestas dando como resultado las siguientes características.

Diseño del logo: este elemento tiene como características principales, primeramente un paisaje montañoso de fondo expresando el lugar donde se establece el proyecto, conjuntamente de forma más perceptiva una pared de escalada la cual simboliza los deportes extremos que se realizarán en el emprendimiento y por último una persona realizando la actividad de escalada demostrando el enfoque que tiene el corporativo en progresar y formar parte de la monotonía en la que viven los atractivos turísticos actuales.

Tipografía: Para este diseño se consideraron dos tipos, el principal ubicado en el centro del logotipo describiendo el nombre del proyecto, posee el estilo Bradobrei por su forma rústica y con bordeado desigual haciendo referencia a la similitud que tiene con la geografía del suelo. Por otra parte, la tipografía del slogan que se encuentra en la parte inferior del logotipo se estableció una tipografía de tipo

Chopin Script la cual tiene como enfoque principal la elegancia de su estilo y también la simbolización de la similitud que tiene con el agua por su forma de fluides ya que, este elemento es característico dentro del emprendimiento.

Colores: Los colores establecidos en el diseño son tres, el primero es la verde aguamarina el cual representa la belleza faunística donde se desarrollan las actividades del proyecto, el segundo es el azul cerúleo difuminado que encarna a la principal atracción del proyecto que es la cascada de Taxopamba y por último el color negro de fondo que es el perfecto unificador cromático dentro de estos estilos.

Slogan: La frase principal establecida es “Que no le falte diversión a tu vida” la cual expresa que esta fase del ser humano siempre requerirá una pisca de diversión para que sea plena, sin definir la edad, sexo u otro conjunto de clasificación fomentando la interacción entre diferentes personas con el proyecto.

Identidad en papelería corporativa: Principalmente se consideró establecer el logotipo en los uniformes de las personas que formarán parte del proyecto, juntamente con tarjetas de presentación que se las otorgarán a los visitantes con información para agendar las actividades, por último, se establecerán en los diferentes puntos de información turísticas como carteles de ubicación y paneles publicitarios.

2.5.2 Materiales publicitarios.

EL material publicitario establecido en el emprendimiento es la colocación del logotipo en camisetas da varios tamaños, forros de libretas, cuadernos y esferos, tomatodos los cuales son indispensables al realizar las actividades de deportes extremos, imágenes digitales para establecer en redes sociales y por último dentro de videos publicitarios en medios de comunicación audiovisual.

Figura 5. Publicidad del logotipo de la empresa Ecoaventura.



Nota. Elementos publicitarios de la empresa, por autores 2022.

Figura 6. Material publicitario de la empresa Ecoaventura.



Nota. Marketing físico perteneciente a la empresa, por autores 2022.

Unidad 3. Estudio Técnico

3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa

3.1.1 Identificación de la demanda

Para la identificación de la demanda tenemos a personas de género masculino o femenino en un promedio de edad de los 31 a 45 años que su estado civil sea solteros o casados puesto que prefieren viajar con su familia y hasta 5 acompañantes. Dentro de su ocupación pueden ser estudiantes o empleados públicos con ingreso mensual desde los 801 hasta los 1,400.00 dólares.

3.1.2 Número de clientes proyectados

El número de clientes proyectados fija en las 3.836 personas del mercado meta el cual se estima que el proyecto tiene una capacidad de carga de 10 a 15 personas por paquete, dividiendo a 5 personas por actividad dentro de las áreas de deportes extremos.

3.1.3 Consumo aparente con respecto a los servicios demandados

Su preferencia de consumo radica en los deportes extremos especialmente en el puente tibetano y el canyoning con un valor a pagar de 10 a 15 dólares por actividad y en efectivo. Otro servicio para proporcionar es el de alimentación dentro de sitio donde la mayoría de las personas prefieren un pequeño lunch después de realizar las actividades.

3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto

3.2.1 Macro localización:

El parque de recreación y aventura se encuentra ubicado en uno de los países considerado como megadiverso por su diversificación de flora y fauna, ya que gracias a su estructura geológica dividida en regiones que permite el desarrollo de una gran variedad de especies que inclusive se puede considerar un gran porcentaje como endémicas.

Dentro de las cuatro regiones del país se encuentra el Litoral o sierra la cual cuenta con un total de 16 provincias y dentro de ellas la provincia de Imbabura reconocida mundialmente como la “La provincia de los lagos” por poseer una gran variedad de sitios que cuentan con este recurso. Sin embargo, este no es el único medio fluvial de turismo, puesto que posee un total de 13 cascadas reconocidas dentro de su territorio y entre ellas la cascada de Taxopamba la cual es el medio perfecto para la activación turística en el ámbito de deportes extremos.

Geográficamente, el sitio se encuentra en un lugar estratégico con respecto a la proyección de la demanda puesto que, limita con la provincia de Pichincha donde se encuentran el mercado turístico nacional e internacional más grande del país, por poseer el renombre de la capital de la nación “Quito”. Por otra parte, también permite que visitantes de la misma provincia y también del “Centinela del Norte” (Provincia de Carchi) sean parte del mercado meta quienes también tengan la facultad de consumir los servicios establecidos en el emprendimiento.

En cuanto a la forma de adquisición de productos es muy relativa por el hecho de que dentro del proyecto como materia prima se considera a los objetos tanto de protección como elementos para realizar los deportes extremos, los cuales es de prioridad que contengan el registro de originalidad dando por hecho que la compra para una mejor inversión se debe realizar en tiendas extranjeras puesto que se necesita un cantidad considerable de elementos los cuales es probable que no se encuentren en tiendas locales.

Por otra parte, en cuanto a servicios indispensables se encuentran los de comunicación y transporte con los que cuentan el lugar, estos son óptimos para el consumo, sin embargo, se requiere de una pequeña experimentación por un tiempo determinado en sitios, puesto que el servicio de transporte posee horarios y no ingresa directamente al sitio puesto que su última parada se encuentra a escasos metros del ingreso al recurso turístico.

La región cuenta con excelentes servicios públicos básicos como agua potable y luz eléctrica, no obstante, es de mencionar la falta de alcantarillado que tiene puesto que la ruta hacia el sitio es considerada como un camino de tercer

orden. Sin embargo, esto no ha impedido que surjan emprendimientos como tiendas de barrio, abarrotes, restaurantes, etc. a su alrededor que compensen las necesidades de las personas en distintos recursos y atractivos turísticos.

Finalmente, la región según nos menciona la guía de turismo accesible de Ecuador posee un clima “continentalizado húmedo” por la zona geográfica donde se encuentra con una temperatura den entre los 13 a 15 grados centígrados.

Figura 7. Localización del proyecto en mapas geográficos.



Nota. Mapa de ubicación de la comunidad la Compañía [Imagen], por ONG Guaguacuna Aticante – España citada por Espinoza B, 2019, Universidad Técnica del Norte, recuperado de (<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream>).

3.2.2 Micro localización

EL emprendimiento se encuentra a 4.904 kilómetros desde el centro de la ciudad de Otavalo según indica Google Earth, precisamente dentro de la comunidad conocida como Mojandita Curubi que pertenece a la parroquia urbana de San Luís.

El complejo se distribuirá en cuatro subsecciones, la primera es donde se encuentran las instalaciones de los baños, los vestidores y una bodega de equipos que comprende un total de 2010 m² y está considerado que para su construcción se necesitará un total de 2,858.58 dólares sin incluir costos fijos como el agua, la luz y la mano de obra y si se los incluye se obtendrá un total de 2,908.58 dólares. Este se encuentra ubicado en la parte noroeste del sitio justamente al lado izquierdo de la cascada.

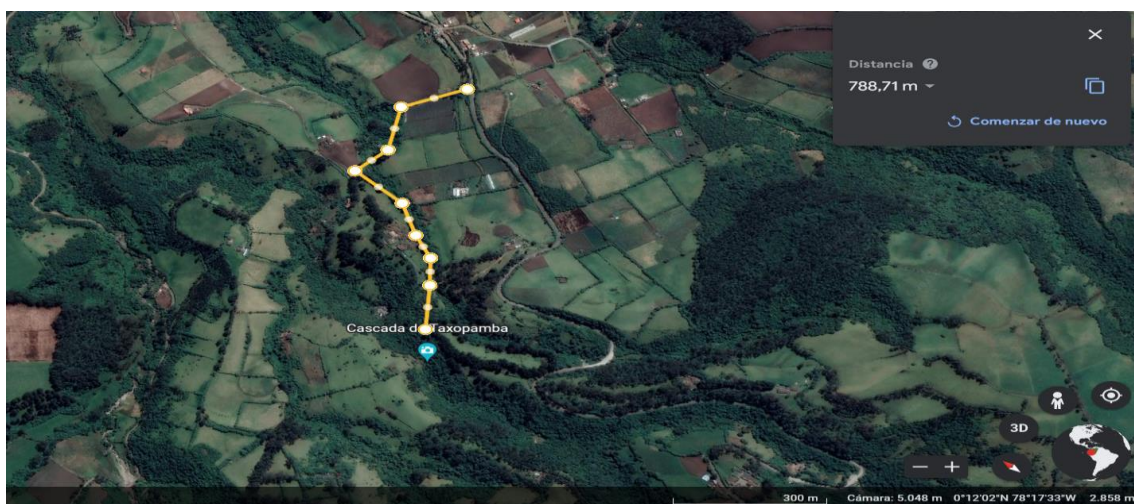
Segunda sección: Para considerar esta actividad de escalada que se encuentra en la cara izquierda de la cascada y posee un total de 10 metros. Su costo está considerado en los 253.99 dólares.

Tercera sección: En esta sección tenemos el sendero hacia la mitad de la cascada donde se divide en dos partes, la primera donde se establecen escaleras de madera y la segunda donde existe un paso rocoso juntamente a una cuerda que funciona como pasamanos de seguridad. Todo en concreto genera un costo total de 355.95 dólares y se establece en la parte noroeste del sitio.

Cuarta sección: Dentro de esta última sección se estima un puente que conecta la entrada al recurso turístico con el sendero establecido a la cara izquierda de la cascada, se encuentra en la parte sur de la zona y su costo promedio de 3000 dólares.

Finalmente, como último punto de consideración tenemos factores positivos como la competencia la cual es escasa a nivel cantonal puesto que no existen parques de aventura que ofrezcan actividades de deportes extremos y factores negativos como la lejanía en la que se encuentra el recurso con el centro de la ciudad impidiendo la globalización en las comunidades cercanas y el desarrollo en cuanto la producción de servicios.

Figura 8. Micro localización del proyecto Ecoaventura.



Nota. Micro localización del proyecto por medio de Google Earth, por autores 2022.

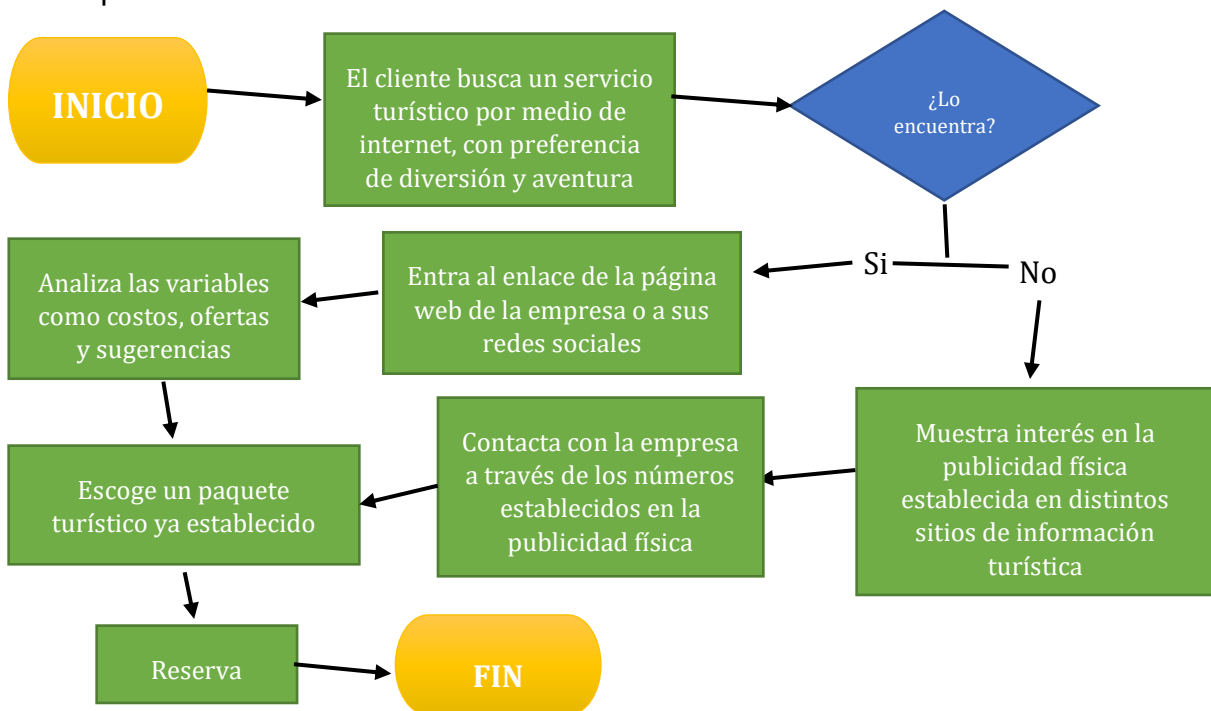
3.3 Identificación y descripción de los procesos

3.3.1 Caracterización y diseño del producto/servicio.

Dado el comportamiento de consumo descrito en el anterior párrafo, implica que el parque de recreación y aventura debería proporcionar un paquete de un total de 5 horas de actividades de deportes extremos incluido un espacio para un lunch a un precio que no supere los 50 dólares. Este producto se diseña en cuanto a las preferencias del consumidor en función a los criterios de segmentos de mercado establecidos en la investigación.

3.3.2 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.

Tabla 6. Flujograma del servicio turístico de la empresa Ecoaventura.



El servicio establecido en el emprendimiento comprende de tres procesos los cuales ayudan a generar un desarrollo óptimo del producto, el primer peldaño del proceso comprende el acercamiento e interacción que se tiene con el usuario quien requiere satisfacer una necesidad, el segundo proceso se considera dentro del establecimiento ofreciendo información de interés hacia el usuario incentivando el consumo del paquete establecido y para su culminación se considera el sello entre la oferta y demanda al establecer un convenio donde se identifiquen los requerimientos de cada uno.

3.4 Ingeniería del proyecto

3.4.1 Distribución de la planta.

La comunidad de Mojandita Curubí cuenta con uno de los más esplendidos atractivos naturales que comprenden toda la zona del cantón Otavalo, gracias a sus diferentes estados geológicos quienes formaron cavernas y cuevas dando paso también a la sedimentación de roca generando un cambio en las vertientes de agua. De esta forma es que se crea la cascada de Taxopamba, la cual posee un total de “15 m en el primer salto y 10 m en el segundo” según nos argumenta la página web propia de la ciudad.

Este atractivo turístico poco reconocido posee un total de 6.845.28 m² incluyendo su sendero tras el análisis dentro de la aplicación de Google Aearth donde, concretamente para el proyecto se requerirá un área total de 13,633.18 m², incluyendo toda la infraestructura establecida para realizar los deportes extremos.

Esta área se subdivide en un total de 4 zonas o secciones, las cuales generan una actividad diferente.

En la primera sección se establecen dos baños divididos en masculino y femenino al igual que los dos vestidores que se encuentran juntamente al lado derecho en la parte noroeste del sitio, donde cada cubículo posee un área de 66 m² que comprende el espacio suficiente para realizar sus diferentes actividades. Tras el desplazo a la siguiente sección a la izquierda se encuentra la bodega que comprende un área total de 108 m², suficientes para organización de todos los equipamientos necesarios para realizar las actividades de deportes extremos. Para su construcción completa es necesario establecer un piso con un área total de 210m².

La segunda sección se encuentra a lado izquierdo de la cascada donde se establece una pared de escalada que contiene un total de 12 anclas fijadas al muro para el apoyo del visitante y que de esta forma pueda subir a la segunda planta del muro, por otra parte, también se encuentra fijado a su lado izquierdo un pasamanos de cuerda, el cual pretende mantener fijado a la persona al muro como también generar más seguridad frente a posibles contratiempos. El área total requerida para esta actividad es de 40 m².

Su tercera sección está comprendida por dos partes, la primera donde se establece un corto sendero terroso desde el punto final de un puente hasta la zona rocosa de la parte derecha de la cascada, esta sección para una mayor comodidad y seguridad se pretende establecer un total de 7 escalones de madera los cuales se encuentran fijos al suelo. Seguidamente a este sendero se encuentra un pequeño tramo de un total de 40 m de roca sólida generada por la geografía del lugar que conduce a la parte media de la cascada, aquí se considera establecer un pasamanos de cuerda el cual permita a los visitantes avanzar hacia la cascada de

manera segura para realizar deportes extremos como rapel y canyoning. El espacio necesario establecido comprende un área total de 2,275 m².

Finalmente, encontramos la cuarta sección en la parte sur del sitio exactamente establecido en la entrada, donde se establecerá un puente tibetano el cual conecte ambas secciones divididas por el estero del río, posee una distancia total de 25m de largo generando de esta forma un área requerida de 50 m².

En adición a esto se añadirá un basurero móvil grande que se encontrará en la parte derecha frontal de la bodega para que los desperdicios no generen contaminación en el lugar.

Para el estilo de construcción se establecerá una medida rústica tanto en los muros como también en las puertas que se las realizarán de madera de caoba para que sea acorde con el ambiente establecido, sin embargo, la forma y estructura del techo de la primera sección se denotará un tanto diferente puesto que se considera colocar un ejemplar de policarbonato que es resistente a la humedad ya que el piso climático donde se encuentra este recurso turístico es continentalizado húmedo la cual genera un deterioro de los objetos mucho más agresivo, por otra parte los baños serán ecológicos para reducir la contaminación del ambiente al igual que la utilización de agua potable y luz eléctrica.

Por otra parte, dentro de las secciones donde se realizan actividades de deportes extremos se pretenden utilizar el equipamiento certificado por

asociaciones como; ANSI, incontec ISO 9001, UL, UIAA Y NFPA internacional, quienes otorgan una seguridad del 99% en cuanto a todo lo que se refiere a deportes extremos como también seguridad y rescate en lugares de riesgo.

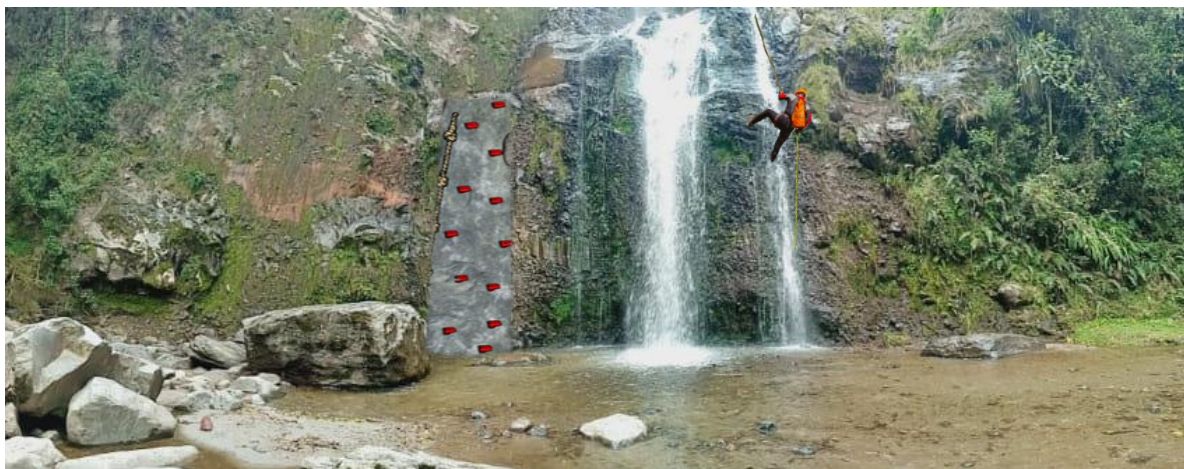
Tras el diseño 3D establecido en la aplicación denominada Sketchup se logró establecer un croquis de la proyección final, junto con aproximaciones milimétricas del estado en el que se encontrarán cada uno de los equipos para los deportes extremos y también la infraestructura que se implementará. Se puso en práctica este método por ser el más efectivo frente a la referencia del estado natural donde se encuentra, logrando una mejor esquematización del proyecto.

Figura 9. Modelo 3D de la infraestructura de la empresa Ecoaventura.



Nota. Modelado 3D del proyecto Ecoaventura mediante la aplicación Sketchup pro con vista vertical, por autores 2022.

Figura 10. Modelo 3D de la infraestructura de la empresa Ecoaventura (ejemplo 2).



Nota. Modelado 3D del proyecto Ecoaventura mediante la aplicación Sketchup pro con vista horizontal, por autores 2022.

Tabla 7. Infraestructura de la empresa Ecoaventura.

Adecuaciones/ construcciones	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Baño, vestidores y bodega	Construcción de estilo rudimentario con cemento, bloque y madera con un área de 210m ²	1	2,908.58usd	2,908.58usd
Pared de escalada	Posee un total de 12 anclas y un pasamanos			

	de cuerda fijados a la pared	1	253.99usd	253.99usd
Pasamanos y gradas hacia la cascada	Expresa un estilo natural y único comprendido por 7 gradas de madera y un pasamanos de cuerda	1	355.95usd	355.95usd
Puente tibetano	Compuesto por maderas y cuerdas sujetas a bases de cemento	1	3000usd	3000usd
TOTAL, PRESUPUESTO				6,518.52usd

3.4.2 Requerimientos por áreas.

Partiendo de la administración tenemos que la maquinaria es un conjunto de máquinas que son fundamentales para la producción y transformación de materia prima mientras que los equipos son herramientas para realizar un servicio o tarea de menor rango que la maquinaria.

3.5 Inversiones y capital de trabajo

3.5.1 Maquinaria y equipos.

Aquí encontramos cada uno de los implementos necesarios para realizar las actividades de deportes de aventura, estos instrumentos provienen de servidores de compra avalados por agencias de certificación aprobadas.

Tabla 8. Maquinaria y equipos de la empresa Ecoaventura.

ÁREA	EQUIPO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	VALOR
	Performace Static 12mm 200m snow	200 m	Para los principiantes y parques de aventura, es bueno comenzar con cuerdas más fuertes, que atrapan mejor las caídas en la seguridad y toda la escalada se vuelve más segura. La cuerda se puede utilizar bien en las rocas, muros de escalada y parques de aventura.	706.00usd
		5	Casco deportivo para Escalada, Rappel, Canopy, Torrentismo,	316.40usd

Deportes extremos de descenso en la cascada	Helmet Galaxy blue (Casco)		Espeleismo y todos los deportes de aventura, ventilación regulable, Almohadilla de polipropileno expandido para protección craneal y que permite su flotabilidad, regulable a toda talla, Certificado CE	
	Jay III M wasabi	5	Arnés Multitalla sin acolchado, recomendado para escalada y trabajos de aventura, 1 porta equipos, certificado. Regulable en cintura desde 50cm hasta 125cm.	347.20usd
	Aviator	5	Descendedor técnico de alturas de aluminio con capacidad de carga 53 kN.	107.00usd

	Tubular Sling 16mm 120cm slate-icemint (602)	5	Son para armado de estaciones, anclajes y áreas de seguridad.	44.80usd
	BORA GP SCREW gris	5	Mosquetón con seguro con una capacidad de carga de 53 kN de aluminio.	78.40usd
	OTTO BIG assorted	5	Desendedor tipo ocho de aluminio con una capacidad de carga de 53 kN.	72.25usd
	Cordex Plus (Guantes). Negro	5	Estos guantes para asegurar y rapelar proporcionan una protección máxima sin sacrificar la precisión. La doble capa de piel y los refuerzos protegen	476.00usd

			<p>la palma de los recalentamientos generados por los descensos en polea y rápeles largos. Las puntas de los dedos y las zonas expuestas están reforzadas para una mayor resistencia. El dorso es de piel con nilón elástico antiabrasión en las articulaciones. El puño de neopreno con cierre de Velcro dispone de un orificio para enganchar los guantes al arnés mediante un mosquetón.</p>	
	Portage 30L	1	<p>El PORTAGE es una mochila de 30 litros robusta y confortable. Está confeccionada con lona (sin PVC) con un ensamblaje del cuerpo y del fondo integralmente soldado para una mayor resistencia. Es</p>	145.60usd

			<p>confortable durante los porteos gracias a sus tirantes acolchados.</p> <p>Adaptada a las condiciones de utilización difíciles, además integra un bolsillo de identificación.</p>	
TOTAL				2,293.65usd

3.5.2 Insumos.

Dentro de los insumos se encuentran los equipos que se deben implementar a la valorización del proyecto que no necesariamente están ligados a las actividades deportivas, sin embargo es imprescindible tener en cuenta.

Tabla 9. Tabla de insumos de la empresa Ecoaventura.

ÁREA	INSUMO	CANT	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNIT.	TOTAL, usd
Baño y bodega	Papel higiénico	4	Papel higiénico Jumbo doble hoja	2.69	10.76

	Fundas	20	Fundas de plástico para recolección de desechos resistentes al líquido y olores.	0.50	10.00
	Pack de recolección de basura	1	Pack compuesto por escoba y recogedor de basura	5.00	5.00
	Limpiador de baños	2	Cepillo limpiador de desechos.	3.00	3.00
TOTAL:					28.76

3.5.3 Inversiones y capital de trabajo.

En la siguiente tabla se encuentra la consolidación de valores provenientes del presupuesto descrito en las tablas anteriores, las cuales generan un total de \$8,840.93.

Tabla 10. Inversión de la empresa Ecoaventura

Construcción/adecuaciones	6,518.52USD
Maquinaria y equipos	2,293.65USD

Insumos y requerimientos	28.76USD
TOTAL	8,840.93USD

3.6 Estructura organizativa y administrativa

3.6.1. Misión.

Nuestro parque de recreación Ecoaventura tiene como propósito ejecutar actividades deportivas extremas y de aventura a través de la cascada de Taxopamba de una forma segura y práctica incitando a todas las personas deseosas de adrenalina y diversión a generar un cambio en su vida.

3.6.2. Visión.

Determinar al parque de recreación Ecoaventura como el principal líder turístico de la provincia de Imbabura y del Ecuador.

3.6.3. Políticas.

- Otorgar soluciones a las necesidades de la comunidad que se generen alrededor de la empresa.
- Generar paquetes turísticos accesibles económicamente para todo tipo de comunidad.
- Incentivar la satisfacción a las expectativas generados dentro de los clientes nuevos y con anterioridad.
- Proporcionar a los empleados un ambiente confortable, cómodo, agradable y seguro como estímulo para que realicen sus actividades factiblemente.
- Facilitar capacitaciones a los nuevos integrantes que pasen a formar parte de la empresa en torno a actividades deportivas o administrativas.
- Rechazar cualquier tipo de corrupción establecida a cualquier nivel administrativo.
- Fomentar un espíritu laboral factible entre los integrantes de la empresa para su buen funcionamiento.

- Formar trabajadores hacederos para el desarrollo laboral óptimo de la empresa.
- Enfrentar las adversidades laborables con legalidad y activamente para consolidar una estructura organizativa fuerte y perseverante.
- Respetar y cumplir las normas establecidas jerárquicamente para un desarrollo óptimo de las empresas.
- Poner en práctica el reglamento establecido sobre la utilización de los equipos como método de seguridad y protección.
- Cumplimiento a cabalidad del sistema formal del código establecido para los uniformes.

3.6.4. Valores.

Transparencia: Será establecida la transparencia como el valor fundamental de la empresa, puesto que será el pilar para establecer confianza entre el cliente y el comerciante del servicio a ofertar.

Puntualidad: Este valor no solo se refleja en el ingreso o salida de quienes pertenecen a la empresa sino también a la forma más eficaz y rápida de otorgar información al cliente.

Lealtad: Se debe practicar este valor como medida de confianza interna de la empresa puesto que la lealtad fomenta una mejor factibilidad en el ambiente laboral.

Disponibilidad: Siempre se debe establecer este valor entre el comerciante y el consumidor del servicio ya que, es la pieza fundamental de enlace para generar un estrecho vínculo.

Empatía: Siempre se debe considerar las actitudes y emociones del cliente especialmente en su atención para fomentar la buena relación con la comunidad.

Seguridad: Es fundamental establecer un ambiente seguro tanto para los consumidores del servicio como también para los laboradores del el por lo tanto se debe efectuar a cabalidad este valor.

Visión: Una empresa sin visión a futuro no tendrá un desarrollo óptimo por ende la empresa deberá estar enfocada en ser perseverante poniendo en práctica este valor.

3.6.5. Marca e imagen corporativa.

La imagen siguiente corresponde al perfil principal que posee la empresa Ecoaventura que será implementada en todo enlace con el proyecto, principalmente en el apartado publicitario y de información que es la principal conexión con el mercado.

Figura 11. Logotipo y slogan de la empresa Ecoaventura.



Nota. Logotipo del proyecto Ecoaventura que se realizó mediante una aplicación online denominada Wix, por autores 2022.

3.6.6. Organigramas.

Figura 12. Organigrama Estructural administrativo de la empresa Ecoaventura.



Para estructurar el anterior diagrama organizacional se constituyeron cuatro bases departamentales las cuales son:

Departamento de salud el cual es de suma importancia dentro de la empresa puesto que, es el pilar fundamental establecido para la seguridad de los visitantes subdividiéndose en dos dependencias más la gestión médica dedicada al control de medicamentos y primeros auxilios que pretende actuar en caso de una emergencia a causa de los riesgos generados en las actividades de deportes extremos.

Departamento de comunicación el cual se refiere a todo lo que respecta comercialización del producto como también la interacción directa con el cliente generando una mayor organización y productividad al emprendimiento. Se subdivide en atención al cliente quien interactúa como intermediario otorgando información sobre las actividades del atractivo, costos de los paquetes, recomendaciones, resolución de inquietudes y control de quejas o sugerencias, por otro lado, también en la publicidad es otra subdivisión la cual tiene como objetivo promocionar al atractivo a través de medios de comunicación e idear innovaciones que causen iniciativa en las personas de visitar el sitio consideran los puntos económicos puesto que, en sus subdivisiones corresponden a la cotización y operación de paquetes y promociones verificando de manera fructífera la factibilidad del producto. Por otra parte, también se rigen las gestiones económicas tales como rendición de cuentas, pago mensual de costos fijos y variables, control de los ingresos económicos y la gestión de inyección económica.

EL cuarto y último departamento está definido dentro de las actividades deportivas que se realizan en el sitio ya que es necesario que se realice con profesionalismo. Dentro de su subdivisión consta la guianza de deportes extremos

la cual pretende realizar dicha actividad de manera práctica y segura beneficiando tanto a la oferta como la demanda además de garantizar la mejor experiencia para los usuarios. Por último, tenemos la guianza de espacios locales la cual hace referencia a la práctica realizada en espacios dentro del emprendimiento pero que no se consideren deportes extremos, estas actividades pueden estar relacionadas con el aviturismo, turismo ecológico y turismo etnográfico-cultura.

Figura 13. Organigrama Funcional de la empresa Ecoaventura.



El pilar fundamental del anterior diagrama funcional es el gerente general que rige y supervisa el cumplimiento de las obligaciones establecidas en cada una de las funciones de los departamentos. Se divide en 4 funciones que son:

El jefe de salud quien supervisa las actividades comprometidas con la seguridad de los usuarios considerando el apoyo del enfermero quien administra los primeros auxilios como también del farmacéutico el cual es responsable de administrar dosis médicas de ser necesario.

La siguiente función pertenece el director de comunicaciones quien está encargado de la supervisión y administración del jefe de atención al cliente como al jefe publicitario encargados de la productividad de interacción directa con el usuario.

El director comercial es el encargado de la supervisión del jefe de ventas quien administra los paquetes turísticos y los cotiza como también del economista encargado en las gestiones bancarias respectivas del emprendimiento.

EL jefe supervisor de actividades deportivas tiene como obligación asegurar la seguridad y recreación de los usuarios en un ambiente factible, contribuyendo con las actividades deportivas del guía como también la guianza local dentro de los parámetros culturales, étnicos y naturales.

3.7. Constitución de la empresa (Empresas SAS) y propiedad intelectual.

La empresa turística Ecoaventura estará constituida como tipo societaria, puesto que, su estructura estará establecida con más de un socio accionista. Este se subdividirá como una sociedad anónima como lo establece la ley de compañías (1999) vigente del presente año en la cual se identifican los siguientes artículos:

El artículo 143 párrafo uno donde se conciben el concepto de la compañía anónima que, según MINTUR, (2014) “es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”. De esta forma se concibe el correcto funcionamiento dentro de su rango legal turístico apegándose de esta forma según lo menciona MINTUR, (2014) “al cumplimiento de todos los requisitos establecidos en la ley de compañías vigente dentro de los artículos 143 al 300 donde se explica la composición jurídica, legal, política, social y económica”.

También se registrará por el artículo 9 el cual dictamina que debe existir “un local donde se contraten los servicios y se mantenga un mínimo de facilidades que permitan la realización y tratamiento de las reservas y contratación de servicios mediante comunicaciones telefónicas, correo postal y/o electrónico” (MINTUR, 2014)

Por otra parte, también es indispensable obtener “una póliza de seguro cuando se ofrezcan modalidades turísticas de aventura, la que deberá incluir a clientes, guía(s) y terceras personas e informar explícitamente las restricciones que imponen la póliza sobre la cobertura, tales como límites de edad, enfermedades preexistentes” (MINTUR, 2014).

Para el Plan de Gestión de riesgos “se considerará los planes de gestión de riesgos definidos por la Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos y cualquier otra normativa que esta institución defina para el lugar donde se realizará la modalidad”. (MINTUR, 2014)

En su segunda sección se establecen los requisitos de comercialización donde se establece el artículo 10 que se refieren a los “requisitos mínimos que una agencia de viajes operadora o dual debe cumplir para mantener prácticas comerciales responsables y asegurar al usuario la veracidad y claridad en la información que transmite sobre las modalidades turísticas de aventura que oferta y comercializa” (MINTUR, 2014).

También se debe tener en cuenta que según el reglamento “si la actividad turística de aventura se realiza en un Área Protegida del Estado Ecuatoriano y en la Provincia de Galápagos, las agencias de viajes operadoras o duales deberán obtener los cupos, patentes y autorizaciones correspondientes de la Entidad pertinente” (MINTUR, 2014).

Por último, se encuentran los requisitos que definen todo lo que respecta a la prestación del servicio donde MINTUR, (2014) lo define como los “requisitos mínimos que deben cumplirse para la adecuada atención al turista y para asegurar la prestación de los servicios conforme a la ley”.

El principal corresponde a la Infraestructura puesto que “el equipamiento, accesorios y equipos, sean estos propios o alquilados y deberán estar en buen estado de funcionamiento acorde a la modalidad que se realiza, ser homologados y contar con certificaciones UL, ULC, CE o UIAA” (MINTUR, 2014).

Como también los requisitos para los guías de turismo la cual la principal es obtener las certificaciones y homologaciones validados por el Ministerio de Turismo correspondiente a las actividades a las cuales esté determinada la empresa turística.

Tras el análisis y ejecución de los requisitos necesarios para establecerse como una empresa turística legal, se requiere igualmente generar su categorización según las fichas establecidas por el MINTUR donde tras su ejecución se constituye que este recurso turístico se encuentra en medio de transición a atractivo donde se establece con una jerarquía de tipo II según los criterios que propone la OEA.

Finalmente, se los clasifica como un atractivo natural en zona boscosa que incluye recursos acuáticos como la caída de agua y un río que permiten la elaboración de diferentes actividades de aventura.

3.8. Propuesta comercial.

EL principal objetivo comercial, es establecer el paquete turístico de aventura como uno de más cotizados dentro de las agencias de viajes que se encuentran dentro de las provincias de Imbabura y Pichincha generando una mayor rentabilidad para el proyecto.

También se considera usar los medios tecnológicos como una página web eficiente la cual posea cualidades como una cotización completa de las actividades a realizar como también atención al cliente en lo que respecta a información de la ubicación del atractivo, resolución de problemas que el cliente considere necesarias y los servicios que constan dentro del establecimiento.

Por último, también se permite establecer promociones dentro de los canales de comunicación como radio, televisión pública e internet incentivando a los amantes de la aventura y recreación a acceder a nuestros servicios.

Unidad 4. Estudio Ambiental

4.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento

4.1.1 Etapa de Construcción.

La creación de un parque de recreación ubicado en la cascada de Taxopamba en el cantón Otavalo en la comunidad de Mojandita Curubi, la misma conllevará a que la utilización de un espacio natural, esto conlleva que el traslado de materiales y el movimiento humano generar un impacto de corto plazo o hasta que el proyecto este establecido dentro de la cascada, la utilización de las vertientes de agua para el uso y manejo de algunos elementos de edificación.

4.1.2 Etapa de Ejecución.

En la etapa de ejecución podremos ir analizando varios elementos que, a lo largo del desempeño de las actividades como la utilización de aditivos para la colocación de presas, clavijas, bolts que son elementos que se encontraran

incrustados en las paredes y rocas colindantes a la cascada generaran un impacto en el agua ya que al utilizar elementos químicos pueden afectar o ser mínimamente invasivos en el agua que corre por la cascada.

4.2 Determinación de la metodología.

El Estudio de Impacto Ambiental permite que un proyecto de emprendimiento genere anticipadamente las implicaciones que conlleva su construcción y ejecución dentro del medio ambiente. El método seleccionado para la evaluación del emprendimiento se lo denomina Criterios Relevantes Integrados (CRI) que según nos menciona León et al. (2022)

Utiliza el índice de valor del impacto ambiental o índice de valoración (IV), el cual especifica los efectos que puede ocasionar un proyecto durante las actividades planificadas en su ejecución. El índice IV es la suma ponderada de ciertos indicadores que miden el impacto tales como intensidad, carácter, duración, reversibilidad, extensión, magnitud y riesgo: este índice clasifica el impacto en virtud del Riesgo de ocurrencia. Las relaciones causas y efectos son planteadas en las matrices de tipo Leopold, en las que se describen actividades del proyecto que tienen impacto y producen efectos en el ambiente.

4.2.1 Simbología del método.

Tabla 11. Simbología del método CRI de la empresa Ecoaventura

C= carácter	RE= reversibilidad	MA= muy alto	MB= muy bajo
EX= extensión	RG= riesgo	AL= alto	NE= neutro
DU= duración	VIA= índice de impacto	ME= medio	
MAG= magnitud	SIG= significado	BA= bajo	

4.2.2 Tipo de acción que genera el cambio.

4.2.2.1 Carácter del impacto.

Este indicador identifica el impacto de cada una de las acciones de un proyecto, para ello toma el signo menos cuando la actividad produce un impacto desfavorable, si la valoración es favorable está se identifica por un signo positivo; si las acciones no producen algún impacto, entonces, no se le asocia ninguna calificación. (León et al., 2022)

4.2.2.2 Intensidad.

Este indicador mide el grado de peligro que posiblemente puede derivarse de las acciones del proyecto sobre la observación de los componentes ambientales, y está comprendido en un rango de 1 a 10, el cual caracteriza el nivel de severidad del impacto estudiado.

4.2.2.3 Extensión o influencia espacial.

La variable E mide, de forma directa o indirecta, el grado de influencia del impacto ambiental sobre las extensiones de superficie que han experimentado variaciones en todos sus componentes ambientales, asociadas con las acciones ejecutadas por el proyecto.

Tabla 12. Cuadro de Extensión y Valoración de la empresa Ecoaventura.

Extensión	Valoración
Generalizado	10
Local	5
Muy Local	2

4.2.2.4 Duración del cambio.

“La variable D da una estimación de la duración de los efectos que se producen sobre los componentes ambientales analizados, debido a las acciones desarrolladas en el proyecto” (León et al., 2022).

Tabla 13. Cuadro de duración, plazo y valoración de la empresa Ecoaventura.

Duración	Plazo	Valoración
>10	Largo	10
5-10	Mediano	5
1-5	Corto	2

4.2.2.5 Magnitud.

Para el caso de la variable M o magnitud del impacto ambiental, su medición es realizada de forma indirecta, es decir, a partir de la relación entre la intensidad de impacto, la extensión espacial del impacto y la duración del impacto y está dada por la siguiente expresión (León et al., 2022):

$$M_i = (I * W_i) + (E * W_e) + (D * W_d)$$

Donde:

Tabla 14. Simbología de la fórmula de magnitud de la empresa Ecoaventura.

I	Intensidad	W_i= peso del criterio intensidad
E	Extensión	W_e= peso del criterio extensión
D	Duración	W_d= peso del criterio duración

M_i= índice de magnitud del efecto i

$$W_i + W_e + W_d = 1$$

4.2.2.6 Reversibilidad.

“La reversibilidad de impacto analiza la capacidad que tiene el sistema de recuperar las condiciones iniciales después de desarrollarse las actividades que produjeron el impacto ambiental” (León et al., 2022).

Tabla 15. Cuadro de la categoría y valoración de la empresa Ecoaventura.

Categoría	Capacidad de reversibilidad	Valoración
Irreversible	Bajo o Irrecuperable. Impacto puede ser reversible a muy bajo plazo (50 años o más).	10
Parcialmente reversible	Media, impacto reversible a largo plazo	5
Reversible	Alta, impacto reversible a corto plazo (0 a 10 años)	2

4.2.2.7 Riesgo.

“Por último, se mide la probabilidad de ocurrencia del impacto ambiental sobre los componentes ambientales presentes en de alcance del proyecto tanto internos o externos, según sea el caso” (León et al., 2022). Se usa los siguientes valores de la escala:

Tabla 16. Cuadro de probabilidad, rango y su valoración de la empresa Ecoaventura.

Probabilidad	Rango (%)	Valoración
Alta	>50	10
Media	10-50	5
Baja	1-10	2

4.2.2.8 Índice integral del impacto ambiental VIA.

“Se realiza a través de un proceso de amalgamiento, para esto se usa una expresión matemática que integra los criterios que se redactaron anteriormente” (León et al., 2022). Su fórmula es:

$$VIA = (R^{wr} * RG^{wrg} * M^{wm})$$

Donde:

Tabla 17. Simbología del índice integral de impacto ambiental de la empresa Ecoaventura

R	Reversibilidad	w_r = peso del criterio reversibilidad
RG	Riesgo	w_{rg} = peso del criterio riesgo
M	Magnitud	w_m = peso del criterio magnitud

VIA= Índice de impacto para el componente o variable i

La sumatoria $w_r + w_{rg} + w_m = 1$

Los pesos relativos asignados a cada uno de los criterios corresponden a los siguientes:

w intensidad = 0.40

w extensión = 0.40

w duración = 0.20

w magnitud = 0.61

w reversibilidad = 0.22

w riesgo = 0.17

4.2.2.9 Significado.

“Es la importancia relativa o al sistema de referencia utilizado para evaluar el impacto. Consiste en clasificar el índice o VIA obtenido” (León et al., 2022). De acuerdo con estas categorías:

Tabla 18. Cuadro de nivel o significado de la empresa Ecoaventura

Índice	Nivel o significado
>8,0	Muy alto
6,0- 8,0	Alto
4,0- 6,0	Medio
2,0- 4,0	Bajo
<2,0	Muy bajo

4.2.2.10 Componentes y factores ambientales para evaluar.

El estudio de línea base va a ser estructurado de la siguiente forma:

Tabla 19. Cuadro de componentes ambientales de la empresa Ecoaventura.

Medio Potencialmente Afectado	Componente Ambiental	Factor afectado
Medio Físico	Agua	Aguas Superficiales
	Suelo	Contaminación
	Aire	Calidad del aire
		Nivel de Ruido
Procesos	Compactación y asiento (suelo)	
Medio Biótico	Flora	Cubierta Vegetal
	Fauna	Diversidad de Especies
		Hábitats
Medio Socioeconómico y cultural	Usos del Territorio	Actividad turística
		Espacios abiertos o salvajes
	Recreativos	Excursión
	Nivel Cultural	Empleo

4.2.2.11 Valoración según la escala cromática .

Tabla 20. Cuadros de valoración según la escala cromática de la empresa Ecoaventura.

Escala cromática Positiva		Escala Cromática Negativa	
Levemente	0-5	Leve	0-5
Moderado	6-10	Moderado	6-10
Severo	11-15	Severo	11-15
Crítico	16-20	Crítico	16-20

4.3 Identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales.

Tabla 19. Cuadro de identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales en construcción de la empresa Ecoaventura.

Medio Potencialmente afectado	Componente Ambiental	Factor Afectado	C	IN	EX	DU	MAG	RE	RG	VIA	SIG	Severidad	Escala cromática
Medio Físico	Agua	Aguas Superficiales	-	3	3	3	3	2	5	2,99	BA	8,98	Moderado
	Suelo	Contaminación	-	3	5	5	4,2	2	5	3,67	BA	15,43	Severo
Medio Biótico	Flora	Vegetación propia del lugar	-	4	2	5	3,4	2	2	2,76	BA	9,40	Moderado
	Fauna	Especies diversas	-	4	4	4	4	2	2	3,05	BA	12,21	Severo
		Habitad		-	4	3	3	3,4	2	2	2,76	BA	9,40
Medio Socioeconómico y cultural	Usos del territorio	Actividades Turísticas	+	4	5	5	4,6	2	2	3,32	BA	15,29	Crítico
		Senderismo	+	5	5	2	4,4	2	2	3,24	BA	14,24	Severo
	Recreativos	Rapel	+	3	2	2	2,4	2	2	2,24	BA	5,36	Moderado
		Canyoning	+	3	2	2	2,4	2	2	2,24	BA	5,36	Leve
	Nivel Cultural	Empleo	+	3	5	5	4,2	2	2	3,14	BA	13,21	Severo

Tabla 20. Cuadro de identificación, evaluación y jerarquización de los impactos ambientales en operación de la empresa Ecoaventura.

Medio Potencialmente afectado	Componente Ambiental	Impacto Ambiental	C	IN	EX	DU	MAG	RE	RG	VIA	SIG	Severidad	Escala cromática
Biofísico	Agua	Contaminación del agua (fuentes hídricas, agua dulce).	-	2	2	2	2	2	4	2,25	BA	4,50	Leve
	Suelo	Perdida de fertilización.	-	3	3	4	3,2	2	5	3,11	BA	9,96	Moderado
	Atmósfera	Esparcimiento de partículas de polvo	-	4	2	4	3,2	2	2	2,66	BA	8,52	Moderado
Biótico	Flora	Pérdida de la cubierta vegetal	-	3	4	3	3,4	2	2	2,76	BA	9,40	Moderado
	Fauna	Perturbación de las especies	-	3	3	3	3	2	2	2,56	BA	7,68	Moderado
	Paisaje	Modificación del paisaje con infraestructura moderna	-	3	2	2	2,4	2	2	2,24	BA	5,36	Leve
Medio Socioeconómico y cultural	Usos del territorio	Actividades Turísticas	-	3	5	4	4	2	2	3,05	BA	12,21	Severo
	Nivel Cultural	Empleo	+	2	3	4	2,8	2	2	2,46	BA	6,88	Moderado

Tabla 21. Matriz de plan de manejo ambiental de Ecoaventura.

PLAN DE MANEJO AMBIENTAL					
		IMPACTO DETECTADO	PLAN DE MITIGACION	PLAN DE MONITOREO	PLAN DE RELACION
BIOFISICO	AGUA	Contaminación provocada por los químicos utilizados para la colocación de bolts (aseguradores en las piedras).	Evitar el contacto de las rocas con el agua que va descendiendo de la cascada de Taxopamba.	Generación de tablas con especificaciones de la calidad del agua.	Apoyo de la comunidad en el cuidado
	SUELO	Erosión causada por el senderismo	Señalizar todos los senderos que no generen un daño masivo al atractivo.	Tablas de satisfacción para evitar la erosión de los caminos.	Apoyo de la comunidad en el cuidado
	ATMOSFERA	Emisión de gases, emisión de partículas de polvo.	Evitar la generación de partículas de polvo al momento de taladrar las piedras. Además de buscar rutas donde se evite la perforación que vuelen las partículas al agua.	Catálogo de restricción de uso de materiales que generen contaminación a la atmosfera.	
BIOTICO	FLORA	Perdida de especies por la afluencia de turistas.	Generar una señalética, la misma que especifique que las especies que allí existen deben ser cuidadas, mantener un espacio idóneo para la conservación de la flora.	Catálogo de especies y conteo de especies.	Capacitación con la comunidad para la preservación de especies
	FAUNA	Migración de especies animales por la presencia de turistas.	Generar bebederos y comederos especialmente para las aves, tratando que la convivencia entre humanos y animales sea recíproca.	Catálogo de especies y conteo de especies.	Capacitación con la comunidad para la preservación de especies
	PAISAJE	Construcciones que pueden afectar a la belleza paisajística.	Evitar la construcción de grandes edificaciones o que alteren los espacios de visión al atractivo.	Ficha de satisfacción del entorno.	
CULTURAL	HOSTELERIA	Creación de nuevas infraestructuras	La creación de una infraestructura con materiales ecológicos mismos que se difuminen con el entorno y no se cree una contaminación visual.	Manejo de estructura y materiales	
	AREA DEPORTIVA	Generación de ruidos por los visitantes.	Hay que especificar que las personas que estén realizando las actividades tengan el respeto hacia el entorno.	Ficha de satisfacción del entorno.	

Unidad 5. Estudio Financiero

5.1. Inversiones y capital de trabajo

5.1.1. Capital de trabajo.

La empresa de Ecoaventura promedió un total de \$18,824.56 como capital de trabajo para su funcionamiento diario. Este consolidado está dividido entre los servicios básicos con un total de \$600.00 en un periodo de 6 meses, los sueldos con un total de \$12,000 diferenciado entre los administradores y los operadores, seguidamente se incluye un total de \$124.56 establecidos dentro de la materia prima y por último los gastos de marketing donde el diseño de imagen corporativa y la producción de material publicitario se realizará durante el primer mes, al contrario del contrato de un administrador de publicidad que será por un periodo de seis meses generando un total de \$6,100.00.

5.1.2 Fuentes de Financiamiento y Costo de Capital.

El monto de inversión propio para la incursión del proyecto es de \$11,500 sumado a este el financiamiento de una entidad externa bancaria de \$28,328 que genera un porcentaje total de \$39,828 que vendría a ser el total de la suma de activos necesarios para que se ponga en marcha el proyecto donde intervienen rubros como la infraestructura, maquinaria, equipos, gastos de instalaciones y el material publicitario.

5.2. Estados Financieros Proyectados: De situación inicial y de Resultados


5.2.1 Balance de situación inicial.

La empresa Ecoaventura para el balance de situación inicial analizó los activos donde intervienen los activos circulantes con un valor de \$18,824.56 divididos entre la caja con un total de \$5,000 y los bancos con un valor de \$13,825. A esto se le suman los activos fijos que poseen un valor total de \$21,003 que cubren rubros de terrenos, edificios, mobiliario, equipos de cómputo, gastos de instalación y los recursos publicitarios generando una suma del activo total de \$39,828.

Seguidamente también se estableció el valor de la suma del pasivo de la empresa donde se considera el préstamo a la entidad bancaria que genera un total de \$28,328 del total pasivo circulante.

Finalmente se instaura el valor obtenido del patrimonio donde intervienen aspectos como los bienes inmuebles los cuales establecen un total de \$10,000, los bienes muebles considerando a los equipos ya adquiridos con un valor de \$500 y por último el aporte en efectivo de \$1,000, generando una suma del capital contable de \$11,500 que al añadirlo a la suma del pasivo otorga el valor obtenido en la suma de activos.

Figura 15. Tabla del balance de situación inicial de la empresa Ecoaventura

			EMPRESA ABC		
			BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2020		
ACTIVO			PASIVO		
Activo Circulante			Pasivo Circulante		
Caja		\$5,000	Proveedores		
BANCOS		\$13,825	Préstamo al Banco del Pichincha		\$28,328
			Intereses por pagar		
			ISR por pagar		
			Anticipo de clientes		
Total Activo Circulante		\$18,824.56	Total Pasivo Circulante		\$28,328
Activo Fijo			Pasivo a Largo Plazo		
Terrenos		\$10,000	Documentos por pagar a largo plazo		
Edificios/construcciones		\$6,519	Total Pasivo Circulante		\$0
Mobiliario y equipo		\$2,305			
Vehículos		\$0.00			
Maquinaria		\$0			
Equipos de cómputo		\$1,900.00			
Gastos de instalación		\$100			
Papelería y útiles		\$0			
Propaganda o publicidad		\$180.00			
Total Activo Fijo		\$21,003			
Otros activos			PATRIMONIO		
Rentas pagadas por anticipado			BIENES INMUEBLES		\$10,000
Derechos de marca de empresa			BIENES MUEBLES		\$500
Total Otros Activos		\$0	APORTE EN EFECTIVO		\$1,000
			Total Capital contable		\$11,500
					28.87%
SUMA DEL ACTIVO		\$39,828	SUMA DEL PASIVO		\$28,328
					71.13%
			SUMA DEL CAPITAL CONTABLE		\$11,500
			SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO		\$39,828
					100%

5.2.2 Tabla de amortización.

La empresa Ecoaventura para el financiamiento bancario estableció un monto de \$28,328 a un plazo de 60 meses considerando que la entidad es el Banco de Pichincha quien ofrece préstamos hipotecarios con una tasa mínima de interés anual de 8.45% generando de esta manera un porcentaje de pago mensual de un monto de \$594.28.

Tabla 24. Tabla de amortización de la empresa Ecoaventura

Plazo	60
Monto	28,328
Tasa anual	8.45%
Tasa mensual	0.70%
Pago mensual	\$594.28
	35656.85
	6,657

5.2.3 Costo de capital.

La utilidad que ofrece para ser factible el proyecto requiere de una inversión total de \$39,828 que porcentualmente es el 100%, el cual se divide entre el capital propio con un total de \$11,500 que equivale al 29% y el financiamiento por la entidad bancaria de un valor total de \$28,328 equivalente al restante 71%.

El interés pasivo registrado a febrero de 2023 es de 6.35% otorgado al capital propio y 8.45% equivalente al financiamiento generando un total de costo de capital de la inversión de 7.84%.

Figura 16. Tabla del cálculo del costo de capital de la empresa Ecoaventura

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	39828	100%		7.84%		7.84%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	11500	29%	6.35%	1.83%		
FINANCIAMIENTO	28328	71%	8.45%	6.01%		

5.2.4 Flujo de caja primer año y proyección a 5 años.

Ecoaventura para la cuantificación de flujo de caja en el año 1 estableció dentro de los ingresos cuatro diferentes paquetes turísticos, el primer producto a ofrecer corresponde a la actividad de canyoning al cual le corresponde un precio de \$20 y se estima que mensualmente se venderán aproximadamente un total de 75 unidades generando un total anual de \$18,000. Igualmente, los paquetes de rapel y escalada establecidos en el proyecto poseen los mismos valores que el primer mencionado, generando un total \$18,000 cada uno.

Por otra parte, el paquete denominado como paso de puente tibetano se considera un valor de \$25 el cual se estima que mensualmente se venderán 150 unidades al mes, otorgando un total de \$4500. Por medio de la suma de todos los valores anuales considerados de cada paquete se obtiene un total de \$99,000 de ingresos administrados en el proyecto.

Finalmente se discurre también a los ámbitos de egresos en donde intervienen aspectos de gastos de funcionalidad de las áreas establecidas para cada paquete en el cual los tres primeros se considera un egreso de \$600 mensuales que anualmente equivale a un total de \$7,200, por otra parte, el paquete establecido dentro del paso por el puente tibetano mensualmente posee un egreso total de \$750 que anualmente corresponde un valor de \$9,000.

Dentro de los valores del mantenimiento se generó un total de \$200 mensuales donde anualmente se estima un valor de \$2400.

Otro ámbito para analizar está establecido dentro de los sueldos y salarios que corresponde a un total de \$2,000 mensuales por el pago a cuatro empleados donde anualmente corresponde a \$24,000. A esto, se le atribuyen los pagos de los décimos que corresponden a dos meses al año un total de \$4,000.

Los egresos establecidos por los impuestos con un total de \$250 que anualmente se estima un total de \$2,400, como también la publicidad correspondiente un valor de \$5,350 el primer mes y consecuentemente 150 los once meses restantes del año que nos concede un total anual de \$7,000.

Dentro de los servicios básicos se estima un total de \$600 mensuales que equivaldría a un total de \$7200 anuales a lo cual se le suma también el pago del prestamos con un valor mensual de \$580.51 y anualmente un total de \$6966.12. Finalmente, tras la suma total de todos estos aspectos se genera un valor total de \$85,766.12 anuales, al cual se le atribuye un flujo de caja total de \$13,233.88.

Figura 17. Tabla de cuantificación de flujo de un año de la empresa Ecoaventura.

INGRESOS	Precio	unidad a la ve	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL ANUAL
Paquete Canyoning	20	75	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000
Paquete Rapel	20	75	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000
Paquete Escalada	20	75	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	18000
Paquete del paso de puente tibetano	25	150	3750	3750	3750	3750	3750	3750	3750	3750	3750	3750	3750	3750	45000
															0
															0
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESOS			8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	8250	99000
EGRESOS															
Paquete de Canyoning			600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Paquete de Rapel			600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Paquete de Escalada			600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Paquete del paso de puente tibetano			750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	9000
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mantenimiento			200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Sueldos y salarios			2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	24000
Decimos										2000				2000	4000
Permisos								1200							1200
Impuestos			250	250	150	150	150	250	250	250	150	150	150	250	2400
Publicidad			5350	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	7000
Servicios Básicos			600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	7200
Arriendo															0
PAG DE PRESTAMO			\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	\$580.51	6966.12
															0
															0
															0
TOTAL EGRESOS			11530.51	6330.51	6230.51	6230.51	6230.51	7530.51	6330.51	8330.51	6230.51	6230.51	6230.51	8330.51	85766.12
FLUJO DE CAJA			-3280.51	1919.49	2019.49	2019.49	2019.49	719.49	1919.49	-80.51	2019.49	2019.49	2019.49	-80.51	13233.88
FLUJO ACUMULADO			-3280.51	-1361.02	658.47	2677.96	4697.45	5416.94	7336.43	7255.92	9275.41	11294.90	13314.39	13233.88	13233.88

5.2.5 Análisis y Evaluación Financiera (VAN TIR).

En la siguiente tabla se corresponden los rubros económicos estimados en los primeros cinco años de los ingresos con un total de \$99,000, en los egresos con un valor de 85,766.12 y el flujo de caja con un total de \$13,233.89. Consecuentemente también se puede apreciar que en el cuarto año se superará el monto de inversión con un total de \$57,056.64.

Figura 18. Tabla de cuantificación de flujo de 5 años de la empresa Ecoaventura

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	
Ingresos	99000	103969.8	109189.084	114670.376	120426.829	
Egresos	85766.12	90071.5778	94593.171	99341.7482	104328.704	
Flujo de caja	13233.88	13898.22	14595.91	15328.63	16098.12	
DATOS PARA LA TIR	-39827.73	13233.88	13898.22	14595.91	15328.63	16098.12
		13233.88	27132.10	41728.02	57056.64	73154.77

Por otra parte, para la evaluación financiera se analiza el incremento anual que se refiere al posicionamiento del proyecto en el mercado sumado la inflación que requiere de un 1,02% otorgando un total de 5.02%. Consiguiente también se considera el porcentaje del costo de capital calculado anteriormente que dentro del proyecto es de 7.84% añadido consecuentemente el valor de inversión que es de \$39,827.73. Al cálculo de estos valores se le atribuye un resultado de un valor actual neto de \$18,399.13 y una tasa interna de retorno de 23.43% reflejando que el proyecto es factible dentro del mercado.

Figura 19. Evaluación financiera de la empresa Ecoaventura.

Incremento anual	5.02%
Costo de capital	7.84%
Inversión	39827.73
VAN	18399.13
TIR	23.43%

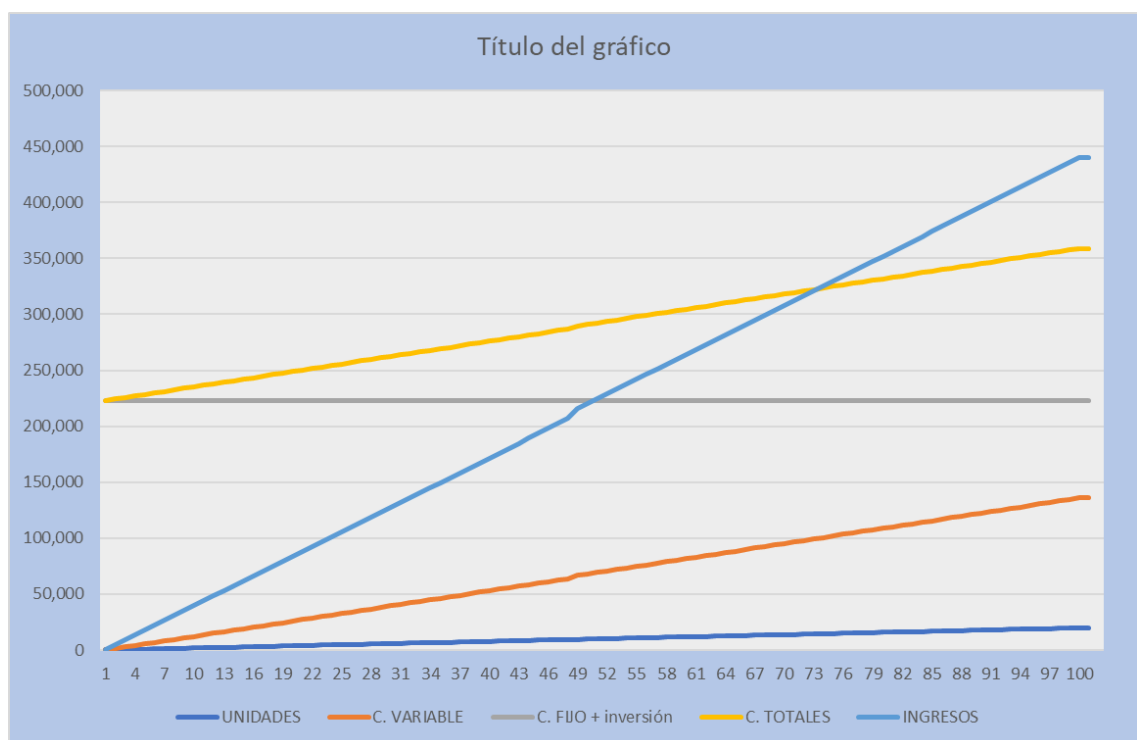
5.2.6 Punto de equilibrio.

Ecoaventura alcanza su punto de equilibrio en el año cuatro con un monto de \$322,803, por ende, se requiere vender un total de 14,673 unidades anuales considerando también el precio ponderado de \$22.00 y un costo promedio ponderado de \$6.80, sin dejar de lado la contribución ponderada de cada producto que es de \$15.20.

Figura 20. Tabla de punto de equilibrio de la empresa Ecoaventura.

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4
UNIDADES VENDIDAS EN EL PERÍODO	3,600	3,600	3,600	7,200
TOTAL UNIDADES		18,000		
% PARTICIPACIÓN/PRODUCTO VENDIDO	20.00%	20.00%	20.00%	40.00%
PRECIO VENTA UNITARIO	\$20	\$20	\$20	\$25
COSTO VENTA UNITARIO	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$5.00
PRECIO PROMEDIO PONDERADO		\$22.00		
COSTO PROMEDIO PONDERADO		\$6.80		
COSTO FIJO DEL PERÍODO		\$183,200		
INVERSIÓN		\$39,828		
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$12.00	\$12.00	\$12.00	\$20.00
MARGEN CONTRIBUCIÓN PONDERADO		\$15.20		
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES		14,673		
PUNTO EQUILIBRIO POR INGRESOS		\$322,803		
PUNTO EQUILIBRIO PRODUCTO / UNIDADES	2,935	2,935	2,935	5,869
PUNTO EQUILIB PRODUCTO / DOLARES	\$58,692	\$58,692	\$58,692	\$146,729

Figura 21. Gráfico de punto de equilibrio de la empresa Ecoaventura.



Conclusiones

Se efectuó la implementación de un parque de aventura con actividades de deportes extremos, así como senderismo en la cascada de Taxopamba ubicada en el cantón Otavalo- Imbabura-Ecuador con la denominación de Ecoaventura dentro del mercado.

En esta tesis se elaboró el modelo de negocio relacionado con el servicio de aventura y actividades recreativas, considerando la forma denominada como Long Tail o Cola Larga el cual pretende enfocarse en los productos que posean menos demanda dentro del sector otorgando una mayor factibilidad dentro del mercado consumidor. Por otra parte, también se logró destacar una forma de venta digital la cual pretenda dinamizar el mercado como también aumentar el flujo de visitantes que consuman los paquetes establecidos.

Consecuentemente, se evaluó la oferta y la demanda en los alrededores del sector Taxopamba, mediante un estudio de mercado donde se corrobora que el mercado meta se encuentra dentro de las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi donde la demanda potencial se encuentra entre hombres y mujeres de 31 a 45 años, que estén solteros o casados y trabajen dentro del sector público privado con un sueldo aproximado de 800 a 1400 dólares.

Seguidamente, también se desarrolló un estudio técnico y administrativo respecto al servicio de deportes extremos y actividades recreativas donde se detalló cada uno de los implementos a utilizar dentro de la infraestructura como los equipos, la maquinaria, insumos, costos de instalación y construcción. Por otra parte, se diseñó una infraestructura adecuada para la implementación de los 4 paquetes turísticos que se identificaron para ofertar que son; el canyoning, rapel, escalada y paso por el puente tibetano. En adición también se tomó en cuenta las áreas de trabajo establecidas como también el personal indicado para efectuarlas.

Posteriormente, se reconoció los posibles efectos del proyecto de deportes extremos y actividades recreativas, mediante un estudio de impacto ambiental implementando el modelo denominado como CRI en donde se detalla los impactos ambientales consecuentes a las etapas de construcción y operación, apreciando todos los aspectos positivos y negativos consolidando también un plan de mitigación para el desarrollo sustentable y sostenible del proyecto.

Finalmente, se determinó la factibilidad del proyecto de implementación de servicios de deportes extremos y actividades recreativas, mediante un estudio financiero el cual nos menciona que el balance de situación inicial es de \$21,003 en el cual se le atribuye un total de \$18,824.56 establecido en el activo circulante.

Por otra parte, la inversión inicial del proyecto es de \$39,828 el cual será financiado por medio de la suma del patrimonio establecido por un valor de \$11,500 y un préstamo al banco Pichincha de un valor total de \$28,328 el cual será solventado dentro de un plazo de 60 meses por medio de una tasa anual de 8.45% generando un pago mensual de \$580.51.

Se consideró que dentro del flujo de caja establecido en el primer año donde se suman los ingresos y egresos de la empresa se le otorga un valor de \$13,233.88. Independientemente también se genera que para el cuarto año de funcionamiento se logre superar la inversión realizada con un monto total de \$57,056.64 considerando también que el proyecto posee una factibilidad consecuente.

Por último, la empresa Ecoaventura alcanzó su punto de equilibrio en el año cuatro con un total de \$322,80, por ende, se debe lograr vender un total de 14,673 unidades anuales.

Recomendaciones

Verificar el estado sociopolítico y reglamentario actual en el que se encuentra el recurso natural cascada de Taxopamba, puesto que puede generar conflictos con los pobladores, como también con los precursores legales.

Socializar la apertura del proyecto a las pequeñas y grandes empresas cercanas del sector como también a los pobladores que se encuentran asentados en el trayecto de la ruta hacia la cascada, para establecer una convivencia pacífica en el proceso de operación turística.

Consultar a los medios políticos relacionados con el estatuto turístico al que pertenece el atractivo, para fomentar el correcto uso del espacio natural con respecto a la construcción de plataformas para realizar deportes extremos.

Analizar factores adversos que pueden afectar al desarrollo de las actividades de aventura, tanto naturales como el clima o derrumbes como también sociales tales como animales domésticos que puedan afectar la integridad de los visitantes.

Actualizar los valores numéricos que se referenciaron dentro del capítulo cinco acerca del estudio financiero por parte de las personas que pretenden poner en marcha el proyecto.

BILIOGRAFÍA

- Echeverría-Cachipuendo, O. y Manosalvas, A. (2016). Modelo de desarrollo turístico para la región de Pesillo, parroquia Olmedo-Cayambe. Tesis. Universidad de las Fuerzas Armadas. Quito-Ecuador. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12732/1/T-ESPE-053805.pdf>
- Echeverría-Cachipuendo, O. Et. al. (2018). Plan de desarrollo turístico para la parroquia Olmedo-Pesillo. Editorial Universitaria UTN. Universidad Técnica del norte. Ibarra-Ecuador. https://issuu.com/utnuniversity/docs/digital_plan_ag#:~:text=Este%20Plan%20de%20Desarrollo%20Tur%20ADstico%20PDTUR%20Olmedo%20%80%93%20Pesillo%202025%20es,de%20la%20poblaci%C3%B3n%20e%20cada
- Espinoza, B. (2019). *INTERPRETACIÓN AMBIENTAL DE LOS SENDEROS DE ACCESO AL VOLCÁN IMBABURA DESDE LA COMUNIDAD LA COMPAÑÍA, OTAVALO-ECUADOR*. Universidad Técnica del Norte.
- Figueroa, omar. (2014). VESTUARIO PARA LA PRÁCTICA DE DEPORTES EXTREMOS EN EL CANTON BAÑOS BAJO NORMATIVAS DE SEGURIDAD INTERNACIONALES. *Repositorio PUCESA*, 1. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/927/1/80198.pdf>
- Galarza, C. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/CA.V9I3.336>
- Gamberini, V., Ruíz, C., & Morales, C. (2019). Aportes y desafíos del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) a la conservación de la biodiversidad en Chile. *Investigaciones Geográficas (España)*, ISSN 0213 4691, ISSN-e 1989-9890, No 72, 2019, Págs. 9-29, 72, 9–29. <https://doi.org/10.14198/INGEO2019.72.01>
- Google Earth. (2023). <https://earth.google.com/web/@0.19575972,78.29273351,2904.48079757a,2143.99802984d,35y,48.37350779h,0t,0r>
- Guevara, S. (2011). “ZONIFICACIÓN ECOLÓGICA-AMBIENTAL DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.” 1.
- H. Congreso nacional y La comisión legislativa y codificación. (1999). *LEY DE COMPAÑÍAS*. <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2022/02/Texto-Legal-N%C2%B012.pdf>
- Hernández, Y., López, D., & Moya, F. (2019). Monitoreo ambiental como herramienta para el seguimiento continuo previsto en la evaluación de impacto ambiental. *Espacios*, 1. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n03/a19v40n03p17.pdf>
- León, A., Condori, N., & Llanque, O. (2022). Evaluación del impacto ambiental en la cantera de roca San Luis de Alba, Puno Perú. *DYNA: Revista de La Facultad de Minas. Universidad Nacional de Colombia. Sede Medellín*, ISSN 0012 7353, Vol. 89, No. 220, 2022, Págs. 195-202, 89(220), 195–202. <https://doi.org/10.15446/dyna.v89n220.92992>

- LIBRARY. (n.d.). *PRESUPUESTO Puente Tibetano 4300 dólares*. Retrieved February 5, 2023, from <https://1library.co/article/presupuesto-puente-tibetano-d%C3%B3lares-innovaci%C3%B3n-desarrollo-atractivos-tur%C3%ADsticos.yeeokdry>
- Mercader, M., Camporeale, P., & Cózar, E. (2019). EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL MEDIANTE LA INTRODUCCIÓN DE INDICADORES A UN MODELO BIM DE VIVIENDA SOCIAL. *Revista Hábitat Sustentable*, 9(2), 78-93. <https://doi.org/10.22320/07190700.2019.09.02.07>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Capacitación*. <https://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio de Turismo. (2020). *REGLAMENTO DE OPERACIÓN TURÍSTICA DE AVENTURA*. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/Reglamento-de-Operacio%C3%81n-Tur%C3%81stica-de-Aventura-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2014). *REGLAMENTO DE OPERACION TURISTICA DE AVENTURA*. www.lexis.com.ec
- Ministerio de Turismo. (2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. www.lexis.com.ec
- Muñoz, E. (2022). La calidad de servicios en deportes de aventura en el cantón Baños de Agua Santa. *Repositorio UTA*.
- Noboa, G. (2011). *Reglamento General de Actividades Turísticas*. www.lexis.com.ec
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Glosario de términos de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Osorio G., R. Et. al. (2022) *Turismo Rural, una radiografía desde Latinoamérica*. Editorial Universitaria UTN. Universidad Técnica del Norte. Ibarra-Ecuador. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/112634>
- Prefectura de Imbabura. (2015). *Imbabura-Una aventura en familia*. www.touribarra.gob.ec/
- Roca/Altura. (2020). *Presas para muro de escalada*. <https://www.rocayaltura.co/inicio/1111-presas-singing-rock-para-muro-de-escalada.html>
- SectorMonFin. (2022). *Tasas de Interés*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/Tasas/eres/Indice.htm>
- Serrano, P., & Valenzuela, E. (2019). *Complejo Turístico para la ciudad de Otavalo*. Dspace. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/20133>

Software para arquitectura, ingeniería y construcción. (2023). *Generador de precios de Ecuador*.

Torres, G., & Vicente, X. (2020). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte turístico en Otavalo - Ecuador. RepositorioUTN. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/10890>

Trujillo, C., Montalvo, C., Rueda, O., & Lomas, K. (2019). El sector organizacional turístico desde una visión internacional. Researchgate. <https://www.researchgate.net/publication/337324145>

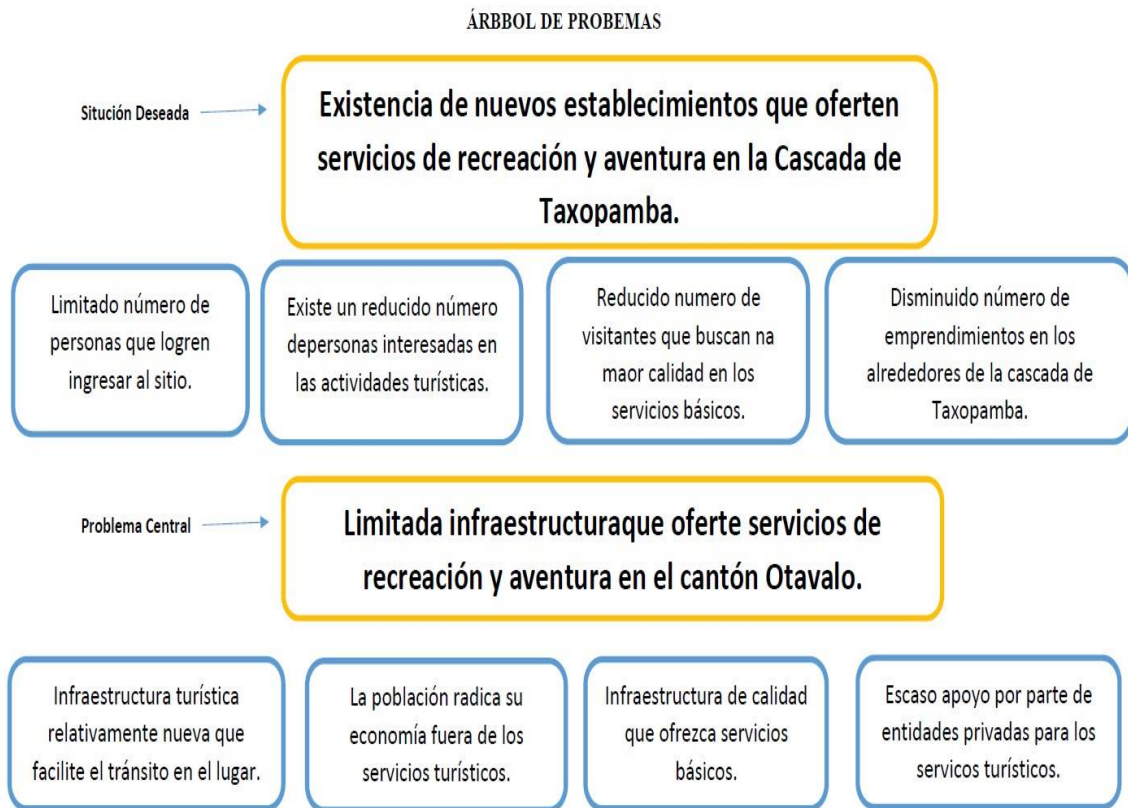
Túquerres, E. y Echeverría-Cachipuendo, O. (2018). Catálogo de atractivos turísticos de la parroquia Olmedo-Pesillo. Universidad Técnica del norte. Ibarra-Ecuador. https://issuu.com/utnuniversity/docs/ebook_atractivos_olmedo

Velasquez, E. (2020, February). *Intag: entre la aventura y la naturaleza*. <https://www.efrainvelasquez.com/intag-entre-la-aventura-y-la-naturaleza/>

Wix. (2023). Creador de Logos | Diseña tu propio logo para tu negocio | Wix.com. https://es.wix.com/logolangdesktop/es/logo-creator?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=19473945266^140131200690&experiment_id=creador%20de%20logos%20gratis^e^643671404043^&gclid=CjwKCAi_6yfBhBNEiwAkmXy56lHQ9tI7Ba_zgiDNljGQe2JcvmIBfTvbNbr6qfi9A5ptr41DkABoCGcQQA_vD_BwE

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas de Ecoaventura.



Anexo 2. Certificado de Urkund.



Identificación de reporte de similitud: oid:21463:218622587

NOMBRE DEL TRABAJO

**PROYECTO DE TESIS_ORTEGA Y VILLAC
RESES.pdf**

AUTOR

ORTEGA - VILLACRESES

RECuento DE PALABRAS

18032 Words

RECuento DE CARACTERES

101000 Characters

RECuento DE PÁGINAS

107 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.3MB

FECHA DE ENTREGA

Mar 28, 2023 2:41 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 28, 2023 2:43 PM GMT-5

● 7% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 7% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 5% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente

Resumen

PARQUE DE RECREACIÓN Y AVENTURA EN LA CASCADA DE TAXOPAMBA

1. 1. Género *

Marca solo un óvalo.

Masculino

Femenino

Otro

2. 2. Edad *

Marca solo un óvalo.

15-20

21-25

26-30

31-45

46-55

más de 55

3. 3. Provincia de residencia *

Marca solo un óvalo.

Pichincha

Imbabura

Carchi

Otro

4. 4. Lugar de residencia *

Marca solo un óvalo.

- Otavalo
- Ibarra
- Cotacachi
- Quito
- Cayambe
- Tulcán
- El ángel
- San Isidro
- Otra

5. 5. Nivel de instrucción *

Marca solo un óvalo.

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Posgrado
- Ninguna

6. 6. Estado Civil *

Marca solo un óvalo.

- Soltero/a
- Casado/a
- Viudo/a
- Unión Libré
- Divorciado/a

7. 7. Ocupación *

Marca solo un óvalo.

- Empleado Público
- Empleado Privado
- Empresario
- Artesano
- Estudiante
- Comerciante
- Otra

8. 8. Nivel de ingresos *

Marca solo un óvalo.

- Menos de 200
- USD201-400 USD
- 401-800 USD
- 801-1400 USD
- 1401-2000 USD
- Ninguna

9. 9. ¿En el último año cuántas veces visitó un lugar que oferte actividades turísticas de recreación y aventura?

Marca solo un óvalo.

- 1 Vez
- 2 Veces
- 3 Veces
- 4 Veces
- Ninguna

10. 10. ¿Con que personas desearía viajar a un complejo turístico?

Marca solo un óvalo.

- Solo
- Pareja
- Familia
- Amigos
- Compañeros de trabajo
- Nunca he viajado a un complejo turístico

11. 11. ¿Entre cuantas personas visitaron un complejo turístico la ultima vez que lo hicieron?

Marca solo un óvalo.

- solo
- 2
- 3
- 4
- 5
- Mas de 5

12. 12. ¿Qué actividad turística le gustaría realizar dentro de un parque de recreación y aventura? *

Marca solo un óvalo.

- Deportes como futbol, básquet y vóley.
- Deportes extremos como escalada, cayoning, rapel, etc.
- Actividades temáticas como convenciones de películas.
- Actividades pedagógicas como investigaciones científicas
- Otras

13. 13. ¿Cuál de los siguientes deportes extremos le gustaría realizar? *

Marca solo un óvalo.

- Canyoning (descenso de cascadas y barrancos)
- Rapel (descenso controlado por diferentes superficies)
- Escalada (la acción de subir a diferentes escenarios por medio de una cuerda y la propulsión de cada persona)
- Puente Tibetano (el cruce de un puente colgante con diferentes dificultades)
- Bon ji jumping
- Ninguna

14. 14. ¿Cuánto dinero considera a pagar por la opción que seleccionó en la anterior pregunta? *

Marca solo un óvalo.

- 10-15 USD
- 16-20 USD
- 25 o más
- Prefiere no comprar
- Menos de 10 dólares

15. 15. ¿Cuánto tiempo considera adecuado para realizar la actividad seleccionada en la anterior pregunta? *

Marca solo un óvalo.

- 1 a 2 horas
- 4 a 5 horas
- 1 día completo
- Mas de 1 dia
- menos de 1 hora

16. 16. ¿Dentro del establecimiento cual seria la modalidad de pago de los servicios que se ofrecen?

Marca solo un óvalo.

- Efectivo
- Transferencia
- Tarjeta de debito o credito
- Otro

17. 17. ¿Cuándo visita un lugar que aspecto considera para poder visitarlo?

Marca solo un óvalo.

- Económico
- Innovación
- Curiosidad
- Por recomendación de alguna persona
- Ninguna de las anteriores

18. 18. ¿Qué actividades extra le gustaría desarrollar dentro del parque de recreación y aventura?

Marca solo un óvalo.

- Caminatas guiadas
- Observación de flora y fauna
- Fotografía
- Otra
- Ninguna

-
19. 19. ¿Cuál es el medio de transporte que prefiere utilizar para viajar?

Marca solo un óvalo.

- Vehículo propio
- Transporte de Turismo
- Transporte interprovincial
- Motocicleta

20. 20. ¿Cuántas veces al año suele salir de viaje ?

Marca solo un óvalo.

- 1 vez a la semana
- 1 vez al mes
- 1 vez al año
- De 2 a 3 veces al año
- Mas de 3 veces al año

21. 21. ¿Qué tipo de servicio de alimentación le gustaría implementar en las actividades turísticas?

Marca solo un óvalo.

- Pic-Nic (Frutas y jugo natural)
- Pambamesa (Granos como maíz, frejol, arveja, tostado, chochos, etc cocinados y entremezclados)
- Refrigerio sencillo (Sanduche con gaseosa)
- Almuerzo (Platos fuertes o a la carta)
- Ninguna de las anteriores

22. 22. ¿Cuál de los siguientes servicios complementarios considera el más importante en un complejo turístico?

Marca solo un óvalo.

- Bancos o Cajeros automáticos
- Tiendas
- Servicios de salud
- Señales telefónicas
- Servicio de internet
- Otro

23. 23. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera más importante en las personas quienes interactúan directamente con el visitante (Guías, vendedores, personas de seguridad, etc)?

Marca solo un óvalo.

- Amabilidad
- Polifuncionalidad
- Actitud
- Conocimiento del área que desempeña
- Transparencia
- Honestidad
- Otro

24. 24. ¿A través de que medio le gustaría informarse más sobre el complejo turístico? *

Marca solo un óvalo.

- Medios online o internet
- Publicaciones en el periódico
- Llamadas personalizadas
- Mensajes personalizados de texto
- Otro

25. 25. ¿Con que frecuencia desearía que le envíen las ofertas y promociones del complejo turístico? *
-

Marca solo un óvalo.

- 1 vez cada día
- 1 vez cada semana
- 1 vez cada mes
- 1 vez cada año
- 1 vez cada 2 años
- Ninguna

