

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE TURISMO



**“COMPLEJO TURÍSTICO PARA ACTIVIDADES DE AVENTURA EN OYACACHI,  
CANTÓN EL CHACO – ECUADOR”**

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de

Licenciado en Turismo

**AUTOR:**

Aigaje Ascanta Deivy Jesiel

**DIRECTORA:**

MSc: Ruiz Erazo Victoria Geovana

Ibarra, 2024



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BLIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. 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			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1550128332		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Aigaje Ascanta Deivy Jesiel		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Vía Cangagua Oyacachi y Avenida Quijos		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:djaigajea@utn.edu.ec">djaigajea@utn.edu.ec</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2991860	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0983338104

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“Complejo Turístico para Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador”
<b>AUTOR:</b>	Aigaje Ascanta Deivy Jesiel
<b>FECHA:</b>	04/03/2024
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciado en Turismo
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	MSc. Ruís Erazo Victoria Geovanna

## 2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 04 días del mes de marzo de 2024

**EL AUTOR:**

(f) 

Aigaje Ascanta Deivy Jesiel

**Autor**

C.C.: 155012833-2

**CERTIFICACIÓN DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR**

Ibarra, 04 de marzo del 2024

MSc. Ruíz Erazo Victoria Geovanna

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.



(f).....

MSc. Victoria Geovanna Ruíz Erazo

**Directora**

C.C.: 040139385-5

## APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR

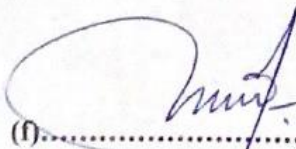
El Comité Calificador del trabajo de Integración Curricular “**COMPLEJO TURÍSTICO PARA ACTIVIDADES DE AVENTURA EN OYACACHI, CANTÓN EL CHACO – ECUADOR**” elaborado por Aigaje Ascanta Deívy Jesiel, previo a la obtención del título de Licenciada en Turismo, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte

(f)   
.....

MSc. Ruiz Erazo Victoria Geovanna

**Directora**

C.C.: 040139385-5

(f)   
.....

MSc. Bedón Suárez Nelson Iván

**Asesor**

C.C.: 100189075-3

## **DEDICATORIA**

El presente proyecto de grado va dirigido con profundo agradecimiento a mis padres, quienes me brindaron apoyo incondicional durante mi formación profesional, de manera personal este proyecto refleja el esfuerzo y dedicación que he depositado en cada contenido redactado, cada palabra escrita lleva consigo un valor incalculable de las largas, por hora de esfuerzo, sacrificio y pasión en mi proyecto. Este proyecto que no representa solo un trabajo escrito, sino también una fuente de inspiración, como un impulso en mi futuro profesional y realización personal. Dedico y agradezco a cada uno de los que formaron parte de este logro significativo, reconociendo que cada aporte es una parte fundamental en la culminación exitosa de mi proyecto.

*Deivy Aigaje*

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso mi sincero y profundo agradecimiento a mi madre y a mi padre, quienes han desempeñado un papel fundamental en mi vida, siendo mi mayor inspiración, apoyo y fuente inagotable de amor que ilumina cada paso de mis días. Agradezco infinitamente a mis respetados docentes de carrera quienes me han acompañado en mi proceso académico, cuyos conocimiento, compromiso, esfuerzo y sabiduría, gracias por darme la oportunidad de construir un pilar más en mi proceso como persona y futuro profesional. Me enorgullece ser parte de mi distinguida Universidad Técnica del Norte, donde tengo el privilegio de llevar los conocimientos y valores que esta institución ha depositado en mí.

A todos aquellos que han formado parte de esta única experiencia, les agradezco por su influencia positiva personal y profesionalmente, A todos ustedes, gracias.

*Deivy Aigaje*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

1.	IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	2
2.	CONSTANCIAS.....	3
	CERTIFICACIÓN DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	4
	APROBACIÓN DEL COMITÉ CALIFICADOR.....	5
	DEDICATORIA .....	6
	AGRADECIMIENTO .....	7
	ÍNDICE DE CONTENIDO .....	8
	ÍNDICE DE TABLAS .....	13
	ÍNDICE DE FIGURAS.....	16
	RESUMEN EJECUTIVO.....	18
	ABSTRACT.....	19
	CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIO.....	20
1.1	Determinación de la idea de negocio .....	20
1. 2	El Problema.....	24
1.2.1	Enunciado del problema .....	24
1.2.2	Planteamiento del problema.....	25
1.2.3	Problema que satisface el emprendimiento propuesto.....	27
1.2.4	Prospectiva.....	27
1. 3	Objetivos .....	29
1.3.1	Objetivo General.....	29
1.3.2	Objetivos específicos .....	29
1.4	Producto o servicio para ofrecer .....	29



1.5 Análisis del macroentorno PESTEL .....	31
1.6 Descripción de modelo de negocio .....	32
1.7 Lienzo Canvas.....	33
1.8 Definición del modelo de negocios aplicado por la empresa .....	34
1.8.1 Venta directa .....	34
1.8.2 Modelo E-commerce:.....	35
<b>CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>36</b>
2.1 Diseño de la investigación .....	36
2.2 Tipos de investigación / Técnicas e instrumento de recolección .....	36
2.2.1 Investigación descriptiva .....	36
2.2.2 Técnicas e instrumento de recolección .....	37
2.3 Diseño del plan muestral y cálculo de la muestra.....	38
2.3.1 Tipo de muestreo.....	38
2.3.2 Muestreo Aleatorio Simple.....	38
2.3.3 Cálculo de la muestra.....	38
2.3.4 Muestreo poblaciones finita.....	40
2.3.5 Instrumento de recolección de datos.....	41
2.4 Segmento de mercado consumidor (Perfil del Turista). .....	42
2.5 Análisis de datos del mercado.....	44
2.5.1 Generalidades del público encuestado .....	44
2.5.2 Preferencia de consumo del producto, comportamiento del consumidor ....	46
2.5.3 Cruce de variables.....	47
2.6 Análisis del producto .....	51

2.7 Análisis de la demanda .....	52
2.8 Análisis de la oferta .....	53
2.9 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto .....	54
Capítulo III. ESTUDIO TECNICO .....	56
3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa.....	56
3.2 Análisis y determinación de la localización optima del proyecto.....	57
3.2.1 Macro localización:.....	57
3.2.2 Micro localización: .....	60
3.3 Ingeniería del Proyecto .....	62
3.3.1 Diseño del producto/servicio .....	62
3.3.2 Rappel .....	66
3.3.3 Senderismo en montañas y bosques.....	67
3.3.4 Escalada .....	68
3.3.5 Canyoning .....	69
3.3.6 Precios de los actividades o producto. ....	70
3.3.7 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio.....	71
3.3.8 Obra civil necesaria.....	72
3.3.9 Planos de instalación .....	73
3.4 Requerimiento por áreas. ....	75
3.4.1 Maquinaria y Equipo.....	75
3.4.2 Insumos y mobiliario .....	78
3.4.3 Inversión y capital de trabajo.....	79
3.5 Inversión total .....	80

Capítulo IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	81
4.1 Estructura organizativa y administrativa .....	81
4.1.1 Misión .....	81
4.1.2. Visión.....	81
4.1.3. Políticas.....	81
4.1.4. Valores .....	82
4.1.5. Marca e imagen corporativa.....	83
4.1.6 Organigrama Estructural.....	89
4.1.7 Organigrama Funcional .....	90
4.2 Constitución de la empresa (Empresa SAS) y propiedad intelectual .....	91
4.2.1 Permiso de funcionamiento.....	91
4.2.2 Constitución de la empresa .....	91
4.2.3 Registro único de contribuyente (RUC) .....	92
4.2.4 Permisos adicionales.....	93
4.3 Propuesta comercial .....	94
CAPITULO V. ESTUDIO AMBIENTAL .....	99
5.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento .....	99
5.2 Descripción de los componentes y factores ambientales .....	100
5.3 Definición de métodos de Evaluación de impactos Ambientales.....	101
5.3.1 Matriz de Criterios Relevantes Integrados.....	101
5.3.2 Criterios de valoración.....	102
5.4 Identificación y evaluación de los impactos ambientales .....	107
5.5 Resumen de Evaluación de Impactos Ambientales .....	116

5.5.1 Grafico estadístico de los impactos generados .....	117
5.6 Jerarquización de los impactos .....	118
5.7 Plan de manejo ambiental .....	120
CAPITULO VI. ESTUDIO FINANCIERO .....	126
6.1 Inversiones y capital de trabajo.....	126
6.1.1 Capital de trabajo .....	126
6.2 Estados financieros proyectados .....	126
6.2.1 Balance de situación inicial .....	126
6.2.2 Tabla de amortización.....	127
6.2.3 Costo de capital.....	129
6.2.4 Flujo de caja primer año.....	129
6.2.5 Flujo de caja primer año y proyección a 5 primeros años .....	132
CONCLUSIÓN.....	134
RECOMENDACIONES.....	136
BIBLIOGRAFÍA .....	138
ANEXO.....	141

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Evaluación de idea de negocio.....	23
<b>Tabla 2.</b> Rangos por considerar para la evaluación de ideas .....	23
<b>Tabla 3.</b> Análisis PESTEL .....	32
<b>Tabla 4.</b> Modelo de negocio Lienzo Canvas.....	33
<b>Tabla 5.</b> Población.....	39
<b>Tabla 6.</b> Segmento de mercado .....	42
<b>Tabla 7.</b> Demanda potencial.....	52
<b>Tabla 8.</b> Oferta turística de actividades de aventura. Competencia .....	54
<b>Tabla 9.</b> Proyección de la demanda insatisfecha.....	54
<b>Tabla 10.</b> Productos de aventura .....	65
<b>Tabla 11.</b> Características de la actividad de aventura rappel/Descenso del ave .....	66
<b>Tabla 12.</b> Características de la actividad de aventura senderismo/Grieta del cielo .....	67
<b>Tabla 13.</b> Características de la actividad de aventura escalada/Nido del Cóndor.....	69
<b>Tabla 14.</b> Característica de la actividad de aventura canyoning .....	70
<b>Tabla 15.</b> Costo por producto.....	70
<b>Tabla 16.</b> Centro de operación .....	74
<b>Tabla 17.</b> Equipos para rappel, escalada, canyoning y senderismo .....	75
<b>Tabla 18.</b> Equipo de cómputo .....	77
<b>Tabla 19.</b> Papelería y útiles .....	78
<b>Tabla 20.</b> Propaganda o publicidad.....	78
<b>Tabla 21.</b> Capital de trabajo proyectado para el primer semestre de operación. ....	79
<b>Tabla 22.</b> Inversión total .....	80

<b>Tabla 23.</b> Descripción de colores .....	85
<b>Tabla 24.</b> Descripción figuras .....	85
<b>Tabla 25.</b> Proceso de diseño de la marca. ....	87
<b>Tabla 26.</b> Actividades en etapa de construcción y operación del “Complejo Turístico para Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador” .....	100
<b>Tabla 27.</b> Factores y Componentes Ambientales.....	100
<b>Tabla 28.</b> Identificación de impactos ambientales .....	107
<b>Tabla 29.</b> Matriz de intensidad de los impactos ambientales.....	108
<b>Tabla 30.</b> Matriz de Extensión de Impactos Ambientales .....	109
<b>Tabla 31.</b> Matriz de Duración de Impactos Ambientales.....	110
<b>Tabla 32.</b> Matriz de Reversibilidad de Impactos Ambientales .....	111
<b>Tabla 33.</b> Matriz de Incidencia de Impactos Ambientales.....	112
<b>Tabla 34.</b> Matriz de Magnitud de Impactos Ambientales .....	113
<b>Tabla 35.</b> Matriz de Valor del Índice Ambientales .....	114
<b>Tabla 36.</b> Matriz de Severidad de Impactos Ambientales .....	115
<b>Tabla 37.</b> Resumen de impactos ambientales .....	116
<b>Tabla 38.</b> Jerarquización de los impactos en la fase de construcción .....	118
<b>Tabla 39.</b> Jerarquización de los impactos en fase de operación.....	119
<b>Tabla 40.</b> Plan de manejo ambiental .....	121
<b>Tabla 41.</b> Balance de situación inicial .....	127
<b>Tabla 42.</b> Tabla de amortización.....	128
<b>Tabla 43.</b> Costo de capital.....	129
<b>Tabla 44.</b> Cuantificación de flujo 1 año.....	131

**Tabla 45.** Flujo 5 años..... 133

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Variables sociodemográficas.....	45
<b>Figura 2.</b> Cruce de variable entre preferencia de actividades de aventura con género, edad y lugar de residencia.....	47
<b>Figura 3.</b> Cruce de variable entre nivel de intención de realizar actividades de aventura y género, edad, lugar de residencia, e ingreso económico.....	49
<b>Figura 4.</b> Cruce de variables precio considerado a pagar por las actividades de aventura y la edad.....	50
<b>Figura 5.</b> Macrolocalización .....	59
<b>Figura 6.</b> Microlocalización de la comunidad de Oyacachi.....	62
<b>Figura 7.</b> Diseño arquitectónico.....	73
<b>Figura 8.</b> Isologo.....	84
<b>Figura 9.</b> Aplicación del logotipo en stand publicitario.....	86
<b>Figura 10.</b> Aplicación del logotipo en una camisa.....	87
<b>Figura 11.</b> Organigrama administrativo de la empresa.....	89
<b>Figura 12.</b> Organigrama operativo de la empresa.....	90
<b>Figura 13.</b> TikTok.....	95
<b>Figura 14.</b> WhatsApp Business.....	96
<b>Figura 15.</b> Facebook .....	97
<b>Figura 16.</b> Instagram.....	97
<b>Figura 17.</b> Sitio web.....	98
<b>Figura 18.</b> Porcentajes de impacto en la etapa de construcción.....	117
<b>Figura 19.</b> Porcentajes de impacto en la etapa de construcción.....	117



**Figura 20.** Porcentajes de impacto en la etapa de construcción..... 118

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto engloba un estudio de factibilidad para la implementación de un “Complejo Turístico para Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador”, surge como respuesta a las diversas problemáticas que enfrenta la comunidad, especialmente la limitada oferta y servicio turístico actual. En este contexto, el proyecto busca diseñar una propuesta que contribuya al desarrollo local, diversificando la oferta turística y respondiendo a las cambiantes demandas del mercado. se plantean objetivos estructurados desde la identificación del modelo de negocios, respaldado por un estudio de mercado que, valida la veracidad del proyecto, la metodología incluye la recopilación de datos a través de 385 encuestas dirigidas a personas de Quito, Cayambe y la provincia de Imbabura, identificados como segmento clave debido a su proximidad con Oyacachi, estas encuestas permitieron identificar el perfil del turista y sus preferencias. El estudio técnico aborda el diseño para la implementación de actividades como rappel, senderismo, escalada y canyoning alineándolas con las más preferencias de los encuestados, donde consta la determinación del tamaño óptimo de la empresa, la construcción necesaria y las estructuras organizativa y administrativa, finalmente para garantizar y obtener datos que respalden la factibilidad del proyecto se abordó un estudio financiero que define la inversión y capital de trabajo necesario. Con un presupuesto de inversión total de \$62.055, se proyecta recuperar la inversión al cuarto año de operación, resaltando la viabilidad financiera del proyecto. Estas cifras respaldan la factibilidad del proyecto no solo como una iniciativa turística, sino también como el impulsor de desarrollo local y respuesta efectiva a la necesidad del mercado actual.

**Palabras clave:** *Estudio de factibilidad, complejo turístico, investigación, actividades de aventura, desarrollo local, recursos naturales, factibilidad.*

## ABSTRACT

This project includes a feasibility study for the implementation of a "Tourist Complex for Adventure Activities in Oyacachi, El Chaco canton - Ecuador", which arises as a response to the various problems faced by the community, especially the limited supply and current tourist service. In this context, the project seeks to design a proposal that contributes to local development, diversifying the tourism offer and responding to changing market demands. The objectives are structured from the identification of the business model, supported by a market study that validates the veracity of the project, the methodology includes the collection of data through 385 surveys to people from Quito, Cayambe and the province of Imbabura, identified as key segment due to its proximity to Oyacachi, these surveys allowed to identify the profile of the tourist and their preferences. The technical study addresses the design for the implementation of activities such as rappelling, hiking, climbing, and canyoning, aligning them with the preferences of those surveyed, including determining the optimal size of the company, the necessary construction, and the organizational and administrative structures. With a total investment budget of \$62,055, the investment is projected to be recovered by the fourth year of operation, highlighting the financial viability of the project. These figures support the feasibility of the project not only as a tourism initiative, but also as a driver of local development and an effective response to current market needs.

**Keywords:** Feasibility study, tourism complex, research, adventure activities, local development, natural resources, feasibility.

## **CAPITULO I. IDEA DE NEGOCIO**

### **1.1 Determinación de la idea de negocio**

Según la OMT; El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo (UNWTO, 2019, p.37).

Ecuador es uno de los países considerados como destino turístico con gran potencial en lo que respecta al turismo de aventura, ha ido posicionándose debido a las riquezas naturales que posee, promocionando así a la práctica de deportes de aventura. En la actualidad, existen alrededor de 21 modalidades autorizadas que se ofertan en nueve provincias del país, entre las principales están Pichincha, Cotopaxi, Napo, Tungurahua, Chimborazo, Azuay y Pastaza. Cabe mencionar que, en el Reglamento de Turismo de Aventura del Ministerio de Turismo, en el Art. 6, señala que las modalidades de turismo de aventura se dividen en entornos naturales, esto es agua, tierra y aire (Carvache, Carvache, Carvache, & Recalde, 2018).

Además, esta esta modalidad turística tiene vialidad debido a la creciente motivación que genera en el mercado y es una de las más amigables con el medio ambiente debido a sus características, como lo mencionan Moral, Cañero, & Francisco:

Las nuevas motivaciones del turista están provocando un cambio en el comportamiento de éste, y debido a esto, nuevas tipologías turísticas como esta que nos ocupa se hacen cada vez más presentes en la demanda. Así, las empresas dedicadas al turismo de aventura ofertan nuevos productos, cada vez más exclusivos y ajustados a las necesidades del cliente, configurándose así

una estructura turística propia para este tipo de turismo, sin necesidad de depender de otras tipologías turísticas o de otros segmentos del mercado turístico. El turismo de aventura además, es considerado por determinadas poblaciones como una forma de desarrollo sostenible, lo que provoca un aumento en su oferta, lo cual conduce a un mayor número de turistas que lo practican (Moral, Cañero, & Francisco, 2013, p. 334).

Mediante una matriz de lluvia de ideas de negocios se realizó un proceso de selección mediante criterios previamente establecidos para seleccionar el proyecto con mayor factibilidad y posibilidad de implementación, en la selección de la idea de negocio, se definieron parámetros que sirvieron como criterios de evaluación, asignado puntajes dependiendo del cumplimiento de cada criterio, dichos puntajes oscilan entre uno que es el valor mínimo y cinco como máximo valor a obtener.

El proyecto denominado “Complejo Turístico de Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón El Chaco - Ecuador”, con una puntuación total de 14, superando a las demás ideas de negocios que se evaluaron y se presenta como el proyecto con mayor posibilidad y factible de emprender, veredicto que se fundamenta en las ventajas identificadas mediante el análisis de parámetros o criterios considerados, como:

**Proximidad del mercado:** Estratégicamente el proyecto está ubicado a pocas horas de ciudades claves como de Quito, Cayambe y la provincia de Imbabura, siendo el segmento de mercado consumidor más recurrentes a Oyacachi, por lo que este segmento de mercado es favorable debido a su densidad poblacional, otorga al proyecto una puntuación de cuatro puntos.

**Proximidad de realización:** Oyacachi exhibe recursos naturales óptimos para la implementación de modalidades turísticas de aventura, respaldado por el interés de la comunidad en consolidar a la zona como un sector y destino turístico, con el fin de mejorar la calidad de vida y el desarrollo turístico.

**Experiencia y conocimiento de la modalidad turística:** El autor del presente trabajo cuenta con el conocimiento y experiencia en el ámbito turístico y modalidades de aventura necesaria para llevar a cabo el proyecto, además del entendimiento profundo de la zona geográfica, factores ambientales, climático y flujo de turistas.

**Volumen de inversión y capacidad de financiamiento:** Se complementa financiar tanto la construcción como la operación de la empresa mediante créditos que otorgan las entidades bancarias o inversión privada, el proyecto busca demostrar la viabilidad y factibilidad que la empresa puede alcanzar, con la finalidad de atraer inversores y garantizar la exitosa implementación de la empresa.

**Tabla 1.** *Evaluación de idea de negocio*

<i>No</i>	<i>Idea de negocio</i>	<i>Proximidad del mercado</i>	<i>Proximidad de realización</i>	<i>Experiencia y conocimiento de la modalidad turística</i>	<i>Volumen de inversión y capacidad de financiamiento</i>	<i>Total</i>
<b>1</b>	Turismo de aventura en Oyacachi	4	4	4	2	<b>14</b>
<b>2</b>	Cafetería temática en Nanegal	3	4	3	2	<b>12</b>
<b>3</b>	Artesanías San Antonio	4	3	2	2	<b>11</b>
<b>4</b>	Jardín etnobotánico Cuicocha	4	3	3	1	<b>11</b>
<b>5</b>	Centro de Paitball en Nanegal	3	4	3	2	<b>12</b>

**Fuente:** Elaborado por el autor, 2023

**Tabla 2.** *Rangos por considerar para la evaluación de ideas*

<b>Rangos por considerar</b>	
<b>1</b>	Nula o casi nula posibilidad o disponibilidad
<b>2</b>	Poca posibilidad o disponibilidad
<b>3</b>	Mediana posibilidad o disponibilidad
<b>4</b>	Favorable posibilidad o disponibilidad
<b>5</b>	Alta posibilidad o disponibilidad

**Fuente:** Elaborado por el autor, 2023

## **1. 2 El Problema**

Limitada diversidad en la oferta turística de la comunidad de Oyacachi.

### ***1.2.1 Enunciado del problema***

La comunidad de Oyacachi ubicada en la provincia de Napo en una región montañosa rodeado de una exuberante belleza paisajística, ríos y aguas termales, se enfrenta a una limitada diversidad en la oferta turística, a pesar de contar con recursos naturales óptimos para diversificar e implementar modalidades turísticas, sean en elementos como: aire, agua y tierra, el desconocimiento, falta de apoyo profesional y técnico, financiamientos e iniciativa en el desarrollo turístico por parte de la comunidad y el gobierno. Por lo que se evidencia un desaprovechamiento de los recursos y generar alternativas que podrían aprovechar el potencial turístico de la zona.

Históricamente la comunidad de Oyacachi ha dependido de sus aguas termales, consolidándose como un destino de aguas termales, lo que ha contribuido en gran parte al desarrollo turístico de la localidad, sin embargo esto se ha conllevado a una dependencia excesiva en el complejo turístico con el nombre de “Las Termas de Oyacachi”, enfocándose la mayor parte de esfuerzos y financiamiento como prioridad, limitando y dejando de lado otros potenciales recursos que podrían enriquecer la oferta turística de la zona.

Según el estudio de Zhunio (2016), prácticamente la apertura al turismo se da con la construcción del Complejo Termal en 1999, no obstante, existe una amplia oferta en valores culturales (vestidos, restos arqueológicos tradiciones), escénicos (paisaje, ríos, cascadas), de biodiversidad (avifauna, flora) y de aventura. La mayoría de los visitantes al lugar lo hacen motivados por las termas. Según Héctor Parion, presidente del Centro de Desarrollo Comunitario



de Oyacachi en el año 2014, el turismo aportó a la comunidad con \$120.000, los mismos que fueron depositados en una caja comunitaria. Dichos fondos son en parte destinados al ahorro, otra para otorgar créditos y otra parte para la reinversión y mejoras en distintas áreas, como las termas, restaurantes, vialidad, etc. Así, mismo el señor Parion, indicó que al inicio de la actividad turística, la comunidad en general no creía que ésta podría llegar a ser representativa en la zona. (p. 9)

Estos enfoques unidimensionales implican riesgos a largo plazo, por la poca diversidad de servicios, actividades, y productos turísticos resulta en una experiencia monótona que limita la experiencia de los visitantes y puede no satisfacer las cambiantes demandas del mercado, resultando en la pérdida y disminución de la afluencia de visitantes al sector, esta falta de diversificación puede generar un declive afectando de manera negativa a la comunidad y el desarrollo turístico, generando una serie de efectos negativos entre los cuales se encuentran limitadas fuentes de trabajo, ingresos económicos muy escasos y la oportunidad del crecimiento turístico local.

### ***1.2.2 Planteamiento del problema***

El análisis de problemas es una de las herramientas fundamentales en la planificación, especialmente en proyectos. El análisis del árbol de problemas, llamado también análisis situacional o simplemente análisis de problemas, ayuda a encontrar soluciones a través del mapeo del problema. Identifica en la vertiente superior, las causas o determinantes y en la vertiente inferior las consecuencias o efectos. (El ÁRBOL DE PROBLEMAS)

Mediante un árbol de problemas se analiza las causas y efectos del cual se determina el problema central, mismas que se detallan en la (Anexo 2). Y que se mencionan a continuación:

Las causas y efectos identificadas revelan que la poca oferta turística que se presenta en la comunidad de Oyacachi está arraigada a distintos factores que incluyen la falta de profesionales especializados, insuficiente investigación, desconocimiento de las potencialidades de la zona y la limitada inversión local, esta combinación de obstáculos ha desembocado en un estancamiento en el pleno desarrollo del sector turístico de la zona, saturando a los visitantes en un solo atractivo turístico “Las Termas de Oyacachi”, dependencia que afecta y repercute en la sostenibilidad del turismo local, corriendo el riesgo de dejar de lado y descuidar otros recursos naturales y que pueden ser una fuente de desarrollo debido al gran potencial que resguarda. Esta situación concibe factores vulnerables en el sector turístico debido a los cambios inesperados de la demanda del mercado, desequilibrando al sector turístico, implicaciones económicas y el desarrollo local de la comunidad, porque no cuentan con otras alternativas que diversifiquen las actividades turísticas.

Todas estas causas y efectos mencionados previamente dan como consecuencia que actualmente exista un poca oferta turística, si la situación actual persiste a largo plazo provocaría una monotonía en la oferta turísticas de Oyacachi, limitando a la experiencia y satisfacción de los turistas. Para abordar esta problemática, se propone la implementación de modalidades de turismo de aventura como una solución para diversificar la oferta actual, complementando y aprovechando de manera sostenible el potencial máximo de los recursos naturales de la zona,

En síntesis, la falta de diversificación en la oferta turística de Oyacachi, deriva de causas como la falta de profesionales, desconocimiento de la comunidad, limitadas modalidades turísticas, escasa inversión privada y apoyo gubernamental, afectando significativamente el desarrollo de la zona, la implementación de actividades de aventura busca cubrir la problemática

principal, planteando el presente proyecto como una estrategia para diversificar y aprovechar sosteniblemente los recursos disponibles en la comunidad.

### ***1.2.3 Problema que satisface el emprendimiento propuesto***

El proyecto aborda la principal problemática de la limitada oferta turística en la comunidad de Oyacachi, aspirando a diversificar la propuesta turística mediante las diferentes actividades de turismo de aventura, enfoque que busca no solo el de ampliar la variedad la oferta turística, sino también aprovechar de forma sostenible los recursos naturales presentes en la zona, que cuentan con un potencial significativo para implementar actividades turísticas. Esta propuesta pretende catalizar el desarrollo turístico de la zona con un proyecto sostenible que genere beneficios tanto al entorno natural como a la comunidad local.

### ***1.2.4 Prospectiva***

#### **Prospectiva positiva**

Con la implementación de actividades de turismo de aventura, se aspira el cubrir las demandas del mercado mediante la diversificación de actividades en el destino, consolidar y complementar con actividades al destino, con una visión a largo plazo de posicionar a Oyacachi como un destacado destino de aventura, este enfoque busca situar a la zona entre los destinos preferidos por aquellos que buscan vivencias emocionantes y llenas de adrenalina en entornos naturales. Esta alternativa tiene el potencial en generar significativamente una mayor afluencia de turistas, generando beneficios tangibles para la comunidad, entre estos beneficios esperados se incluyen mejora de la calidad de vida, beneficios económicos, político y social, todos basados en la implementación sustentable y sostenible del turismo de aventura que aprovechan los elementos naturales presentes en la zona. En resumen, este proyecto se plantea como una alternativa para potenciar significativamente el desarrollo del turismo en la comunidad.

### **Prospectiva negativa.**

En caso de que la situación actual del turismo en Oyacachi persista, se evidencia la ausencia de estrategias que potencien el turismo, lo que genera una serie de consecuencias negativas que afectarían el desarrollo y la sostenibilidad de la comunidad, desencadenando un estancamiento y pérdida de flujo de turistas. Las limitadas iniciativas existentes en la zona no estarían en la altura de satisfacer las cambiantes demandas del mercado, generando un impacto negativo y la pérdida del interés por el mercado.

La dependencia continua en los atractivos turísticos establecidos provoca una monotonía en las actividades turísticas que ofrece en la zona, esto se traduce en saturar a los visitantes en los atractivos actuales. Situación que afecta tanto la experiencia de los turistas como la sostenibilidad del entorno natural y de los propios atractivos. Este escenario afecta al desarrollo, teniendo repercusiones en la infraestructura local, debido a la falta de inversión para realizar mantenimiento y mejorar los servicios y atractivos turísticos que conlleva a la decadencia progresiva.

En última instancia, es necesario considerar adoptar medidas que contrarresten las problemáticas mencionadas, por lo tanto, la implementación del turismo de aventura surge como una alternativa para diversificar la oferta actual y potenciar el turismo en la comunidad, aportando en el desarrollo viable de un futuro próspero y sostenible del sector turístico en la zona.

## **1.3 Objetivos**

### ***1.3.1 Objetivo General***

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Complejo Turístico especializado en actividades de aventura como alternativa estratégica de diversificación de la oferta turística de la comunidad de Oyacachi, Napo, Ecuador.

### ***1.3.2 Objetivos específicos***

- Establecer el modelo de negocios ajustable para la operación de actividades turísticas de aventura.
- Identificar la oferta y demanda mediante un estudio de mercado.
- Realizar un estudio técnico para el desarrollo de las actividades de aventura.
- Diseñar un estudio administrativo que defina la estructura organizativa que conformará la empresa.
- Identificar los posibles efectos del proyecto mediante un estudio de impacto ambiental.
- Llevar a cabo un estudio financiero que respalde la factibilidad del proyecto.

## **1.4 Producto o servicio para ofrecer**

El presente trabajo de titulación denominado "Complejo Turístico para Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador", tiene como adjetivo la implementación de actividades y productos turístico de aventura con el fin de potenciar los recursos disponibles en el lugar, recursos que guardan un gran potencial turístico.

Según Moreno, Chérrez, & López, El Ecuador cuenta con una privilegiada ubicación geográfica, su singular topografía, diversidad de zonas climáticas permiten la supervivencia de una gran cantidad de especies animales y vegetales, que motivan a aumentar el turismo, haciendo

del país un destino ideal para desarrollar actividades de aventura y de cualquier otra índole. En la Sierra por lo general el deporte de aventura se centra en rafting, hidrospeed, tubing, ciclo turismo, cabalgata, kayak de río, montañismo, trekking - hiking, canyoning y canopy, en la costa se practican también otros deportes como: Snorkey, Alas Delta y Parapentes, los mismos que requieren ser promocionados para aumentar la visita de los turistas (Moreno, Chérrez, & López, 2020, p. 509).

Las actividades que se pretende ofertar son paquetes turísticos con actividades de aventura, ubicadas en los elementos naturales próximos del asentamiento de la comunidad de Oyacachi, los productos se clasifican o estarán ubicados en entorno o elementos naturales, según El MINISTERIO DE TURISMO [MT]. Art. 6 2014 (Ecuador), Clases de modalidades turísticas de aventura.- Las modalidades turísticas de aventura se clasifican de acuerdo al elemento natural donde se desarrollan (tierra, agua o aire) y son:

### **TIERRA**

1. Cabalgata
2. Canyoning
3. Cicloturismo
4. Escalada
5. Exploración de cuevas
6. Montañismo
7. Senderismo

### **AGUA**

1. Modalidades recreativas en embarcaciones motorizadas (boya, banana, parasailing y esquí)
2. Buceo
3. Kayak de mar/lacustre
4. Kayak de río
5. Kite Surf
6. Rafting
7. Snorkel
8. Surf

## 9. Tubing

### **AIRE**

1. Alas delta
2. Canopy
3. Parpente

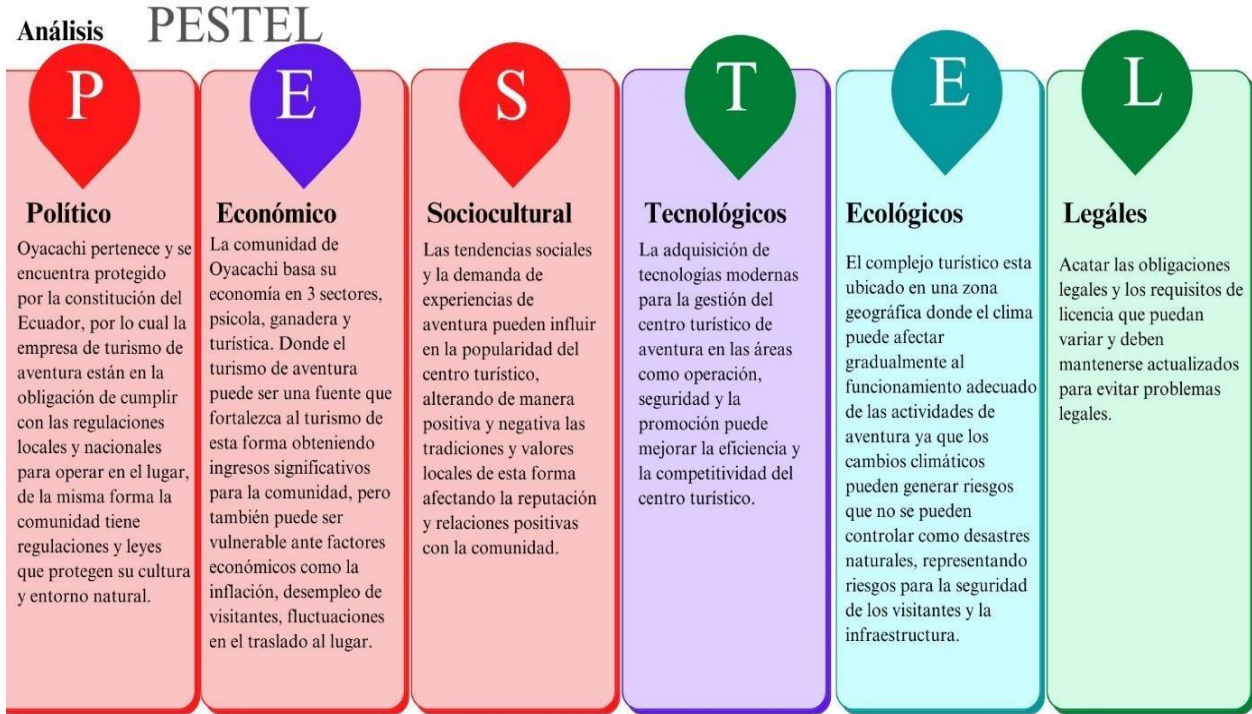
Mediante el proyecto se realizó una previa investigación para identificar los recursos y la potencialidad para implementar las actividades de aventura, acoplados a las características naturales de Oyacachi. Mediante las clasificaciones establecidas por la MT el proyecto ajusto las actividades de aventura en los elementos más demandados por el mercado (tierra), para garantizando la viabilidad del proyecto, donde cada actividad o modalidad de aventura se realizará al aire libre, con equipos y guía especializados en la prestación de servicios de las actividades, estas actividades son: rappel, senderismo, escalada y canyoning. Las instalaciones e infraestructura se implementarán en los atractivos naturales con la finalidad de ofrecer seguridad y otorgar la mejor experiencia a nuestros clientes.

### **1.5 Análisis del macroentorno PESTEL**

Es una herramienta que ayuda a determinar aspectos y características positivas y negativas que pueden intervenir en el funcionamiento de la empresa, donde se evalúan factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales.

Situación del macroentorno

**Tabla 3. Análisis PESTEL**



**Nota:** Elaborado por el autor, 2023.

### 1.6 Descripción de modelo de negocio

Para definir el modelo de negocios se utilizó la matriz de lienzo Canvas, el cual es una herramienta útil para desarrollar y visualizar modelos de negocios concisas y estructuradas, el cual consiste en analizar diversos componentes y sus relaciones, la cual permite tener una visión global de como funcionara la empresa y contribuye significativamente a tomar decisiones.

Además, Barg explica que el lienzo CANVAS es un mapeo general de la empresa, ya que en el plasmamos las áreas y a través de éste, nos damos cuenta de cómo está estructurada la empresa y si tenemos una propuesta de valor única.

Es una abstracción que nos permite ver los actores claves del negocio y poder entender las diferentes implicaciones entre estos a nivel. (Barg, págs. 22 - 23)



El lienzo se conforma de 9 bloques de negocio como:

- Segmentos de Clientes
- Propuesta de Valor
- Canales
- Relaciones
- Flujos de Ingresos
- Recursos Clave
- Actividades Clave
- Alianzas
- Estructura de Costo

## 1.7 Lienzo Canvas

**Tabla 4.** Modelo de negocio Lienzo Canvas



**Nota:** Elaborado por el autor, 2023.

## **1.8 Definición del modelo de negocios aplicado por la empresa**

### ***1.8.1 Venta directa***

Este modelo de negocio consiste en vender paquetes turísticos que incluyen actividades de turismo de aventura a los clientes de forma directa o generalmente llamados cara a cara.

Acotando a esta conceptualización, Vela y Bocigas (1992) la definen como el canal de distribución en el que el fabricante no utiliza intermediarios para llevar su mercancía hasta el consumidor. Dichos autores ofrecen una acepción de venta directa más orientada a la distribución de la mercancía.

Se produce un encuentro cara a cara del vendedor con el comprador. Es un proceso de compraventa en el cual no existe ningún tipo de barrera, medios técnicos o físicos, que separen al vendedor del potencial comprador. A través de este contacto directo, el cliente obtiene una atención individualizada y personalizada la cual no reciben al frecuentar las grandes superficies (Abella del Valle, 2015, p. 11).

### ***1.8.2 Modelo E-commerce:***

El comercio electrónico consiste principalmente en la distribución, compra, venta, mercadotécnico y suministro de información complementaria para productos o servicios a través de redes informáticas como Internet u otras. La industria de la tecnología de la información podría verlo como una aplicación informática dirigida a realizar transacciones comerciales (Ramírez, pag. 319).

El modelo E-commerce o comercio electrónico es un modelo que implica, plataformas en línea que permite una revolucionada forma de compra y venta de productos y servicios a través de Internet. Define los productos o servicios que la empresa ofrecerá a través de los diferentes canales de comercialización virtual, facilitando la comercialización y eficiencia en la accesibilidad sin la necesidad de trasladarse físicamente a la empresa o tienda.

## **CAPITULO II. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1 Diseño de la investigación**

La investigación de mercado es una herramienta crucial que permite recabar información valiosa acerca del mercado, los clientes, la competencia y otros aspectos relacionados con el entorno de la empresa. Permitiendo identificar una visión más profunda acerca del mercado y sus comportamientos.

En resumen, el papel que desempeña la investigación del mercado es fundamental para realizar ajustes en las propuestas de valor, adaptándose a la demanda del mercado, es así que permite cimentar estrategias sólidas para garantizar la viabilidad, posicionamiento y desarrollo del proyecto

### **2.2 Tipos de investigación / Técnicas e instrumento de recolección**

#### ***2.2.1 Investigación descriptiva***

La investigación descriptiva o método de investigación descriptivo es utilizado para describir, detallar y figurar características de la población, fenómeno o sujeto de estudio, este método se limita en analizar el suceso sin la búsqueda de una explicación.

“El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (Guevara,2020, p. 117 citado por Valle, 2022, p. 15).

Una vez detallada el tipo de investigación adecuado para el segmento de población que se tomará como población de estudio, partiendo desde realizar un estudio respectivo y determinado a la población delimitada con la finalidad de conocer y determinar características particulares de la población siguiendo ciertas directrices o pasos como la definición del tema a investigar, el

alcance de la misma, objetivos de la investigación, diseño de la metodología, elaboración del cuestionario o instrumento de recolección de datos, análisis de los datos, interpretación de resultados y redacción del informe final. De esta manera se desarrollará la investigación descriptiva para obtener un panorama descriptivo de características y propiedades del segmento de mercado.

### ***2.2.2 Técnicas e instrumento de recolección***

El instrumento de recolección que se seleccionó para el proyecto es la encuesta, orientada hacia los ciudadanos ecuatorianos ubicadas en Quito, Cayambe y la provincia de Imbabura, siendo las zonas más cercanas a la ubicación del proyecto, además que estas zonas cuentan con una densidad poblacional favorable (obsérvese más detallado en la tabla 8). Mediante el instrumento de recolección de información se busca obtener el comportamiento del mercado y las preferencias de consumo de la población delimitada para determinar la dirección o rumbo al que el proyecto deba acoplarse con el fin de garantizar la rentabilidad y aceptación del mercado.

#### **Encuesta**

Procedimiento de investigación cualitativa que consiente en que el entrevistador recopile datos o información mediante un cuestionario diseñado con antelación, donde se establecerá una serie de preguntas dirigida a una muestra representativa, estas encuestas se las realizará de manera personal y en línea.

Tal como afirma García Ferrando, una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (García Ferrando, 1993, p. 146).

## **2.3 Diseño del plan muestral y cálculo de la muestra**

### ***2.3.1 Tipo de muestreo***

Según (Portela, García, & María, 2001): “El muestreo es una fuente de acceso a la realidad. Entendemos por muestra una fracción de la población representativa de ésta, de manera que pueda utilizarse para extraer conclusiones sobre la población. Los procedimientos y técnicas empleados para escoger esta muestra deben estar orientados a que cada muestra posible no introduzca sesgos o desviaciones claras y sea suficientemente precisa. La teoría estadística del muestreo se ocupa de los métodos y técnicas para diseñar la elección de la muestra y obtener aproximaciones a ciertas características poblacionales como pueden ser proporciones, medias o totales de las variables de interés” (p.14).

### ***2.3.2 Muestreo Aleatorio Simple.***

Garantiza que todos los individuos que componen la población blanca tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra. Esta significa que la probabilidad de selección de un sujeto a estudio “x” es independiente de la probabilidad que tienen el resto de los sujetos que integran forman parte de la población blanco (Salinas, 2004, p. 121).

Es una técnica que consiste en la selección de la muestra donde cada elemento individual de una población tiene la probabilidad de ser seleccionado ya que se eligen a los individuos de manera aleatoria sin considerar ningún criterio, este método garantiza la equidad de oportunidades que tiene cada participante o individuos de una población delimitada.

### ***2.3.3 Cálculo de la muestra***

Para aplicar el cálculo de la muestra se tomó como referencia la población de personas ubicadas en la ciudad de Quito, Cayambe y la provincia de Imbabura, datos tomados del INEC 2022 de personas que comprenden de entre 18 a 50 años.

## Población:

**Tabla 5. Población**

<b>Ciudad/provincia</b>	<b>Población 2022</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>Quito</b>	2.679.722	83%
<b>Cayambe</b>	105.267	3%
<b>Imbabura</b>	469.879	14%
<b>Total de población de 0-100 años:</b>	3.254.868	100%

<b>Personas de 18 - 50 años</b>	48%
<b>Total</b>	1.554.694

Para desarrollar el cálculo del tamaño de la muestra se ha considerado la población de Quito con 2.679.722 habitantes, Cayambe con 105.267 e Imbabura con 469.879 datos obtenida de las proyecciones de edades durante el 2022, mediante el desarrollo del cálculo de la población de cada lugar se ha obtenido un total de 3.254.868 personas entre 0 – 100 años de edad equivaliendo a un 100% de las cuales Quito concentra la mayor de las poblaciones con un 83% seguida de Imbabura con un 14% y Cayambe con un 3%, los consumidores que se toma en consideración para el emprendimiento del Turismo de Aventura son las personas que tienen condiciones y capacidades físicas idóneas en edades de entre 18 – 50 años que representa el 48% del total poblacional, valor que asciende a un total de 1.554.694 habitantes, este valor es el que se considera para la aplicación en la fórmula de la población finita para el cálculo de la muestra, aplicando la formula con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% el total de encuestas que se tiene que aplicar es de 385, estas encuestas deberán ser aplicadas distribuyendo de acuerdo al peso de la población, en Quito 83%, Cayambe 3% e Imbabura 14%.

### 2.3.4 Muestreo poblaciones finita

Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" o sea el número total de casos esperados o tamaño de la población, si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber el total del tamaño de la muestra, se aplica la siguiente fórmula:

Formula de la población finita:

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

**Simbología:**

- **n**= Tamaño de la muestra
- **N** = Total de la población
- **Z $\alpha$** = Nivel de confianza 95%
- **p** = Variabilidad Positiva (50%)
- **q** = Variabilidad Negativa (50%)
- **e** = Precisión o error (5%)



### **Aplicación:**

<b>Parámetro</b>	<b>Valores</b>
<b>N</b>	1.554.694
<b>Z</b>	1,960
<b>p</b>	0,50
<b>q</b>	0,50
<b>e</b>	0,05
<b>“n”= 385</b>	

Una vez culminada con la aplicación de la aplicación del cálculo con el muestreo de población finita se obtiene en tamaño de la muestra  $n=385$  con un nivel de confianza de  $Z=95\%$  y  $p=5\%$  de precisión o error. Siendo  $n=385$  el tamaño de la muestra de un total de la población  $N=1.554.694$  posterior a esto se procede a la aplicación de la encuesta de preguntas que se muestra en el anexo 3.

#### ***2.3.5 Instrumento de recolección de datos***

Mejía (2005) plante que “Una forma de obtener datos consiste simplemente en hacer preguntas. Las entrevistas y los cuestionarios aplican este método. Con ellos se recoge información sobre hechos, creencias, sentimientos, intenciones, etc. Aunque en ambos se emplean preguntas, muestran notables diferencias” (p. 56).

Las entrevistas son un método muy útil para recabar datos y gracias a ciertas cualidades especiales todavía se usan muchísimo. La flexibilidad es uno de sus aspectos más sobresalientes. El “rapport” (relación personal) que se establece con los sujetos crea una atmósfera de cooperación en la que puede obtenerse información verídica. Hay que tomar en cuenta la clase de

persona que se va a entrevistar y la situación dentro de la cual se desarrolla la entrevista. El entrevistador puede explayarse sobre alguna pregunta, explicar su significado en caso de que a su interlocutor le parezca poco clara. Ninguno de los otros tipos de recopilación de datos, entre ellos los cuestionarios y las pruebas, ofrece estas ventajas. (Mejía, 2005,p. 51)

Para la recolección de información pertinente del segmento de mercado se desarrolló preguntas para saber las situaciones sociodemográficas, comportamiento y las preferencias del consumidor hacia el negocio, donde se aplicó un total de 385 encuestas de selección múltiple. (obsérvese el cuestionario en el ANEXO 3)

## 2.4 Segmento de mercado consumidor (Perfil del Turista).

**Tabla 6.** *Segmento de mercado*

<b>SEGMENTACIÓN DE MERCADOS</b>			
<b>Producto turístico: Complejo turístico de actividades de aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador.</b>			
<b><i>Segmentación Geográfica</i></b>			
<b><i>Variable</i></b>		<b><i>Número</i></b>	<b><i>Porcentaje</i></b>
<b><i>País:</i></b>	Ecuador	16.938.986	100%
<b><i>Región:</i></b>	Sierra	6.951.541	41%
<b><i>Provincia/s:</i></b>	Pichincha e Imbabura	3.559.352	21%
<b><i>Ciudad:</i></b>	Quito, Cayambe, Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, San Miguel de Urququí	3.254.868	19%
<b><i>1er Resultado: 3.254,868 personas de Quito, Cayambe e Imbabura</i></b>			

**Segmentación Demográfica (verificar el % correspondiente a los segmentos de edades en el INEC, Proyecciones Poblacionales | (ecuadorencifras.gob.ec))**

<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Género:</i>	Masculino y femenino	3.254.868	100%
<i>Edad:</i>	18-50	1.554.694	48%
<i>Estado civil:</i>	Solteros y casados	1.352.739	87,01%
<i>Ocupación:</i>	Estudiantes y empleados privados	931.090	68,83%
<i>Ingresos:</i>	De \$ 450 USD a más de \$ 1.500 USD	539.288	57,92%

**2do Resultado: 1.554.694 hombres y mujeres en edades de 18 a 50 años de estado civil solteros y casados, que trabajan y ganan de \$ 450 USD a más de \$ 1.500 USD**

**Segmentación Conductual**

<i>Variable</i>		<i>Número</i>	<i>Porcentaje</i>
Nivel de intención de realizar turismo de aventura	Probable y muy probable	418.865	77,67%

**Mercado meta: 418.865 hombres y mujeres que viven en Cayambe, Quito y la provincia de Imbabura de entre 18 a 50 años, solteros y casados, que trabajan y ganan de \$ 450 USD a más de \$ 1.500 USD**

Nota: La tabla contiene muestras de datos de la posible población consumidora de las

Provincias de Pichincha e Imbabura, Fuente: INEC 2010

## **2.5 Análisis de datos del mercado**

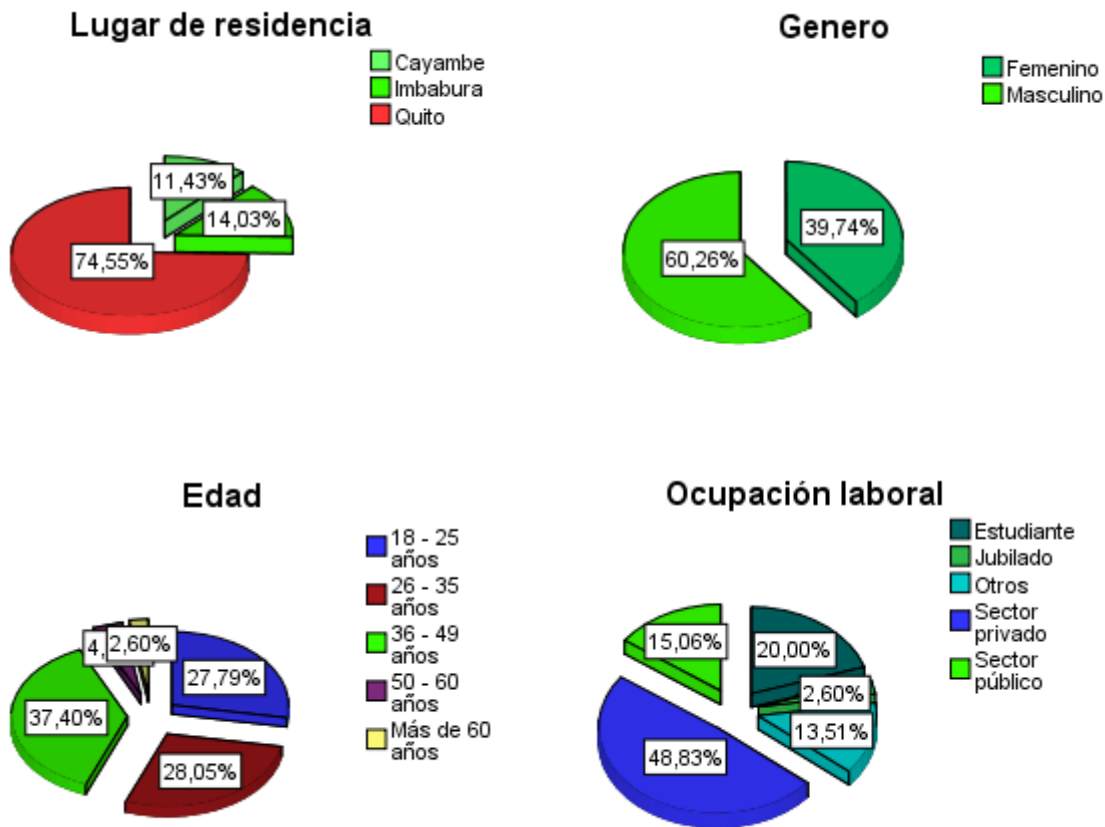
### ***2.5.1 Generalidades del público encuestado***

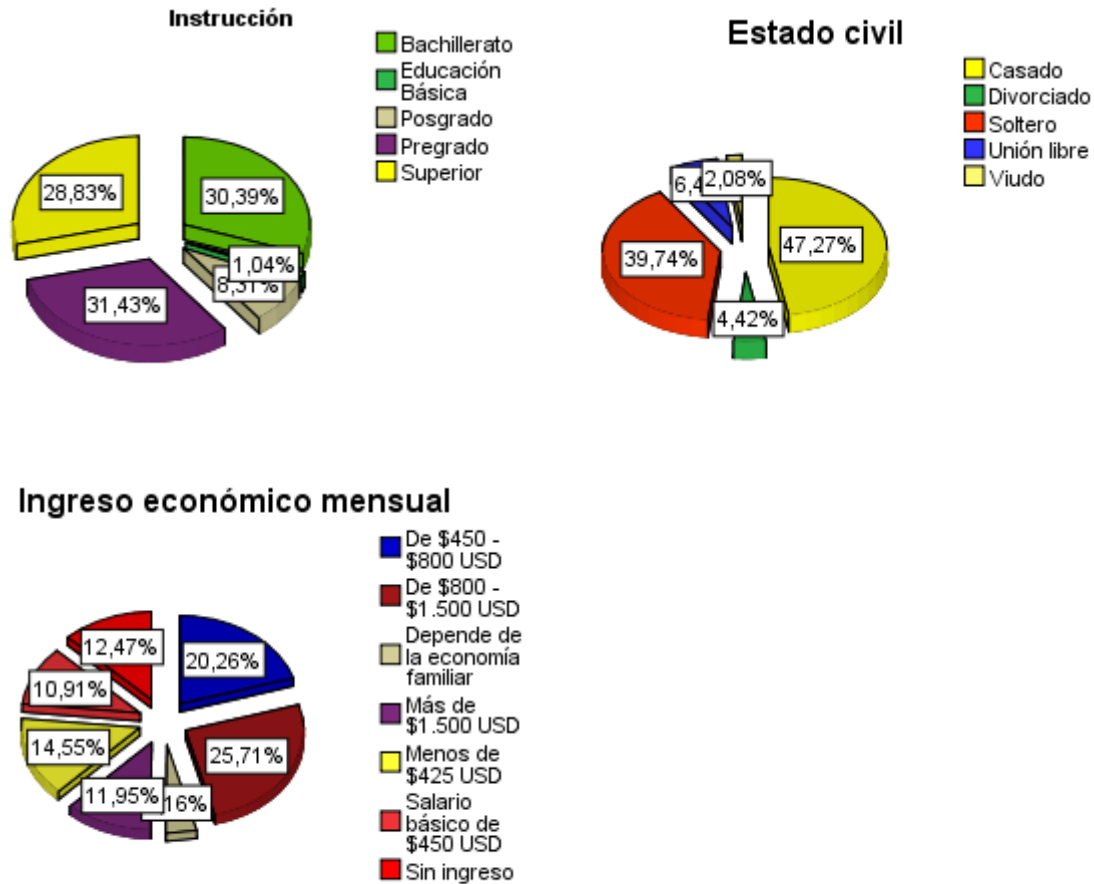
El cuestionario de encuesta aplicado, brinda información relevante de la población ecuatoriana de Cayambe, Quito e Imbabura, donde Quito al poseer una densidad poblacional mayoritaria a las demás ciudades y cantones es un segmento de mercado apropiado para el proyecto debido a la ubicación entre esta zona y el proyecto así como también las demás zonas, más adelante se caracterizan las razones del por qué estas zonas son uno de los mercados en el que este proyecto se centra para la determinación de los productos, servicios y acciones, estrategias y medidas que se toman para garantizar la rentabilidad del proyecto. Mediante la cantidad de encuestas realizadas según el cálculo de la muestra de 385 encuesta a realizar se lee y analiza lo siguiente:

De las 385 encuestas, el público más encuestado fueron el género masculino con 60,26% mientras que el femenino es de 39,74%, datos que más adelante nos ayuda a determinar el producto, servicio y del tipo de publicidad que se utilizará como estrategia de marketing. Dentro del rango de edad se analiza que la mayor parte son personas de entre 18 a 49 años siendo el 93,24% datos favorables debido a que no se percibe una parcialización en un solo rango de edad, por lo cual el proyecto se puede centrar en el rango de edad determinado para de esta manera no denigrar a nuestro segmento de mercado. La mayoría de los encuestados son casados siendo 47,27% seguida de solteros con 39,74% en donde se puede determinar que la gran parte de estos viaja en familia, solitario y con amigos. En la instrucción que estos poseen se encuentra los especializados en pregrado con 31,43% en primer lugar, seguida de bachilleres con 30,39% y en tercer lugar los preparados en instrucción superior con 28,83% seguidas de las demás instrucciones. Las ocupaciones laborales de este segmento de mercado trabajan en el sector

privado con un 48,83% seguido de estudiantes, ocupan cargos en el sector privado y público con ingreso económico significativo del cual se pueden establecer precios acorde a esta información donde la mayoría tiene un poder adquisitivo medio alto y alto ya que ganan de \$800 a \$1.500 USD mensual que representar el 25,71% e ingreso de \$450 a \$800 USD que representa el 20,26%, se determina mediante la encuesta que el segmento de mercado cuenta con características favorable para el desarrollo del proyecto.

**Figura 1. Variables sociodemográficas**





Nota: Elaborado por el autor, 2023

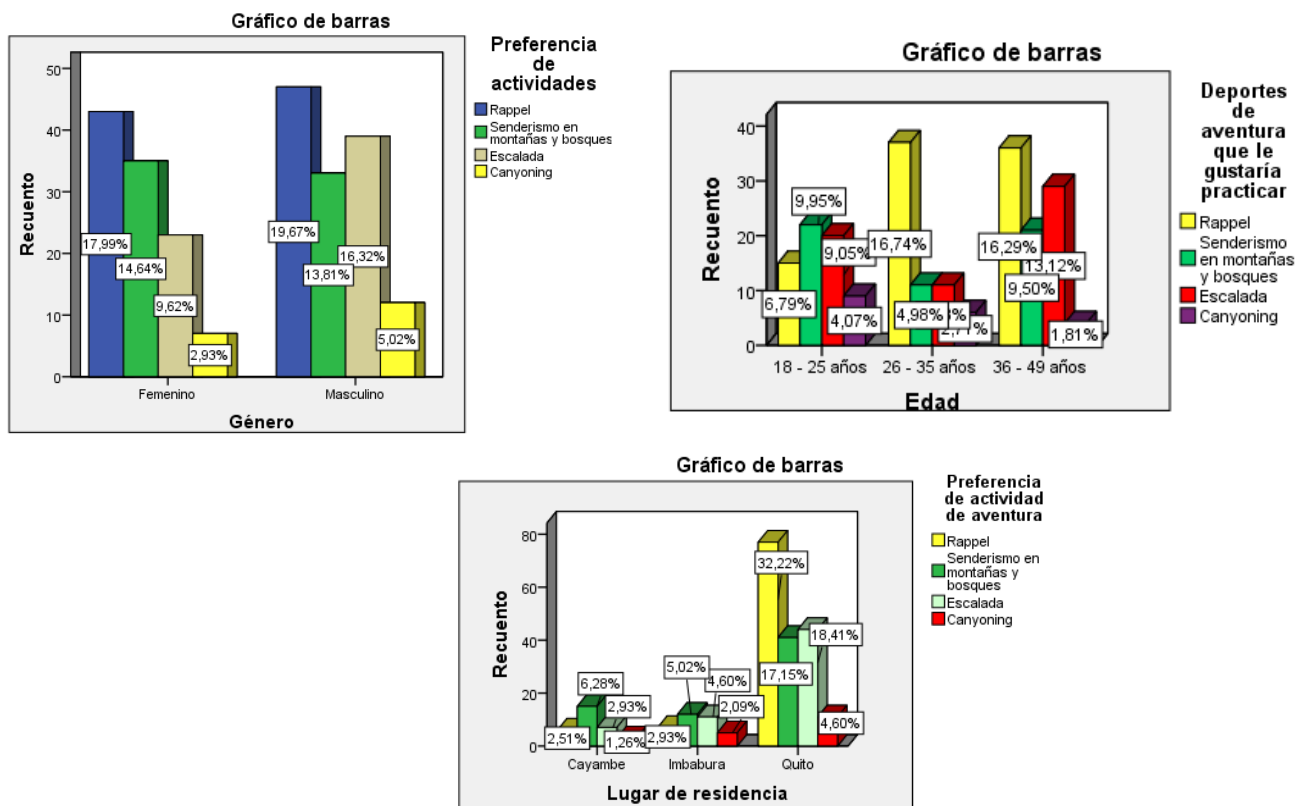
### 2.5.2 Preferencia de consumo del producto, comportamiento del consumidor

El segmento de mercado comparte características, necesidades y preferencias en común en este caso destacando una inclinación más profunda en las actividades de aventura al aire libre donde las actividades como rappel, senderismo, escalada y canyoning, los cuales son las actividades más ampliamente aceptadas por los encuestados, a continuación, se presentan los análisis detallados de las variables que determinan la preferencia de consumo de los encuestados.

### 2.5.3 Cruce de variables

En el cruce de variables se pretende analizar la interacción de la pregunta clave o central entre las demás preguntas que permite determinar el comportamiento de las variables e identificar variaciones y resultados de los datos porcentuales que nos dan una visión global para la toma de decisiones o establecer estrategias en el diseño de nuestros productos y servicios.

**Figura 2.** Cruce de variable entre preferencia de actividades de aventura con género, edad y lugar de residencia.



Fuente: SPSS

Elaborado por: El autor, 2023.

Al análisis la gráfica que representa la preferencia de actividades de aventura según el género aplicada en la encuesta, se observa una equitativa participación del público femenino y masculino y comparten intereses cercanamente similares ya que las actividades más seleccionada

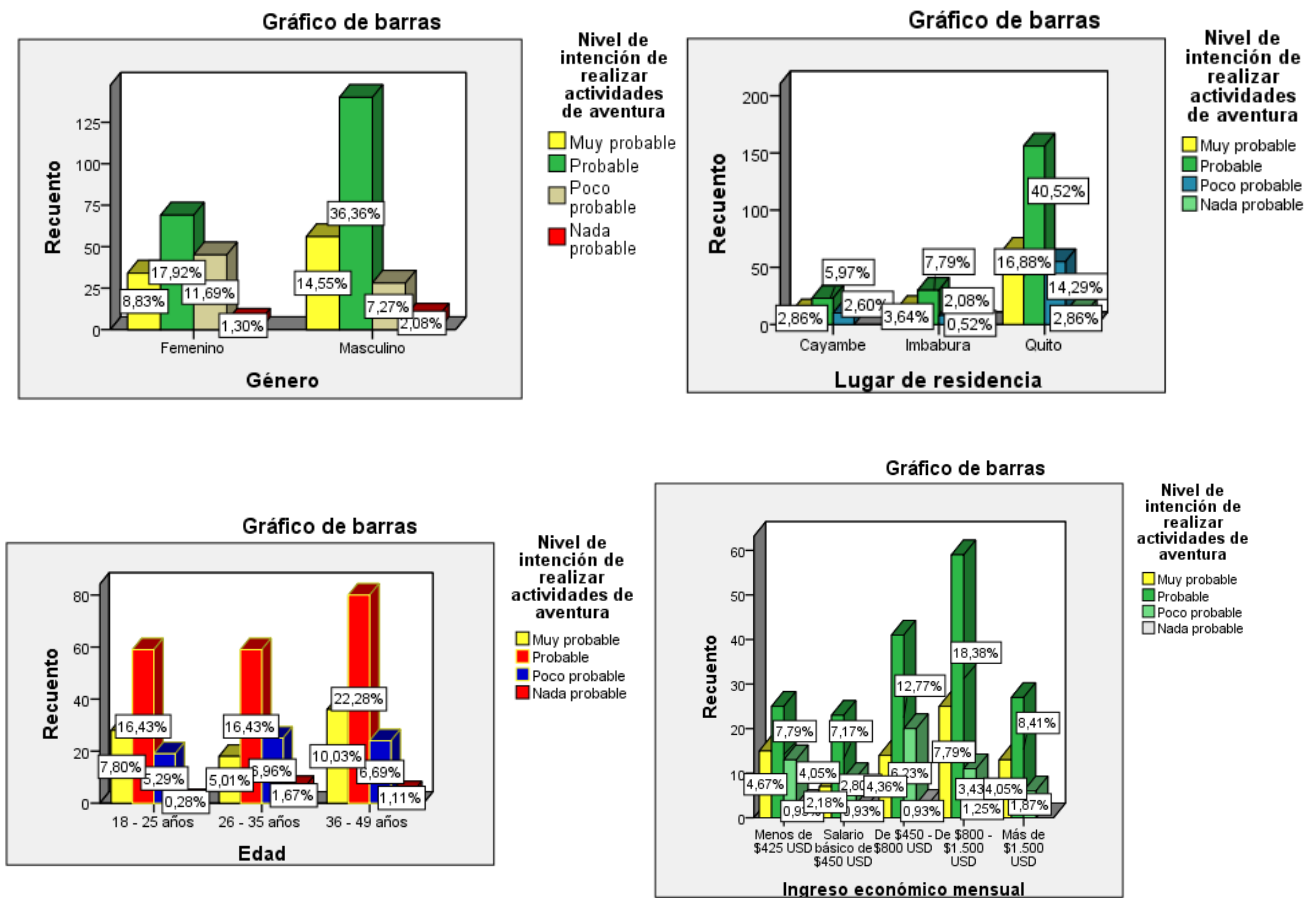
es rappel teniendo una acogida por parte del público femenino un 17,99% y un 19,67% por parte del público masculino, seguida de las demás actividades que se observan en la gráfica, como actividades de senderismo, rappel y canyoning, mostrando que estas actividades de aventura son las más demandadas por el mercado general.

Es importante analizar también la gráfica que representa el cruce de actividades de aventura y la edad para establecer diversas estrategias de comercialización y distribución, al analizar las particularidades de la preferencia de personas por rangos de edades observamos una clara aceptación por la actividad de rappel de las personas que oscilan entre los 26 a 49 años, siendo el público entre las edades de 26 a 35 años que optan significativamente por realizar actividad de rappel con un 16,74% de interés, las personas de entre 36 a 49 prefieren la actividad de rappel con un 16,29%, seguida de escalada con un 13,12%, senderismo con un 9,50% y canyoning 1,81%. En esta grafica observamos una diferencia entre el rango de personas más jóvenes que oscilan entre rangos de 18 a 25 años que optan por senderismo, escalada, rappel y canyoning con porcentajes respectivos de 9,95%, 9,05%, 6,76% y 1,26%

En la interacción de la preferencia de actividades de aventura, las ciudades y provincia, al analizar las preferencias de la población ubicada en Quito son las de mayor peso de interacción debido a la densidad poblacional y encuestas realizadas al mercado, donde comparten relación con los anteriores datos analizados donde la actividad de rappel es más elegida con un 32,22%, seguido de escalda con un 18,41%, senderismo con 17,15% y canyoning con 4,60% de aceptación, también es esencial tomar en cuenta las variables de la ciudad de Cayambe y la provincia de Imbabura que optan más por senderismo, escalada, rappel y canyoning cada uno en el respectivo orden.



**Figura 3.** Cruce de variable entre nivel de intención de realizar actividades de aventura y género, edad, lugar de residencia, e ingreso económico



Fuente: SPSS

Elaborado por: El autor, 2023.

Al realizar el análisis de la variable del nivel de intención que presenta el mercado con respecto a las actividades de aventura, donde los datos de las diferentes tablas revelan que tanto el género masculino como el femenino tiene interés en realizar actividades de aventura en su próximo viaje turístico, se destaca que el 36,36% del mercado masculino ha expresado una intención probable de participar en actividades de aventura, mientras que el género femenino con un porcentaje del 17,92% con el mismo interés, también se identifica que el interés varía entre

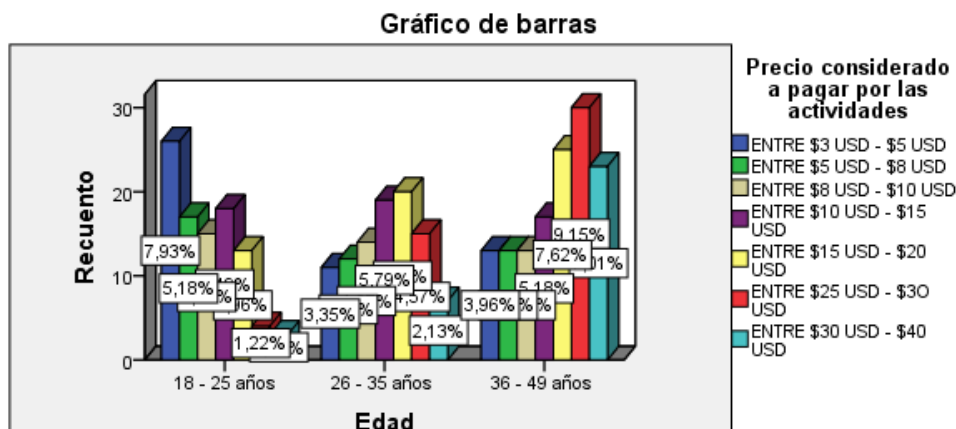
los géneros en términos de “muy probable” y “poco probable”, muy probable por parte del género masculino con un 14,55% y poco probable por el género femenino con un 11,69%.

En cuanto al nivel de intención por parte de las personas procedentes de la ciudad de Quito el nivel de interés “probable” destaca sobre las demás categorías, representando un notable 40,52% del nivel de intención, seguida de Imbabura y Cayambe con la misma categoría de intención, con su respectivo porcentaje de 7,79% y 5,93%. Porcentaje que sugiere un alto grado de probabilidad de participación en actividades de aventura por parte de la población.

El nivel de intención “probable”, se repite en la variable del nivel de intención y la edad de la población donde los rangos entre 18 a 25, 26 a 35 y 36 a 49 comparten la intención de realizar actividades de aventura en su próximo viaje turístico, cada uno con sus respectivos porcentajes de 16,43%, 16,43% y 22,28%

Dentro del ingreso económico mensual de la población encuestada podemos identificar que el nivel de intención de realizar actividades de aventura en el siguiente viaje turístico, comparten la categoría de probable. Todos los datos analizados son muy importantes debido a que la identificación del comportamiento del mercado se puede tener un análisis extenso y detallado para la implementación de proyecto y comprensión de la población.

**Figura 4.** Cruce de variables precio considerado a pagar por las actividades de aventura y la edad.



Los datos describen las variables entre el cruce de la pregunta, precios que consideraría a pagar por las actividades de aventura donde observamos que los precios abarcan un rango de entre los \$3 a \$40 dólares, se destaca una diferencia significativa al comparar los grupos etarios de entre el rango de edades de 18 a 25 años y 36 a 49 años, en el cual las personas más jóvenes tienen optar por precios más bajos desde los \$3 a \$5 con un porcentaje de 7,93%, también tiene una inclinación hacia valores que van menos de \$20 dólares.

En comparación con las personas que van desde los 36 a 49 años, quienes están dispuestos a pagar montos más elevados que van desde los \$10 hasta \$40 dólares. Dentro de este grupo, el rango de valores más seleccionado por este segmento es de 9,15%, dato que muestra una disponibilidad a desembolsar valores de \$25 a \$30 dólares, para el rango de personas de 26 a 35 años los precios que están dispuestos a pagar se encuentran equilibrados donde observamos que están dispuestos a pagar precios de entre los \$3 hasta \$30 dólares, estos valores nos dan una lectura breve del comportamiento y generalidad que el mercado puede presentar, datos que facilitarían para la determinación de precios y estrategias de comercialización.

## **2.6 Análisis del producto**

En el análisis del consumidor del producto turístico de actividades de aventura se destacan hombres y mujeres, de edades entre 18 – 50 años, con un nivel de instrucción bachiller y superior, solteros y casados que desean viajar con amigos y familiares, que residen en Quito, Cayambe y la provincia de Imbabura, situados en ocupaciones como estudiante y empleados en el sector privado, y con un nivel de ingreso de \$450 USD a más de \$1.500 USD

Para el desarrollo del estudio de mercado se indagaron variables como frecuencia de probabilidad de viaje, actividad de aventura preferida, gasto por actividad, factor que considera

esencial a la hora de elegir un atractivo de aventura, y preferencia de viaje solo o en compañía. Resultados de la encuesta, comparado con el comportamiento de consumo del segmento se observan en el anexo 4.

Dentro del comportamiento del consumidor se determina que los visitantes tienen una intención de realizar actividades de aventura en su siguiente viaje, “probablemente” con un 54,29% % y “muy probable” con un 23,38%. Siendo las actividades de rappel, senderismo en montañas y bosques y escalada con una aceptación favorable en el mismo orden que se menciona, siendo las actividades más preferidas frente a las demás actividades de aventura que se menciona en la encuesta.

Mediante la preferencia y comportamiento del consumidor se pretende implementar actividades de aventura diversificado, cada una con tarifas asequibles, situados en un ambiente natural, implementando medios de seguridad y equipos verificados brindando confianza de los productos, garantizando el disfrute del mercado en cada actividad que se dispone a implementar como son el rappel, escalada, senderismo, canyoning, pesca deportiva y cabalgata.

## 2.7 Análisis de la demanda

Se determina la demanda potencial, tomando en cuenta dos aspectos: el mercado meta resultante de la segmentación de mercado y el porcentaje de consumidores que muestran preferencias por el producto (encuesta).

**Tabla 7.** *Demanda potencial*

Población objetivo del complejo turístico de actividades de aventura en Oyacachi, Napo - Ecuador	1.554.694
% de intención de compra del producto	77.67%
<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>1.212.661</b>

**Fuente:** Elaborado por el autor,2023.

Para determinar la demanda potencial se desarrolla el cálculo del total del número del segmento de mercado identificado en el proyecto seguido por la multiplicación con el porcentaje obtenida de la encuesta que mide el nivel de intención que tienen los turistas por realizar actividad de aventura, siendo “muy probable” con 23,38% seguida de “probable con 54,29%, posteriormente se obtiene la demanda potencial. (obsérvese el grafico del nivel de intención, Anexo NIVEL DE INTECION)

## **2.8 Análisis de la oferta**

La modalidad de turismo de aventura se encuentran limitadas ya que el funcionamiento de estas debe tener permisos y estar verificada antes de su operación por ende se encuentran en poca cantidad, sin embargo las provincias cercanas a Oyacachi ofrecen estos tipos de servicios, como lo es Quito con una variedad de complejos y actividades de aventura donde se pueden realizar, Cayambe con senderos y caminatas por su emblemático volcán con el mismo nombre e Imbabura siendo uno de los pocos lugares que ofrece deportes de aventura en aire y tierra.

Las competencias analizadas, pueden generar una distribución del mercado meta al cual nos queremos dirigir, y también, estos mismos pueden ayudar a que el deporte de aventuras tenga mayor acogida ya que mucha de las personas no tiene conocimientos y no logran encontrar lugares adecuados para practicarlos debido a limitados lugares y complejos cercanos.

También se reconoce la competencia que se ubica cerca al complejo turístico de actividades de aventura en Oyacachi, los cuales brinden servicios similares o productos de la misma modalidad. A continuación, se presentan los emprendimientos que son reconocidos como nuestra competencia:

**Tabla 8.** *Oferta turística de actividades de aventura. Competencia*

<b>EMPRESA/DESTINO</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>ACTIVIDADES DE AVENTURA QUE OFRECEN</b>	<b>CANTIDAD DE TURISTAS ANUALES</b>
<b>Nayón Xtreme Valley</b>	Nayón- Pichincha	Puente colgante	4000
		Canopy	
		Columpio extremo	
		Caída del halcón	
<b>Escalar Sigsipamba</b>	Sigsipamba – Pichincha	Escalada	2500
<b>Wantun Rumi</b>	Otavalo - Imbabura	Escalada	1700
		Senderismo	
<b>Cascada de Taxopamba</b>	Otavalo - Imbabura	Canyoning	800
<b>Puente del Río Mataquí</b>	Pimampiro – Imbabura	Rappel	300
<b>Total de turistas recibidos anualmente</b>			<b>9300</b>

## 2.9 Demanda insatisfecha o nivel de aceptación del producto

**Tabla 9.** *Proyección de la demanda insatisfecha*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>AFORO ANUAL DE LA COMPETENCIA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
<b>AÑO 1</b>	1.212.661	9300	1.203.361

**Fuente:** Elaborado por el autor, 2023.

Para el cálculo de la demanda se realiza una operación tomando en cuenta la demanda potencial y el aforo aproximado anual de la competencia, de la cual obtenemos el valor de la demanda insatisfecha, analizando el valor obtenido se detalla que el mercado consumidor es

bastante amplio lo cual es favorable para el emprendimiento ya que se puede aprovechar esto como una oportunidad para lograr cubrir este segmento de mercado para así posicionar a la empresa empresa.

### **Capítulo III. ESTUDIO TECNICO**

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren; a la vez, verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. El análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por lo tanto, los costos de inversión y de operación, así como el capital de trabajo que se necesita (Rosales Posas, 2005, p. 115).

#### **3.1 Análisis y determinación del tamaño óptimo de la empresa**

En los capítulos anteriores, se han detallado las características esenciales para comprender el tamaño, espacio e infraestructura óptima que la empresa establecerá para llevar a cabo las diversas actividades propuestas en el proyecto, con el fin de satisfacer a los turistas. Al analizar las características de la zona, el proyecto se orienta a aprovechar y gestionar los recursos que se encuentran en la zona, integrando estos factores en la determinación del tamaño óptimo de la empresa.

En concordancia con el planteamiento de Ortega, Maradiegue, Zuñiga, & Rodríguez (2015) afirman lo siguiente:

En la vida real existen muchas opciones para poder ubicar un proyecto; sin embargo, hay condicionantes que deben ser tomadas en cuenta para seleccionar la mejor alternativa, dado que la ubicación debe garantizar el máximo beneficio a los usuarios del bien o servicio, pero dentro del menor costo social y con el mayor margen de rentabilidad posible para el inversionista. Esto convierte a la ubicación del proyecto en todo un tema que debe ser analizado y repensado. (P. 155)



La mayor parte de los recursos se encuentran ubicados en propiedad comunitaria, los cuales mediante acuerdos y una gestión adecuada posibilita que el proyecto se desarrolle, el cual abarca de actividades de aventura como rappel, senderismo, escalada y canyoning, actividades ubicadas en zonas donde las características geológica, paisajística y natural son propicias para la implementación.

Al analizar las ubicaciones estrategias de las actividades, se identifica que no abarca una extensión significativa de área, lo cual resulta beneficioso tanto para la empresa como para el medio ambiente. Esta limitación espacial facilita el monitoreo, mantenimiento, abastecimiento, control y desarrollo de los procesos, permitiendo que las áreas designadas sean capaces de recibir a un gran número de turistas sin aglomerar en un solo sitio y disminuyendo los posibles impactos ambientales negativos que se puede presentar. Así la empresa cumple con la función de diversificar la oferta turística y dispersar a los visitantes en los destinos.

### **3.2 Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto**

#### ***3.2.1 Macro localización:***

El examen de macro localización pretende preseleccionar una macrozona que tenga ventajas respecto a las particularidades o naturaleza del proyecto en cuestión y, en función de esto, seleccionar el área de mayor conveniencia, para después proceder a la microlocalización, es decir, a la definición puntual de ubicación para el proyecto (Ortega, Maradiegue, Zuñiga, & Rodríguez, 2015, p. 156).

El proyecto se situará en la comunidad de Oyacachi, cantón El Chaco, provincia de Napo. La República del Ecuador, es un país soberano ubicado en la región noroccidental de América del Sur, compuesto por veinticuatro provincias. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con

Perú y al oeste con el océano Pacífico, el cual lo separa de las islas Galápagos por 972 kilómetros entre la península de Santa Elena y la isla San Cristóbal. Por medio de su mar territorial correspondiente a las Islas Galápagos, también posee límites marítimos con Costa Rica. Una sección volcánica de la cordillera de los Andes divide el territorio de norte a sur, dejando a su flanco occidental el golfo de Guayaquil y una llanura boscosa, y al oriente, la Amazonia. El Ecuador ocupa un área de 256 370 km<sup>2</sup> (Ecuador, 2021).

La provincia del Napo está ubicada en la región amazónica del Ecuador. Limita al norte con la provincia de Sucumbíos, al sur con Tungurahua y Pastaza, al este con Orellana y al oeste con Cotopaxi y Pichincha. La provincia tiene una extensión de 1 250 452 (12 504km<sup>2</sup>) hectáreas, de las cuales 389 255 (31,13%) corresponden a áreas degradadas o intervenidas que se utilizan en gran parte para actividades agrícolas y ganaderas. Las áreas con un mejor estado de conservación corresponden a las áreas protegidas, bosques protectores y remanentes naturales que cubren un total de 861 193 hectáreas (68,87%) de la extensión provincial (Calles, 2008, p. 6).

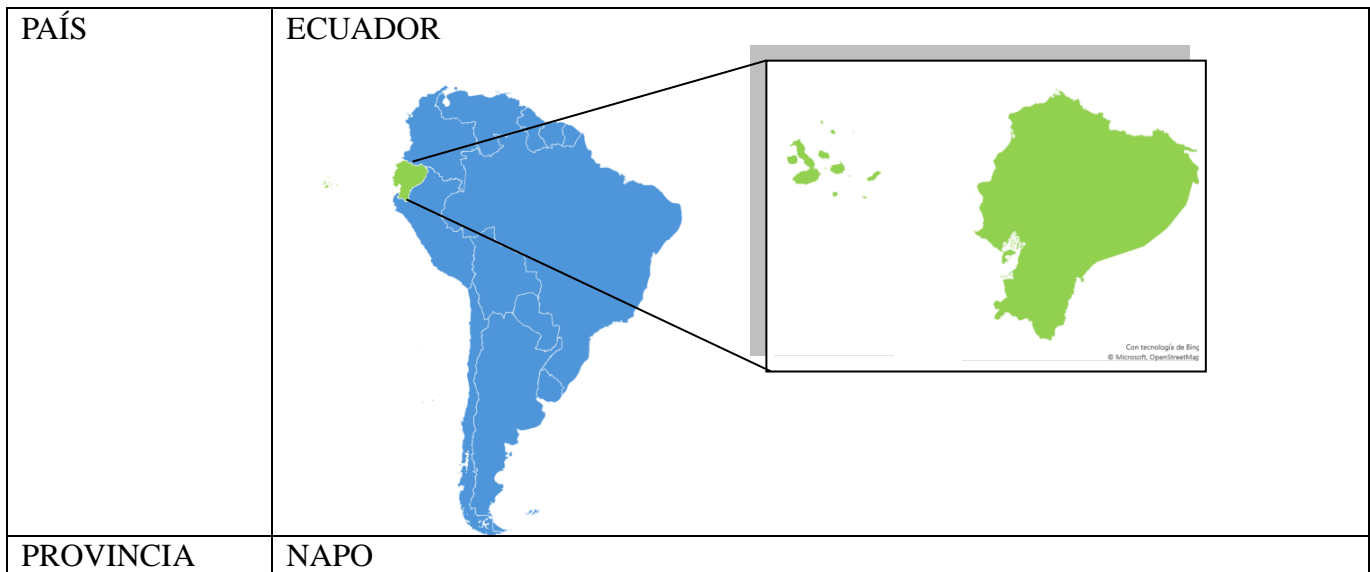
El cantón El Chaco, se encuentra ubicado en la provincia de Napo y está delimitado: al Norte por la provincia de Sucumbíos cantón Gonzalo Pizarro, al Sur por los cantones Quijos y Loreto, al Este con la provincia Francisco de Orellana; y, al Oeste con el cantón Cayambe de la provincia de Pichincha y sus parroquias son las siguientes: El Chaco, Gonzalo Díaz de Pineda, Linares, Oyacachi, Sardinias y Santa Rosa, tiene 6.133 habitantes, los cuales el 50% está ubicada en esta área urbana y el 51% en el área rural. (Bustos, 2006, p. 6 ).

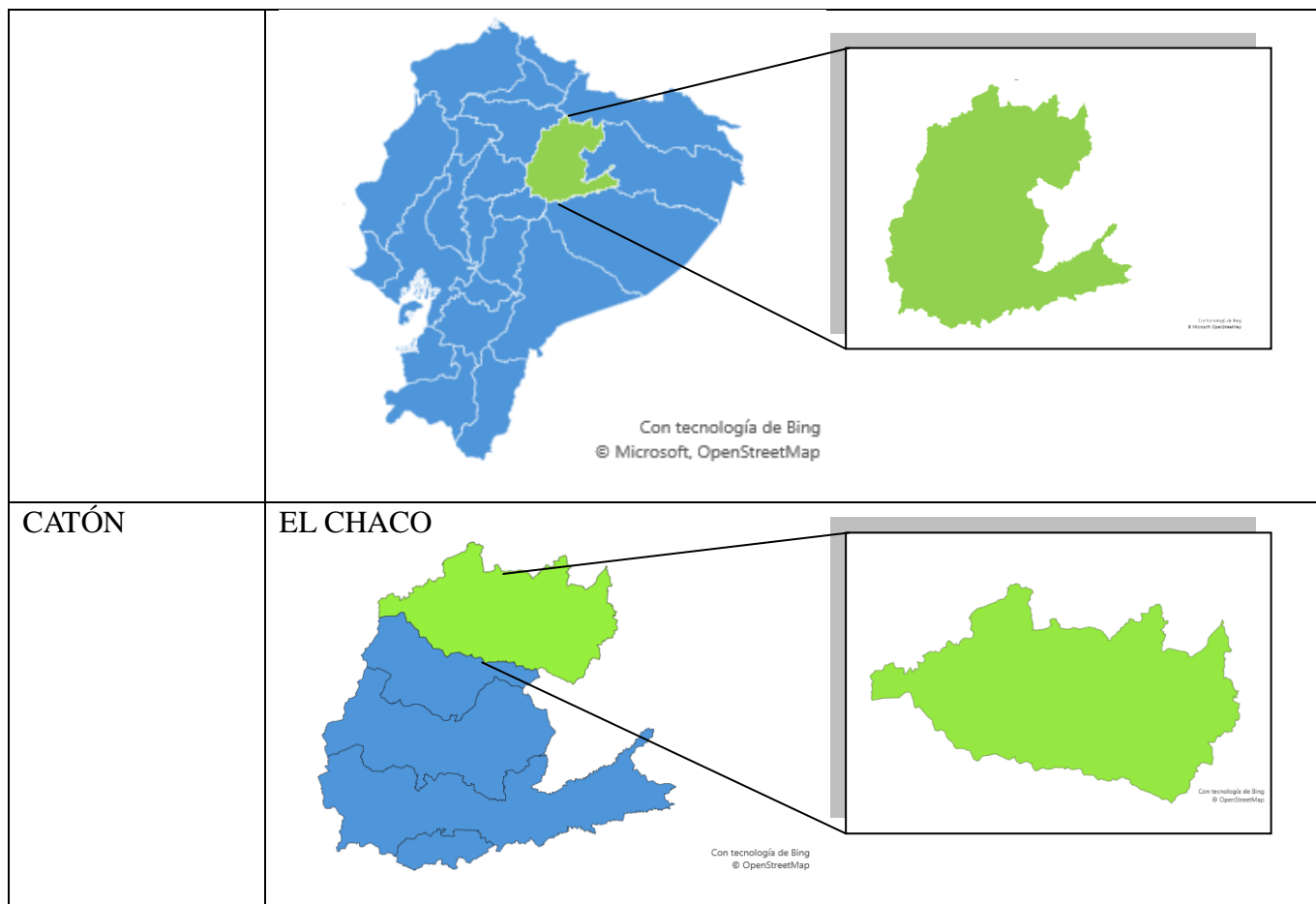
La provincia de Napo atrae a turistas interesados en la naturaleza y aventura donde se ofertan diferentes modalidades y productos turísticos que se desarrollan en distintas comunidades, Gracias a su ubicación central en la Amazonia, se convierte en un punto

estratégico para acceder a diferentes áreas, Oyacachi, en particular, mantiene una conexión vial accesible , enlazando con la provincia de Pichincha a través de varias rutas, incluyendo una carretera secundaria por Papallacta que se encuentra lastrada y la carretera principal por Cangagua, que se encuentra lastrada y asfaltada desde el límite hasta la comunidad.

El transporte hacia la comunidad se ve facilitado por opciones como el autobús, que sigue horarios establecidos desde la comunidad hasta la ciudad de Cayambe. Asimismo, se ofrece la posibilidad de acceder al lugar mediante transporte privado, proporcionando flexibilidad en la movilidad. La proximidad de Oyacachi a la principal ciudad Quito, a unos 99,5 km por la Panamericana Nte./E28B, con un tiempo de viaje aproximado de 2h27. obsérvese el mapa de acceso en el anexo 5, cabe mencionar que para el ingreso por la carretera secundaria se necesita un permiso para acceder por aquella vía.

**Figura 5. Macrolocalización**





**Fuente:** Elaborado por el autor, 2023.

### ***3.2.2 Micro localización:***

Consiste en definir el sitio de instalación del proyecto que cumpla con los requerimientos específicos necesarios para ser implementado; es decir, las condiciones propias necesarias para la ubicación de la edificación con todas sus particularidades de tamaño, servicios y condiciones, entre los más importantes (Ortega, Maradiegue, Zuñiga, & Rodríguez, 2015, p. 157).

El proyecto por estar ubicado en Ecuador, en la provincia de Napo, cantón El Chaco, parroquia de Oyacachi.

El pueblo de Oyacachi este situado en la falda oriental de la Cordillera de los Andes a 3.200 metros sobre el nivel del mar y 45 km al este de Quito en la provincia de Napo. Los territorios de la municipalidad de Oyacachi sigue el curso del rio Oyacachi desde su fuente en el

páramo hasta su desembocadura en el río Santa María, a unos 35 km hacia el este. El territorio incluye el valle de Oyacachi y los páramos y bosques adyacentes en una franja de 10 a 20 km de ancho. La superficie total del cantón es 446 km. Su territorio yace dentro de la “Reserva Ecológica Cayambe – Coca” (DIVA, 2000, p. 13).

En el centro poblado de Oyacachi, a través del proyecto SUBIR II, se construyó un Complejo Termal, constituyéndose en su principal atractivo turístico. El complejo terminó de construirse en 1998, dos años después de haberse terminado la carretera Panamericana Norte – Oyacachi, con lo cual se facilitó el acceso a la Comuna (Lasso, 2008, p. 18)

Tras la investigación realizada se determina que las características paisajísticas de la comunidad son óptimas para la implementación de actividades de aventura. La localidad presenta un ambiente y clima único, derivado de su posición geográfica y composición geológica. Esta combinación singular confiere a la comunidad un entorno propicio y favorable para el desarrollo e las actividades propuestas en el proyecto.

La geografía única de la zona ofrece escenarios impresionantes que pueden aprovecharse para actividades como rappel, senderismo, escalada y canyoning. La variedad de terrenos y la riqueza natural proporcionan un telón de fondo espectacular, contribuyendo significativamente a la experiencia del aventurero. Además, el clima particular de la región añade un elemento adicional atractivo para aquellos que buscan aventuras al aire libre, ya que ofrece condiciones ideales para la práctica de estas actividades durante gran parte del año.



El proyecto denominado “Complejo Turístico de Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón EL Chaco – Ecuador”, presenta una propuesta ambiciosa con el objetivo de diversificar las opciones de entretenimiento en la comunidad, buscando el reconocimiento no solo como un destino de aguas termales, sino también como un destino clave para realizar actividades de aventura y deportes extremos al aire libre. La oferta del complejo se centra en actividades que se desarrollan en el elemento ampliamente demandado: tierra, según lo revelado por las encuestas, con un 68,05% de interés por parte de los encuestados.

Las actividades más destacadas según las preferencias son el rappel con un 28,48%, el senderismo con un 21,51%, escalada con un 19,62% y canyoning con un 9,18%. Actividades con las que se busca cubrir a la demanda insatisfecha y proporcionar a los visitantes experiencias únicas de adrenalina al aire libre, fomentando el desarrollo de habilidades físicas, mentales, resistencia, conocimiento técnico y de seguridad.

Para definir el costo de los productos se tomó en cuenta la frecuencia más seleccionada por los visitantes tomando datos máximos o mínimos de los precios más seleccionados o buscando un valor intermedio, ajustando los precios para que sean accesibles para los turistas.

La actividad rappel con una preferencia del 28,48%, arroja datos de los precios que los visitantes pagarían por el atractivo donde se percibe frecuencias que van desde los \$ 10 - \$40 USD que pagarían por la actividad, siendo el rango de \$25- \$30 USD como el más seleccionado con un 7,19% de las personas que pagarían este valor.

Para la actividad de senderismo se encuentran la frecuencia de valores seleccionados que van desde los \$3-\$20 USD como precios más seleccionados, denotando una clara parcialización en los rangos de precios, el precio de mayor selección es de \$3-\$5 USD con un 7,52% de interés,

seguido de \$5-\$8 USD como precio seleccionado con un 5,59% de personas que pagarían estos valores.

La actividad de escalda se encuentra ubicada como la tercera actividad más preferida con un 19,62%, donde se encuentran datos de los precios que las personas pagarías por la actividad mostrando una frecuencia que va desde los \$3-\$40 USD teniendo una clara distribución en los precios, donde \$15-\$20 es el precio con mayor número de selección con un 3,27% y seguido de \$8-\$10 USD y \$25-\$30 USD con un 2,94 % de preferencia.

La actividad de canyoning se ubica en el cuarto actividad más preferida por los encuestados, donde las personas pagarían por esta actividad un valor que va desde los \$3-\$20, el rango de precio más seleccionado es de \$10- \$15 con un 2,61%.

El 54,29 % de los visitantes tienen un nivel de intención de “probable” de realizar actividades de aventura en su próximo viaje turístico y seguido del 23,38 % con una intención de “muy probable”. Datos que son favorables para la implementación de las actividades de aventura, ya que se logra percibir un segmento de mercado con una aceptación positiva de realizar actividades de aventura en su próximo viaje turístico.

Dentro de los factores que los visitantes más toman en cuenta al momento de elegir una actividad de aventura es la seguridad con un 24,42%, seguida de variedad de actividades con un 21,842 % y la disponibilidad de equipos y guías profesionales con 12,99% de interés.

El 45,721 % de los visitantes prefieren realizar actividades de aventura en familia, seguida del 26,75 % con amigos y el 22,86 en pareja. Tabla que nos ayuda a determinar el número de participantes que las actividades deben de cubrir.

El nivel de dificultad preferido por los visitantes de un 55,58% intermedio seguido de 39,48% principiante.



Para promover y distribuir los productos se utilizarán herramientas digitales en este caso el Tik Tok con un 30,65 % de aplicación más utilizada por las personas encuestadas. WhatsApp con 20,05 y Facebook con 25,97%

Previo al desarrollo de cada actividad mencionada antes, el complejo impartirá clases, charla y brindar información necesaria y personalizada de los equipos de seguridad, técnicas a utilizar, medidas de seguridad, técnicas de autocontrol emocional, información de la infraestructura y puntos de interés cercanos ya sean naturales y culturales, dependiendo del lugar en donde se encuentran las actividades.

Las actividades serán ofrecidas en paquetes personalizados dependiendo de la preferencia del cliente donde pueden variar el grado de dificultad, experiencia, duración, precios, contenidos de información, etc. Cada paquete tendrá precios fijados y descuentos dependiendo del número de personas y actividades, ofreciendo a los visitantes paquetes acuerdos a su preferencia.

Dentro de algunos servicios adicionales con la finalidad de ofrecer la mejor experiencia y plasmarla en recuerdos inolvidables se desarrollarán fotografías y videos profesionales para los visitantes que serán entregados al final de las actividades realizadas.

**Tabla 10.** *Productos de aventura*


<b>Elementos naturales donde se desarrollan las actividades</b>	
<b>Tierra</b>	
<b>Actividades/producto</b>	
Rappel	
Senderismo	
Escalada	
Canyoning	

## **Descripción**

### **3.3.2 Rappel**

Es una actividad que consiste en descenso de barrancos, rocas, grietas, etc. Con técnicas de cuerdas. Para la implementación de esta actividad se cuenta con un área natural ubicada a unos 500 metros del centro la comunidad de Oyacachi, la superficie de este sitio natural es de unos 100 m de ancho hasta 50 m de alto, donde se pueden implementar diversas líneas para la práctica de esta actividad de forma segura ya que se contará con equipos certificados y guías especializados o que tengan conocimiento y experiencia en este ámbito.

**Tabla 11.** *Características de la actividad de aventura rappel/Descenso del ave*

<b>Descenso del ave</b>			
<b>Actividad:</b> <b>Rappel</b>	Duración: 1 hora aprox	Precio por persona: \$ 25	Ubicación:
<b>Categoría:</b> Sitio Natural	Tipo: Fenómeno Espeleológico	Subtipo: Rappel	Parroquia: Oyacachi Cantón: El Chaco Provincia: Napo
<b>Ubicación del atractivo. -</b>			
<b>Altura:</b> 3250 m.s.n.m	Dato referencial: A 500 m de la comunidad de Oyacachi		
<b>Atractivo:</b>			
			

### 3.3.3 Senderismo en montañas y bosques

Actividad que se desarrolla al aire libre que implica caminar por senderos y rutas, explorando entornos naturales para apreciar la máxima belleza natural, durante estos recorridos, los participantes tendrán la oportunidad de admirar la diversidad de la flora y fauna presentes en la región. El recorrido inicia en una exuberante vegetación boscosa que recorre las orillas del río que lleva el nombre de río Oyacachi, el recorrido progresa hacia una zona de páramo, culminando con la majestuosa cascada conocida como Salvefakcha, ubicada a unos 4 kilómetros de la comunidad de Oyacachi. La cascada tiene una caída de un salto de aproximadamente 70 metros, el sendero aportará a los turistas a conocer uno de los sitios poco explorados debido a la inexistencia de un camino o acceso, el sendero contará con todas las características necesarias para brindar una mayor experiencia los turistas y facilitar la movilidad en la misma, implementando señaléticas e información necesaria.

**Tabla 12.** Características de la actividad de aventura senderismo/Grieta del cielo

<b>Grieta del cielo</b>			
<b>Actividad:</b> <b>Senderismo</b>	Duración: 3 - 4 hora aprox	Precio por persona: \$ 8	Ubicación:
<b>Categoría:</b> Sitio Natural			Parroquia: Oyacachi
<b>Ubicación del atractivo.</b> -			Cantón: El Chaco Provincia: Napo
<b>Altura:</b> 3440 m.s.n.m	<b>Dato referencial:</b> A 4 km de la comunidad de Oyacachi		
<b>Tipo de sendero:</b>	Sendero local SL	Salto del río:	70 m aprox
<b>Atractivo principal:</b>			



### ***3.3.4 Escalada***

La actividad de escalada, una emocionante experiencia de aventura implica ascender verticales como rocosas, montañas o estructuras artificiales, mediante la fuerza física, utilizando exclusivamente las manos y los pies, requiere habilidades técnicas, resistencia física y conocimiento especializado de equipos y técnicas de seguridad. se implementará estratégicamente en una zona geológica idónea, a unos 500 metros de la comunidad de Oyacachi, el recurso natural seleccionada tiene dimensiones propicias para la escalda, con aproximadamente 100 metros de ancho hasta y una altura de 50 metros, se implementará líneas de seguridad para guiar a los participantes, y con el uso adecuado de equipos de seguridad, podrán desarrollar la actividad conquistando cada punto de seguridad hasta llegar al punto máximo de seguridad implementado a 30 metros. El grado de dificultad varia de media a difícil en ciertas áreas de la roca, proporcionando un desafío emocionante para los entusiastas de la escalda.

**Tabla 13.** *Características de la actividad de aventura escalada/Nido del Cóndor*

<b>Nido del Cóndor</b>			
<b>Actividad:</b> <b>Escalada</b>	Duración: 1 hora aprox	Precio por persona: \$ 20	Ubicación:
<b>Categoría: Sitio Natural</b>	Tipo: Fenómeno Espeleológico	Subtipo: Escalada ES	Parroquia: Oyacachi Cantón: El Chaco Provincia: Napo
<b>Ubicación del atractivo. -</b>			
<b>Altura:</b> 3252 m.s.n.m	<b>Dato referencial:</b> A 500 m de la comunidad de Oyacachi		


**Atractivo:**



### **3.3.5 Canyoning**

La emocionante actividad de aventura conocida como canyoning implica descender superficies verticales naturales con presencia de caídas de agua, requiere el dominio de técnicas de cuerda y habilidades físicas, la actividad brindará a los participantes experiencias emocionantes en los diferentes sitios naturales, sumado a la experiencia y conocimiento de prácticas de rappel ubicadas en 2 puntos estratégicos de la zona.




**Tabla 14.** *Característica de la actividad de aventura canyoning*

<b>Canyoning</b>			
<b>Actividad:</b> Canyoning	<b>Duración:</b> 3 - 4 hora aprox	<b>Precio por persona:</b> \$ 30	<b>Ubicación:</b>
<b>Categoría:</b> Sitio Natural	<b>Tipo:</b> Río	<b>Subtipo:</b> Cascada	Parroquia: Oyacachi Cantón: El Chaco Provincia: Napo
<b>Ubicación del atractivo.</b> -			
<b>Altura:</b> 3440 m.s.n.m	<b>Dato referencial:</b> A 4 km de la comunidad de Oyacachi		
<b>Tipo de sendero:</b>	Sendero local SL	<b>Salto del río:</b>	70 m aprox
<b>Atractivo:</b>			
			

**3.3.6 Precios de los actividades o producto.**

**Tabla 15.** *Costo por producto*

<b>Actividades:</b>	<b>Fotografía</b>	<b>Precios</b>
<b>Rappel</b>		25 \$

<b>Senderismo</b>		5 \$
<b>Escalada</b>		20 \$
<b>Canyoning</b>		30 \$

### ***3.3.7 Descripción del proceso productivo o prestación del servicio***

#### **Proceso de servicio**

El complejo prestará servicios todos los días de la semana en horarios establecidos de lunes a jueves, el horario de atención será de 8:00 a 17:00 y los jueves, viernes, sábado y domingo en horarios de 7:00 a 17:00, garantizando la seguridad de nuestros clientes en todo momento. Con el fin de prestar un servicio más eficiente la empresa contará con un sitio web donde los clientes pueden realizar reservaciones, consultas y mantener una comunicación directa con la empresa a través del sitio web y las redes sociales oficiales de la empresa.

#### ***Reservas:***

El proceso de reservas se realizara mediante compra directa con en el centro de operación de la empresa ubicada en la comunidad de Oyacachi a unos 50 metros del complejo termas “Las

Termas de Oyacachi”, página oficial de la empresa que lleva el nombre de Delta Adventure, misma que se encuentra vinculada con todas las redes sociales que la empresa manejará, por la página de WhatsApp Busines que cuenta con catálogos de las actividades de aventura que la empresa ofrecerá además la red social cuenta con asesoría directa con la empresa a través del chat y por último mediante llamadas telefónicas hacia la empresa, todos estos procesos de reservas son con lo que contará la reserva.

La empresa contará con diferentes tipos de paquetes de actividades de aventura, mismas con sus respectivos costos y personalizaciones, ajustándose al requerimiento de los clientes con el fin de ofrecer la mejor experiencia. Es importante tomar en cuenta las políticas de cancelación que la empresa maneja para evitar malentendidos.

Datos:

Dentro de la misión de la empresa se encuentra brindar la mejor experiencia a los clientes y brindar seguridad en todo momento, es así como la empresa manejará y brindará todos los equipos necesarios para el desarrollo de cada actividad, los equipos de seguridad con los que contará serán certificados, además de que los turistas contarán con el servicio de los personales altamente capacitados para la prestación de los servicios y garantizar la satisfacción del cliente.

### ***3.3.8 Obra civil necesaria***

#### **Centro de operación**

El centro de operación estará estratégico ubicado en un punto central, en estrecha proximidad a los atractivos turísticos. La instalación diseñada para facilitar la operación, distribución y venta de paquetes turísticos, además de proporcionar espacios adecuado para el almacenamiento de equipos, garantizando así un mantenimiento óptimo y evitando el deterioro. Las instalaciones incluyen áreas de servicio higiénico, recepción, oficinas de gerencia y

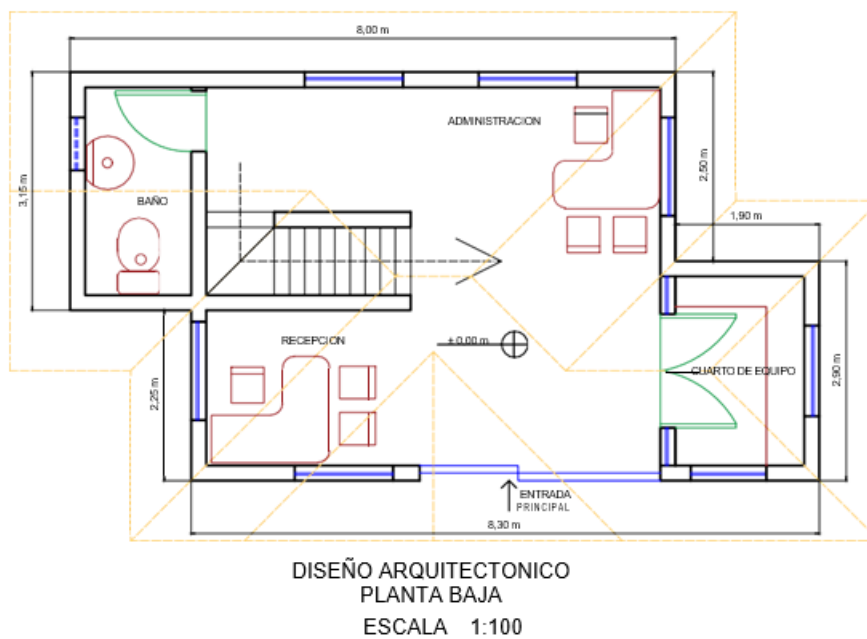


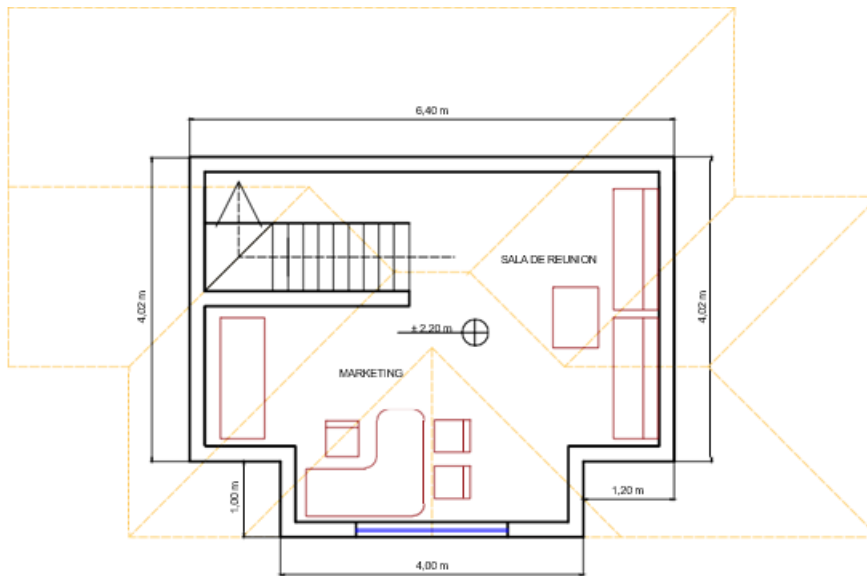
marketing, así como un cuarto específico para el almacenamiento de equipos destinados a la práctica de actividades de aventura

En términos de dimensiones, la instalación abarca 9.90 m por 5 m en un terreno de 15 m por 10, ubicada a 15 metros del atractivo principal de la comunidad “Las Termas de Oyacachi”. Se encuentra a aproximadamente 50 metros del centro de la comunidad de Oyacachi y a unos 200 metros del área destinada a rappel y escalada.

### 3.3.9 Planos de instalación

**Figura 7.** Diseño arquitectónico





DISEÑO ARQUITECTONICO  
SEGUNDA PLANTA  
ESCALA 1:100

*Nota:* Elaborado por el autor, 2024.

**Tabla 16.** Centro de operación

Adecuaciones/ construcciones	Material	Características	Cantidad	Valor unitario	Total
Adecuación del centro de operación, recepción y venta.	Centro de operación, recepción y venta.	Instalación de doble planta con una dimensión de 9.90 m x 5 m, paredes de madera, cubierta de Eternit, equipados y adecuados para el funcionamiento del complejo.	1	10.000	10.000
Infraestructura rappel	Anclajes de seguridad	Instalación de anclajes Elliot de M12mm y M10 mm y estaciones, para dos líneas de funcionamiento	2	144,6	289,2
Infraestructura sendero	Letreros, puntos de descanso e implementación del sendero	Instalación de letreros y equipamiento necesario para el funcionamiento de un sendero de pequeño recorrido.	1	1.175	1.175
Infraestructura escalada	Anclajes de seguridad	Instalación de anclajes Elliot de M12mm y	2	301,4	602,8

		M10 mm y estaciones, para dos líneas de funcionamiento			
Infraestructura canyoning	Anclajes de seguridad	Instalación de anclajes Elliot de M12mm y M10 mm y estaciones, para dos líneas de funcionamiento	2	111	222
<b>Presupuesto total</b>					<b>\$12.289</b>

Nota: Elaborado por el autor, 2023

### 3.4 Requerimiento por áreas.

#### 3.4.1 Maquinaria y Equipo

**Tabla 17.** Equipos para rappel, escalada, canyoning y senderismo

Área	Moviliario y equipo	Cantidad	Valor unitario	Valor total
<b>Escalada</b>	Cuerda Dinámica 9.8 mm 60 m - CONTACT	2	300	600,00
	Casco - PANGA	6	90	540,00
	Arnés - SAMA	6	112	672,00
	Cintas exprés con Mosquetón - DJINN AXXES - 12 cm	16	25	400,00
	Mosquetón de acero - VULCAN - Seguro Automático	4	50,4	201,60
	ATTACHE - Mosquetón de Seguro Rosca	6	29,12	174,72
	Mosquetón Am'D - Seguro Automático	6	39,2	235,20
	Cinta cosida 60 cm	6	19,04	114,24
	Línea de vida con potencia 60 cm	6	45	270,00
	Pies de gato	6	100	600,00
	Funda de magnesio	4	22,4	89,60
	Reverso – Asegurador	4	15	60,00
	Asegurador Auto bloqueante Gri Gri	2	168	336,00
	Jumar – Bloqueador	2	60	120
	Mochila porta cuerdas - BOLSA	2	60	120
	Placa multianclaje	2	60	120
	Friends y empotradores	4	85	340
	Botiquín de primeros auxilios	2	20	40
Radios (Walkie Talkie*)	1	150	150	

	Descendedores tipo 8	2	80	160
	Silbato	2	6	12
	Llave (inglesa)	1	29,86	29,86
<b>Rappel</b>	Cuerda semiestática 9.0 mm 100 m - PARALLEL	2	225	450,00
	Casco - PANGA	6	90	540,00
	Arnés - SAMA	6	112	672,00
	Mosquetón de acero - VULCAN - Seguro Automático	6	50,4	302,40
	ATTACHE - Mosquetón de Seguro Rosca	6	29,12	174,72
	Mosquetón Am'D - Seguro Automático	6	39,2	235,20
	Cinta cosida 60 cm	6	19,04	114,24
	Línea de vida con potencia 60 cm	6	45	270,00
	Reverso – Asegurador	2	15	30,00
	Asegurador Auto bloqueante Gri Gri	2	168	336,00
	Mochila porta cuerdas - BOLSA	2	60	120
	Placa multianclaje	2	60	120
	Botiquín de primeros auxilios	2	20	40
	Polea	2	160,16	320,32
	Radios (Walkie Talkie*)	1	150	150
	Descendedores tipo 8	2	80	160
	Silbato	2	6	12
	Llave (inglesa)	1	29,86	29,86
				0
<b>Canyoning</b>	Cuerda semiestática 9.0 mm 100 m - PARALLEL	2	225	450,00
	Casco - PANGA	4	90	360,00
	Arnés - SAMA	4	112	448,00
	Mosquetón de acero - VULCAN - Seguro Automático	4	50,4	201,60
	ATTACHE - Mosquetón de Seguro Rosca	4	29,12	116,48
	Mosquetón Am'D - Seguro Automático	6	39,2	235,20
	Cinta cosida 60 cm	4	19,04	76,16
	Línea de vida con potencia 60 cm	2	45	90,00
	Polea	1	160,16	160,16
	Reverso – Asegurador	2	15	30,00
	Asegurador Auto bloqueante Gri Gri	2	168	336,00

	Mochila porta cuerdas - BOLSA	2	60	120
	Placa multianclaje	2	60	120
	Gafas de piscina o buceo	2	18,99	37,98
	Traje de neopreno	4	450	1800
	Guantes de goma o PVC de neopreno	4	45	180
	Descendedores tipo 8	1	80	80
	Silbato	1	6	6
	Llave (inglesa)	1	29,86	29,86
	Radios (Walkie Talkie*)	2	150	300
	Botiquín de primeros auxilios	2	20	40
<b>Senderismo</b>	Radios (Walkie Talkie*)	1	150	150
	Botiquín de primeros auxilios	1	20	20
<b>Total</b>				<b>\$14.849,40</b>

Nota. Elaborado por el autor, 2023.

**Tabla 18.** Equipo de cómputo

Área	Equipo	Característica	Cantidad	Precio unitario	Total
Recepción, marketing y gerencia	Portátil (computadora)	Procesador intel Core i7	3	1.000	3.000
	Impresora	Impresora multifuncional, marca Epson L3260 wifi, panel digital.	1	350	350
<b>Total</b>					<b>\$3.350</b>

Nota: Elaborado por el autor, 2023

### 3.4.2 Insumos y mobiliario

**Tabla 19.** *Papelería y útiles*

Área	Papelería y útiles	Cantidad	Precio unitario	Total
Recepción, marketing y gerencia	Carpeta archivadora	3	10	30
	Grapadora	3	4	12
	Perforadora	3	4	12
	Paquetes de papel boom A4	1	4,50	4,50
	Factúrelo	1	10	10
	Pizarra mediana	1	18	18
	Caja de clips de papel	1	3,50	3,50
	Cajas de esferos	2 color azul y negro	3	3
<b>Total</b>				<b>96</b>

Nota: Elaborado por el autor, 2023

**Tabla 20.** *Propaganda o publicidad.*

Área	Medio de publicidad	Cantidad	Valor
Publicidad	Tik Tok	1	50
	WhatsApp	1	50
	Instagram	1	50
	Tarjeta de presentación	1000	70
	Tríptico	1000	180
	Letrero de la empresa	1	500
<b>Total</b>			<b>900</b>

Nota: Elaborado por el autor, 2023

### 3.4.3 Inversión y capital de trabajo.

**Tabla 21.** Capital de trabajo proyectado para el primer semestre de operación.

Área	Rubro	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total para el primer semestre
Servicios básicos	Agua	1	5	30
	Electricidad	1	25	150
	Internet	1	30	180
	Teléfono	1	30	180
Sueldos del personal	Administrador	1	600	3.600
	Recepcionista y ventas	1	460	2.760
	Guía	1	460,32	2.761,92
	Logístico	1	460	2.760
	Personal publicitario	1	490	2.940
Plataformas comerciales	Tik Tok	1	50	300
	Facebook	1	50	300
	Instagram	1	50	300
	Tarjetas de presentación	1000	70	420
	Trípticos	1000	70	420
Materia prima	Magnesio	1	22,04	132,24
Papelería y útiles de oficina	Carpeta archivadora	3	10	180
	Paquete de grapas	1	4,78	28,68
	Hojas (resma)	1	4,50	27
	Factúrelo	1	10	60
	Caja de clips de papel	1	3,50	21
	Caja de esferos	2	3	36
<b>Total</b>				<b>\$17.586,84</b>

*Nota:* El capital de trabajo está proyectado para el primer semestre de operación de la empresa.

### 3.5 Inversión total

**Tabla 22.** *Inversión total*

<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Adecuación/construcción	\$ 12.289
Gasto de instalación	\$ 2.284
Equipo	\$ 14.849
Maquinaria	\$ 700
Insumos y requerimientos	\$ 3.350
Capital de trabajo	\$ 17.586,84
Otros activos	\$ 10.000
<b>Inversión Total</b>	<b>\$ 62.055</b>

**Nota:** Elaborado por el autor, 2023.



## Capítulo IV. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 Estructura organizativa y administrativa

#### 4.1.1 Misión

Somos una empresa que brindar experiencias de aventura en entornos de montaña que satisfaga las expectativas de disfrute de nuestros clientes teniendo como prioridad la seguridad personal y la atención personalizada en cada una de nuestras actividades, con personal altamente calificado.

#### 4.1.2. Visión

En los primeros cinco años seremos una empresa reconocida a nivel nacional como la empresa de aventura más confiable y segura con miras a expansión de la cobertura de mercado de turistas aventureros.

#### 4.1.3. Políticas

- Los horarios de atención se desarrollan a partir de las 07:00 am hasta las 4:00 de lunes a viernes, los sábados y domingos se extienden 1 horas más, a excepción de las reservas que no tiene un horario establecido.
- Los equipos de seguridad se deberán revisar antes y después de cada realización de las actividades, el personal encargado deberá hacer sus respectivos mantenimientos antes de guardarlo
- El miembro del personal deberá cumplir con los estándares de vestimenta que la empresa asigne
- Queda estrictamente prohibido el uso de celulares o dispositivos electrónicos usados para diferentes fines al de la empresa

- El personal encargado de la recepción deberá cumplir con los protocolos de seguridad, vestimenta y apariencia personal establecida por la empresa
- Queda estrictamente prohibido el abandono de los puestos de trabajo sin ninguna una autorización previa
- El personal de trabajo desempeñará labores delegadas por la empresa o regirse a la jerarquía otorgada según los cargos
- En caso de incumplir con las normas establecidas los empleados serán sancionados económica o sustitución según la gravedad del incumplimiento
- Brindar seguridad a nuestros clientes en los procesos de desarrollo de actividad
- Ofrecer la mejor calidad de servicio al cliente
- Brindar soluciones y servicio transparente, eficaz y rápido en los procesos de reservación, altercados y mal entendidos
- Manejar y acoplarse a las políticas y normas de seguridad
- Mantener los equipos de seguridad con certificación para garantizar confianza y el rol que estos deban cumplir
- Capacitación constante de nuestro equipo de trabajo para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes
- Establecer la ética como una política a seguir por todos los miembros de nuestra empresa

#### ***4.1.4. Valores***

- **Responsabilidad:** La empresa busca manejar estrechamente la responsabilidad, ya sea en el ámbito laboral como personal, para brindar servicios a los clientes.

- **Disciplina:** Ser constantes y mantener un enfoque metodológico, sistemático, riguroso en la planificación y ejecución de las actividades internas de la empresa para garantizar experiencias positivas a los clientes y lograr mantener una excelente reputación generando éxito a largo plazo.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar la participación, colaboración y comunicación en el equipo de trabajo con un objetivo en común y asegurar servicios de excelencia para los clientes.
- **Puntualidad:** Acatar los horarios establecidos y cumplir a cabalidad para garantizar un servicio de excelencia y eficiencia en las labores operativas.
- **Calidad:** Brindar servicios de excelencia, con equipos certificados y de calidad garantizando la seguridad de los clientes.
- **Innovación continua:** Aplicar estrategias de mejoras constantemente en la empresa, evolucionando de manera positiva los servicios y oferta de actividades.
- **Pasión por la naturaleza:** Ser responsables con la naturaleza promoviendo medidas de conservación y respeto, junto con prácticas como la sostenibilidad y la educación ambiental para la conservación de los recursos naturales.

#### ***4.1.5. Marca e imagen corporativa***

##### **Descripción**

La identidad de la empresa se presenta bajo el nombre de “Delta Adventure”, una elección derivada basada en los significados asociados con cada palabra. “Delta” evoca elevaciones y simboliza la forma triangular, similar a la letra griega delta ( $\Delta$ ), personalmente formando una conexión asociada con las montañas y la altitud de la zona en donde están ubicadas estos elementos naturales, “Adventure” se incorpora estratégicamente al nombre para

adaptarse al dialecto internacional. El logotipo de la marca destaca la actividad principal, el rappel, representado en el centro, con una silueta de una persona disfrutando de la aventura, elevando las manos en símbolo de alegría y confianza, el diseño busca inspirar a quienes lo ven, transmitiendo sensación de confianza, adrenalina y seguridad, alentando a participantes en experimentar de las emocionantes actividades.

La elección de colores refleja la diversidad natural, con tonos vivos y oscuros como negro, blanco, verde y naranja. Según la psicología del color, estos tonos pueden evocar emociones vibrantes y estar conectados con la naturaleza. Complementando estos colores, un fondo gris claro agrega armonía, madurez y responsabilidad al conjunto.



**Figura 8.** *Isologo*




**Tabla 23. Descripción de colores**

Color	Significado	Uso
Verde	Asociado a la tierra, naturaleza, frescura, sostenibilidad, aventura, seguridad y confianza, el cual puede generar sentimientos de calidez y conexión con la naturaleza.	Letras ( <i>Marck Script</i> )
Naranja	Un color muy peculiar que se asocia a la adrenalina, visibilidad, emoción y pasión por la aventura.	Cuerda
Blanco	Se asocia a la pureza, limpieza, tranquilidad, espiritualidad y luz.	Nieve y figura
Negro	Asociado a la elegancia, formalidad, poder, autoridad, misterio y protección.	Fondo o figura triangular

**Tabla 24. Descripción figuras**

Figura	Significado
	La figura seleccionada evoca la esencia andina y montañosa, elevaciones, factor climático y áreas destinadas a las actividades de aventura. Además, se busca establecer una conexión con el nombre “Delta”, sugiriendo elevaciones y simbolizando la forma triangular.
	Las palabras individualmente: “Delta” se relaciona con las elevaciones de las montañas, presentando una similitud con la forma triangular, similar a la letra griega delta ( $\Delta$ ). Por otro lado, “Adventure”, que traduce a Aventura en español,

	<p>se incorpora estratégicamente en inglés para ampliar la conexión con diversos segmentos de mercado como el internacional. El tipo de letra en el que se identifica es de letra “<i>Marck Script</i>”</p>
	<p>Esta figura se asocia directamente con los valores que la empresa busca transmitir: aventura, seguridad, adrenalina, emoción, sensación, experiencia y satisfacción para los clientes. Se destaca la importancia de la seguridad, resaltando la cuerda o línea en color naranja, acompañado de otros equipos esenciales como casco, arnés, pie de gato y guantes que brindan soporte al participante que disfruta de la aventura.</p>



**Figura 9.** *Aplicación del logotipo en stand publicitario*






**Figura 10.** Aplicación del logotipo en una camisa



**Tabla 25.** Proceso de diseño de la marca.

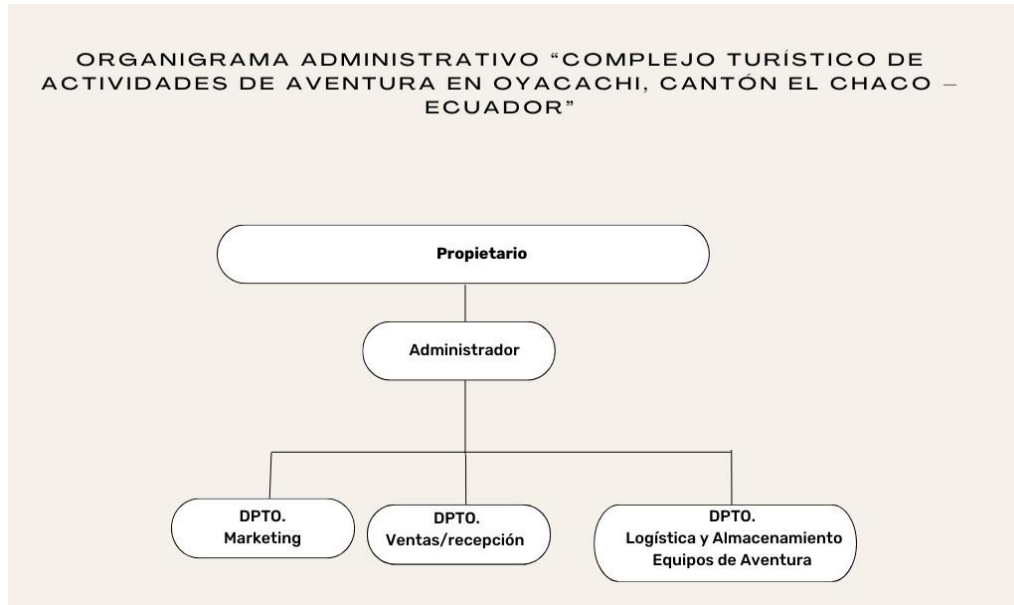
Logo	Etapa
	<p>Logo #1, etapa inicial definición del nombre, lema e idea que busca proponer la figura de equipo de seguridad</p>
	<p>Logo #2, Enfocado en el desarrollo de actividades de rappel, escalada y canyoning, una de las desventajas analizadas es la limitada información que brinda la figura ya que no se engloba a otras actividades de aventura.</p>

	<p>Logo 3#, Usar combinaciones de colores y cambio de la figura por unas figuras que hace semejanza a las montañas, también se incorpora un fondo para lograr un logo limpio y minimalista</p>
	<p>Logo #4, Busca un contraste entre las figuras y las letras donde juntas logren emitir información y generar una idea de lo que la empresa oferta a los clientes</p>
<p><b>Logo o maraca final</b></p>	
	



#### 4.1.6 Organigrama Estructural

**Figura 11.** Organigrama administrativo de la empresa



#### Nivel directivo

**Propietario:** Dueño de la empresa

**Administrador:** Espacio disponible con toda la información de la empresa para dirigir y gestionar, desarrollar planificaciones, organizaciones, control y evaluación de la empresa, a fin de garantizar el éxito y adecuado manejo.

#### Nivel operativo

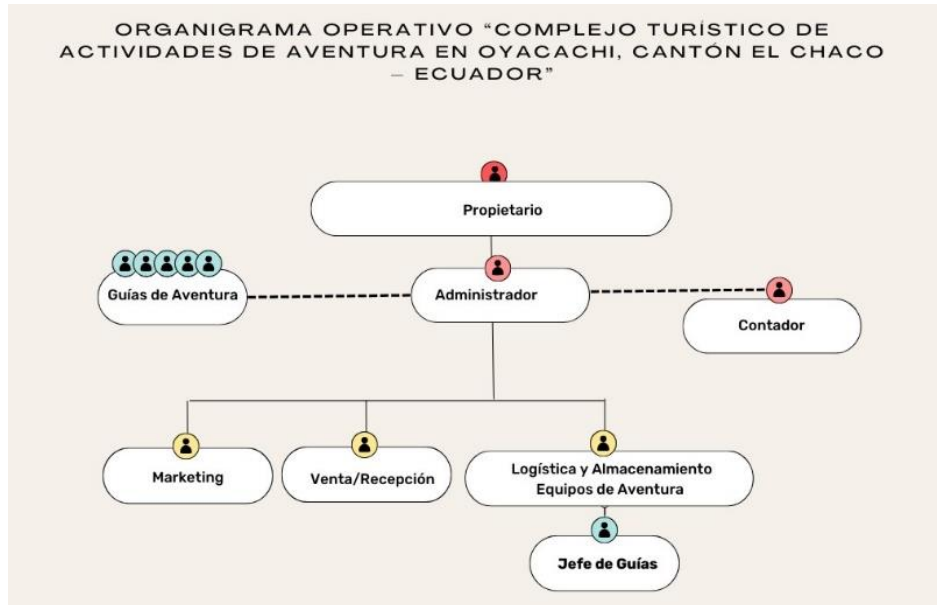
**Departamento de marketing:** Conformado con equipos de sonido, visuales, impresoras, aplicaciones y plataformas digitales para la elaboración de contenido visual, auditivo y físicos.

**Departamento de ventas/recepción:** Este departamento cuenta con equipos adecuados para la distribución de los productos turísticos de la empresa.

**Departamento de recursos humanos:** Se encarga de gestión de políticas de recursos humanos, la contratación, capacitación y control de desarrollo del personal.

#### 4.1.7 Organigrama Funcional

Figura 12. Organigrama operativo de la empresa



**Propietario:** Dueño de la empresa y encargado de la toma de decisiones para la empresa.

**Contador:** Se encarga del manejo de la economía de la empresa mediante la administración de finanzas, contabilidad, presupuesto y gestión de costos, el cual también asiste con información para la toma de decisiones.

**Marketing:** Se encarga de la publicidad y distribución de contenido en plataformas virtuales, también información en medios físicos, auditivos y visuales.

**Ventas/recepción:** Se encarga de las ventas de paquetes y productos turísticos, atracción de nuevos clientes, atención al clientes y provisión de información sobre servicio.

**Logística y almacenamiento equipos de seguridad:** Organiza, supervisa y evalúa el desempeño del personal encargado para el desarrollo de las actividades de aventura. Asu vez esta cuenta con una subárea de un jefe de guías, el cual se encarga de capacitación constante de los

miembros encargados de las actividades, evalúa, apoya y lidera a los guías locales y especializados en rappel, escalada, senderismo y canyoning.

## **4.2 Constitución de la empresa (Empresa SAS) y propiedad intelectual**

El complejo turístico de actividades de aventura es una empresa constituida por una Sociedad por Acciones Simplificadas SAS, que cuenta de propietarios o miembros quienes participan de forma responsable y limitada que ofrece flexibilidades en las gestiones y estructura del capital. Donde los accionistas son los que toman decisiones para el beneficio de la empresa.

### ***4.2.1 Permiso de funcionamiento***

Para el funcionamiento del complejo turístico se contará con los permisos legales correspondientes y sujetarse a ellas para lo cual se debe constar de:

### ***4.2.2 Constitución de la empresa***

Requisitos obligatorios

- Copia de cedula a color
- Copia a color de los certificados de votación
- Planilla de servicios básicos
- Copia de cedula y certificado de votación a color del representante o un accionista quien ejerza la representación legal de la empresa.

### **Proceso**

1. Contar con un nombre o marca de la empresa. Acercarse o realizarlo vía online la reservación del nombre en la Superintendencia de Compañías.

2. Escritura de la constitución de la empresa. Documento redactado por un abogado, debido al contenido de información que se detalle, para posteriormente ser notariado, siendo un instrumento publico
3. Registro Mercantil. Una vez aprobado el Acta de Constitución de la Compañía por el órgano regular, debe ser subida a la Superintendencia de Compañías mediante su departamento jurídico. También debe ser aprobado por el Registro Mercantil junto con una carta que especifique el nombre del representante legal de la empresa, una vez realizado todos estos procedimientos, la compañía se habrá constituido legalmente.
4. Superintendencia de Compañías. Realizado todos los procesos anteriores el documento inscrito en el Registro Mercantil debe ser presentado nuevamente para ser escrita en su libro de registro.
5. Solicitar el Registro Único de Contribuyente. El representante legal de la empresa deberá contar con un registro como contribuyente en el Servicio de Rentas Internas del Ecuador.

#### ***4.2.3 Registro único de contribuyente (RUC)***

##### Requisito

- Formulario 01A Y 01B
- Escrituras de nombramiento del representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de cedula, certificado de votación del representante legal o agente de retención
- Entregar una copia del documento que certifique la dirección del domicilio fiscal o nombre del sujeto pasivo.

Art. 6.- Derechos de los prestadores de servicios turísticos. - Los prestadores de servicios turísticos que oferten modalidades de aventura, tendrán los siguientes derechos:

1. Determinar políticas de cobro y tarifas para la prestación de sus servicios. Para guías y facilitadores de turismo, la prestación de este servicio se realizará a través de agencias de servicios turísticos conforme la normativa turística pertinente;
2. Cancelar unilateralmente el contrato suscrito con el usuario cuando éste no ha cumplido con el pago pactado o no cumpliera con las condiciones particulares y normas de seguridad impartidas;
3. Contar con la confirmación sea física o virtual de los servicios contratados con sus proveedores;
4. Exigir información oportuna por parte de su proveedor en caso de existir contingente o variación en el servicio contratado. Así como contar con un número de emergencia por parte del proveedor del servicio; y,
5. Acceder a programas, beneficios e incentivos promovidos por el Ministerio de Turismo.

#### ***4.2.4 Permisos adicionales***

- Contar con una licencia única anual de funcionamiento otorgada por el Ministerio de Turismo
- Registro legal de la empresa ante el Ministerio de Turismo o entidad regulatoria
- Documentos legales, comerciales, estatutos sociales y otros requisitos específicos
- Contar con seguros de responsabilidad civil
- Guías y personal capacitado con certificación en sus áreas correspondientes
- Equipos de seguridad certificado y avalado por las entidades competentes

- Permisos del Ministerio del Ambiente y áreas protegidas
- Permiso de funcionamiento de los bomberos
- Permiso de la independencia de policía
- Permiso sanitario

### **4.3 Propuesta comercial**

Promocionar los productos y paquetes turísticos a través de sitios web, página oficial de la empresa, redes sociales y directa o presencial, también buscar alianzas estratégicas con operadoras y agencias de viajes para lograr distribuir la mayor cantidad de paquetes y servicios que el proyecto propone.

#### **Venta directa**

Se realizarán ventas de forma directa con el cliente a través de diferentes canales tanto presencial (cara a cara), llamadas telefónicas, ferias, eventos y demás canales donde la finalidad es interactuar de manera directa con el cliente o compradores.

#### **Reservaciones o venta virtual**

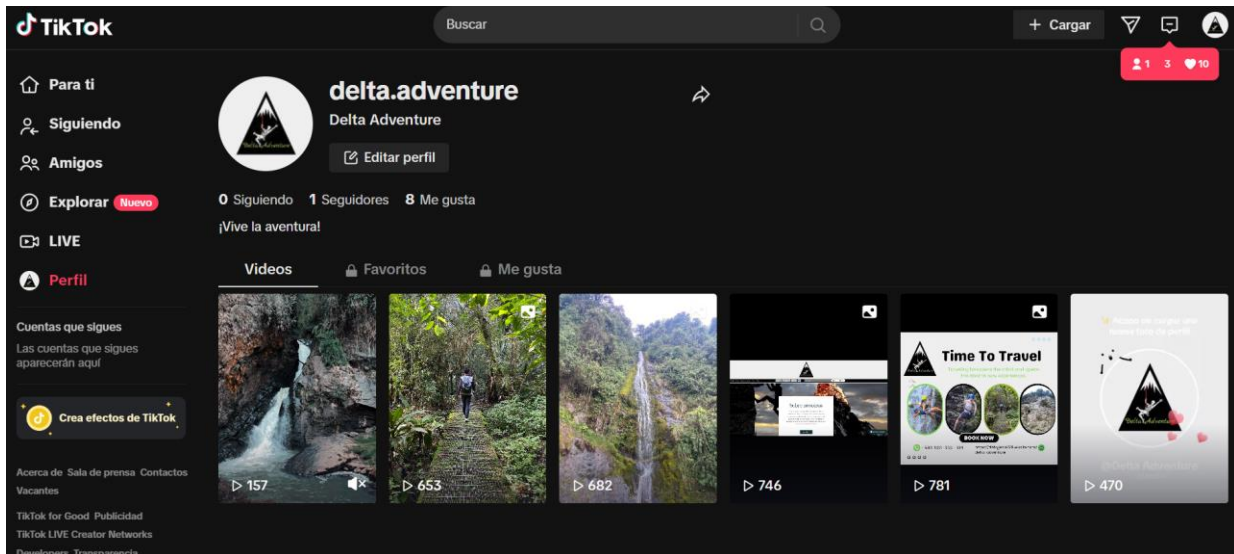
**Redes sociales:** Con la marca o logo ya establecido se promocionará el proyecto de forma activa en las diferentes plataformas o redes sociales que el segmento de mercado más utiliza para comercio y comunicación según los datos de las encuestas realizadas.

#### **Tik Tok**

Será uno de los principales medios de difusión y comercialización de la empresa donde se promocionará los productos y servicios mediante videos publicitarios de corta duración, utilizando diversas estrategias de marketing para lograr vistas, generar interacción y

suscripciones en la cuenta con el objetivo de llamar la atención de los espectadores y poder distribuir nuestros paquetes.

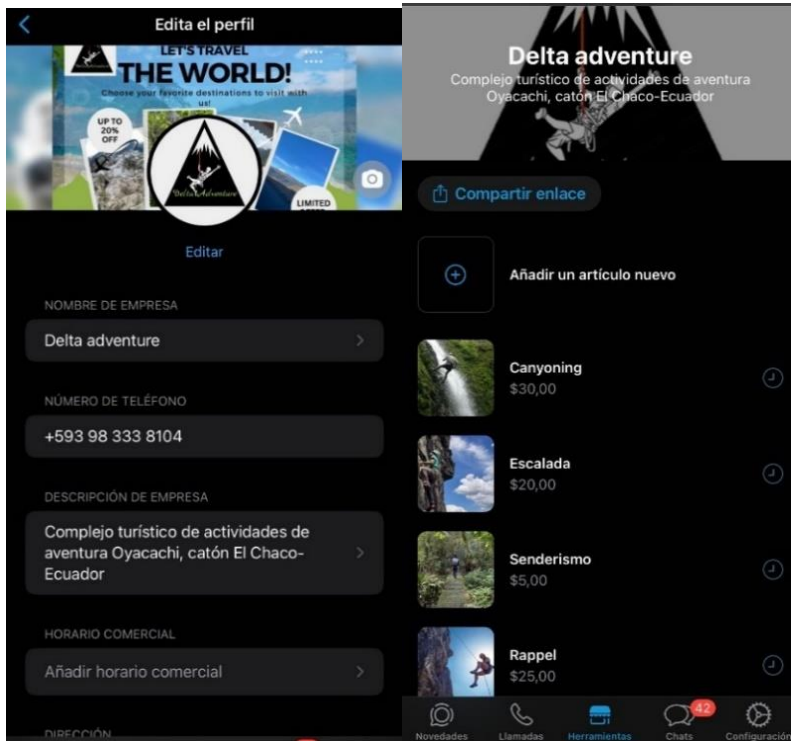
**Figura 13. TikTok**



### **WhatsApp Business**

Esta plataforma brindará asesoramiento, servicio, información al cliente de manera activa mediante chats o mensajes de texto, también incentivando a que los clientes se sientan con total confianza de interactuar con nuestra empresa y poder solucionar o facilitar con respuestas a sus preguntas referente a nuestros servicios, productos y paquetes que se ofrecerá.

**Figura 14.** *WhatsApp Business*

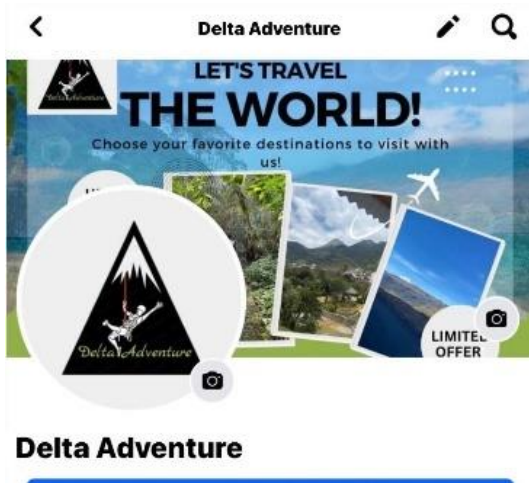


## **Facebook**

Se utilizará esta plataforma para compartir contenido de las actividades que realizará, así también con información relevante para los espectadores con el objetivo de llegar a un número elevado de personas e incentivar a que logren disfrutar de las experiencias de adrenalina que la empresa ofrecerá en un ambiente natural y relajante.



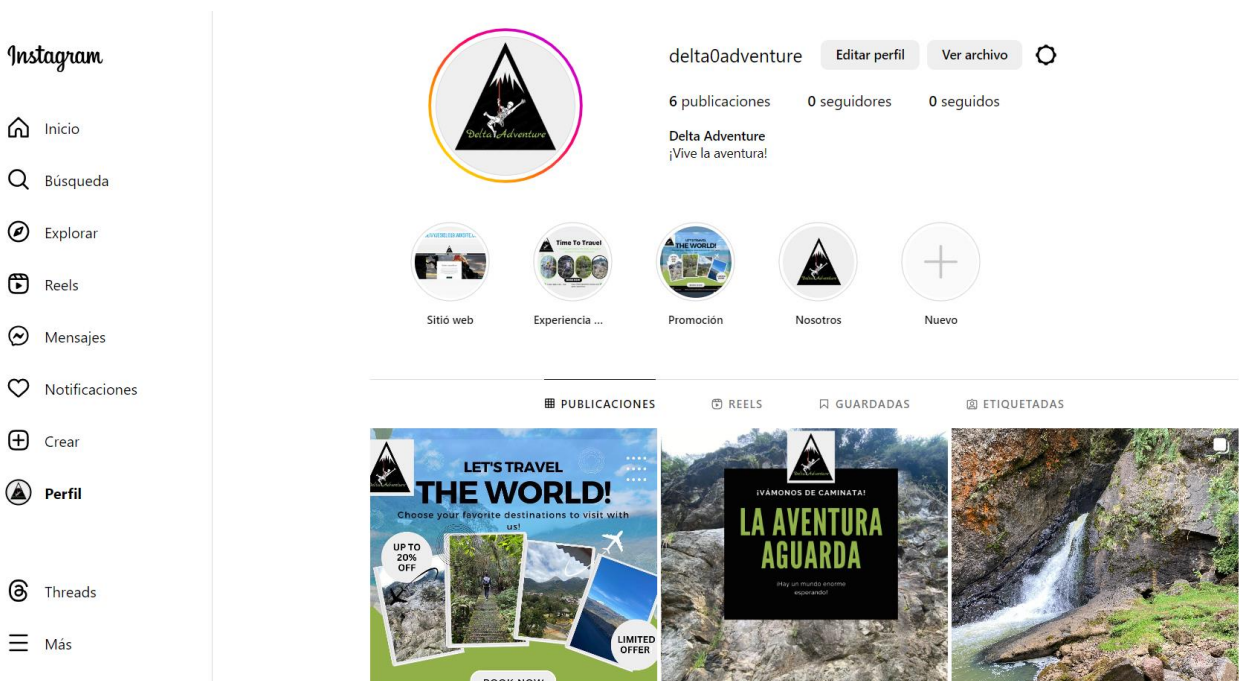
Figura 15. Facebook



## Instagram

La plataforma servirá como un sitio donde se publicarán fotografías, reels o videos, historias de las actividades que se realizará o de lo que se ofrecerá, siendo una plataforma muy eficiente para promocionar y distribuir mediante contenido de calidad y más estético debido al segmento de mercado que esta plataforma maneja.

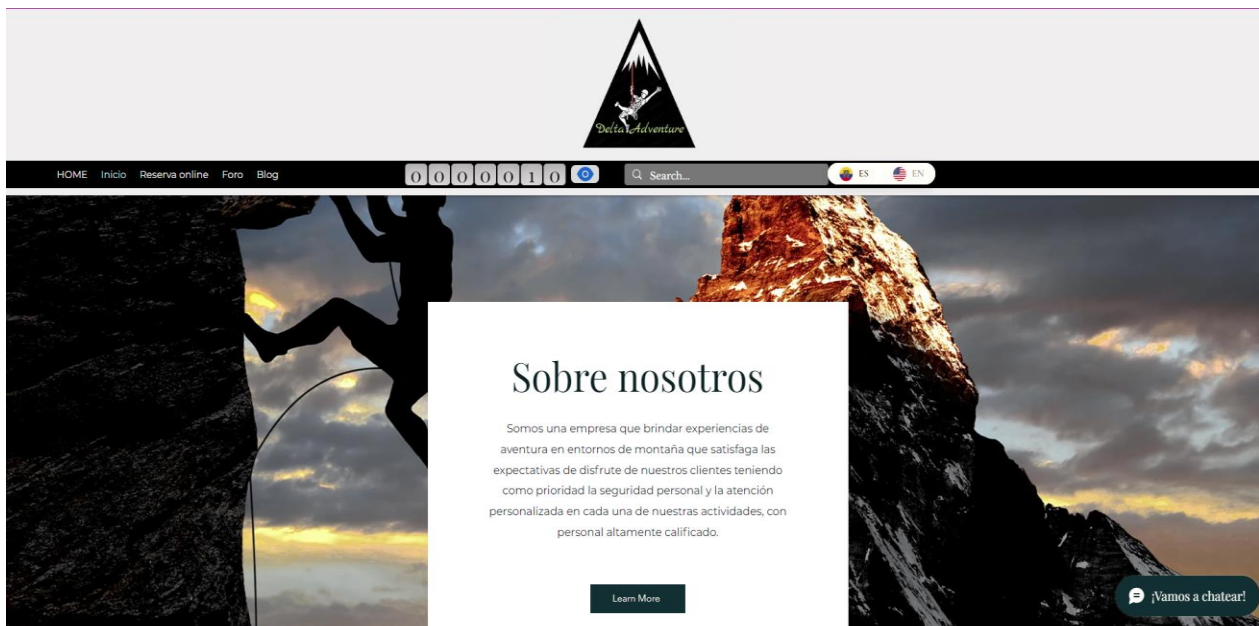
Figura 16. Instagram



## Sitio Web

Mediante la plataforma wix.com se realizará un sitio web para la empresa donde se encontrarán las actividades que se manejará, información, contactos, ubicación, acerca de la empresa, reservaciones, redes sociales que maneja, comentarios, puntuaciones, etc. Este sitio web será como el eje principal de manejo de la empresa ya que se realizará reservación, venta, publicidad o marketing, además que este sitio web se podrá abrir desde dispositivos móviles, ordenadores y en dos idiomas que son el español e inglés.

**Figura 17.** *Sitio web*



**Fuente:** Página elaborado por el autor, 2023. <https://deivyjesiel619.wixsite.com/delta-adventure>

## **CAPITULO V. ESTUDIO AMBIENTAL**

La comunidad de Oyacachi, cantón el Chaco, provincia de Napo. Mediante la implementación de un complejo turístico para actividades de aventura, busca potenciar los recursos aun desaprovechados mediante la implementación de atractivos y productos turísticos de aventura. Por los que como uno de los objetivos planteados en el proyecto se demostrará el impacto que el proyecto pueda generar.

La realización del presente EIA se fundamenta en un estudio de proyecto realizado en la comunidad de Oyacachi en donde con el afán de disminuir y mitigar posibles riesgos de impacto ambiental que la empresa pueda llegar a generar, amenazando a la naturaleza e irrumpiendo el fin de sostenibilidad que fomenta la comunidad con el entorno, con la finalidad de mantener un control en la etapa de construcción y operación del proyecto se realiza la evaluación de impacto ambiental del que se desglosará un plan de manejo ambiental donde se plantea: cooperación, prevención, mitigación, sostenibilidad y en caso de una significativa amenaza el abandono del mismo. Al desarrollas los requisitos mencionados se concluye en la determinación de poner en funcionamiento o negar la aplicación de las actividades para la operación de Turismo de Aventura en la comunidad.

### **5.1 Descripción de las etapas y sus respectivas actividades del emprendimiento**

#### **Matriz de Identificación etapa de construcción y operación**

**Tabla 26.** *Actividades en etapa de construcción y operación del “Complejo Turístico para Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador”*

<b>ETAPA</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
<b>Construcción</b>	Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.
	Infraestructura para Rappel
	Infraestructura para Senderismo
	Infraestructura para Escalada
	Infraestructura para Canyoning
<b>Operación</b>	Rappel
	Senderismo
	Escalada
	Canyoning

**Nota:** *Elaborador por el autor, 2024.*

## 5.2 Descripción de los componentes y factores ambientales

**Tabla 27.** *Factores y Componentes Ambientales*

<b>FACTORES AMBIENTALES</b>	
<b>BIOFÍSICOS</b>	Aire
	Suelo
	Agua
<b>PERCEPTUAL</b>	Paisaje
<b>BIÓTICOS</b>	Flora
	Fauna
<b>ECONÓMICOS</b>	Empleo
	Desarrollo económico
	Mejorar infraestructura
<b>CULTURAL/RECREATIVO</b>	Interacción cultural
	Fotografía

## 5.3 Definición de métodos de Evaluación de impactos Ambientales

### 5.3.1 Matriz de Criterios Relevantes Integrados

El método de los Criterios Relevantes Integrados (Buroz, 1990) está basado en un análisis multicriterio, partiendo de la idea de que un impacto ambiental se puede estimar a partir de la discusión y análisis de criterios con valoración ambiental, los cuales se seleccionan dependiendo de la naturaleza del proyecto.

#### Características del método de Criterios Relevantes Integrados según Buroz:

- Conocer las actividades que se generan durante la ejecución del emprendimiento.
- Identificar siempre los cambios sobre el medio físico, biótico y socioeconómico.
- Este método propone la elaboración del índice VIA (valor del impacto ambiental).
- La metodología es aplicable a proyectos con intensa participación multidisciplinaria.
- Existen dos ecuaciones muy importantes la primera para calcular la Magnitud y la segunda para calcular el VIA.

La simbología utilizada es la siguiente:

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

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

### 5.3.2 Criterios de valoración

**Intensidad.** Reconocemos como intensidad al grado de impacto que una acción altera en la zona, para ello se establecen valores que miden la intensidad con relación a la alteración sufrida mediante indicadores que varía entres 1 - 10.

Intensidad	Valor
Alto	7 a 10
Medio	4 a 6
Bajo	1 a 3

**Extensión o influencia espacial.** Se refiere a la superficie o área en la alteración se hace presente por la presencia del proyecto o emprendimiento.

**La escala de valoración es:**

Extensión	Valor
Regional	10
Local	5
Puntual	2

**Duración del cambio.** Se refiere al tiempo en el que la alteración se hará presente tras la primera interacción.

**La escala de valoración es:**

Duración	Valor
Largo	10
Mediano	5
Corto	2

**Reversibilidad.** Capacidad de retornar de la alteración a la situación de equilibrio inicial o cercana.

**La escala de valoración es:**

Reversibilidad	Valor
Baja o Irrecuperable	10
Impacto recuperable a muy largo plazo ( mayor a 30 años)	9
Medio, impacto reversible a largo y mediano plazo	5
Alto, Impacto reversible de manera inmediata a corto	2

**Incidencia.** Es la frecuencia real o potencial de veces que ocurre el impacto ambiental, sea baja, media o alta certeza de que se produzca el impacto, a continuación, los valores de incidencia:

**La escala de valoración es:**

Incidencia	Valor
Alto	10
Medio	5
bajo	2

**Magnitud.** Muestra el grado de intensidad, extensión y duración. Su simbología, peso de

criterio y formula es la siguiente:

Signo	Significado
I	Intensidad
E	Extensión
D	Duración

Peso del criterio de Intensidad	0,4	WI
Peso del criterio de Extensión	0,4	WE
Peso del criterio de Duración	0,2	WD

$$Ma = (I*WI) + (E*WE) + (D*WD)$$

**Índice integral del impacto ambiental VIA.** Integra l criterios como la reversibilidad, incidencia y magnitud, a través de un proceso de recopilación. Su fórmula es:

$$VIA = (R^{Xr} * G^{Xg} * M^{Xm})$$

**Donde:**

Signo	Significado
R	Reversibilidad
G	Incidencia
M	Magnitud

**VIA=** Índice de impacto para el componente o variable, La sumatoria de  $w_r + w_g + w_m =$  tiene que dar un total de 1

Peso del criterio de Reversibilidad	0,22	Xr
Peso del criterio de Incidencia	0,17	Xg
Peso del criterio de Magnitud	0,61	Xm



**Severidad.** Es el grado de impacto o importancia relacionado a la evaluación del impacto. Se basa en evaluar el índice o VIA obtenida. Basándose en la siguiente escala:

Signo	Significado
M	Magnitud
VIA	Valor Indice Ambiental

SEVERIDAD DEL IMPACTO	ESCALA DE VALORES
Leve	0 a 5
Moderado	6 a 15
Severo (Impacto Adverso)	16 a 39
Critico (Impacto Adverso)	40 a 100
Representativo (Impacto Beneficioso)	0 a 100

SEVERIDAD DEL IMPACTO	ESCALA DE VALORES
Leve	0 a 5
Moderado	6 a 15
Severo (Impacto Adverso)	16 a 39
Critico (Impacto Adverso)	40 a 100
Representativo (Impacto Beneficioso)	0 a 100

**Donde:**

- **Impacto leve:** Se refiere a impacto ambiental que es leve o casi imperceptible y la recuperación es inmediata tras el cese de la actividad.
- **Impacto Moderado:** El impacto es moderado y se requiere prácticas de mitigación simple y precisa en cierto tiempo para la recuperación del impacto causado.

- **Impacto severo:** El impacto es notorio y la magnitud del impacto exige medidas de específicas de mitigación en un periodo de tiempo específico
- **Impacto crítico:** El impacto es mayor a lo que el ambiente con posibilidad de que no se pueda recuperar incluso con medidas y prácticas de mitigación.
- **Impacto representativo:** Se refiere a los impactos positivos que las actividades puedan lograr, obteniendo beneficios positivos que logran equilibrar el impacto causado.

## 5.4 Identificación y evaluación de los impactos ambientales

**Tabla 28.** Identificación de impactos ambientales

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción				Etapa de operación				
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			-			-	-	-	-
	Suelo	Erosión del suelo		-	-	-		-	-	-	-
	Agua	Contaminación de cascadas			-		-	-	-	-	-
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		-	-	-	-	-	-	-	-
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		-	-	-	-	-	-	-	-
Económico	Empleo	Generación de empleos	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Cultural/Recreativo	Interracción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	+	+	+	+	+	+	+	+	+

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Impacto	Signo
Adverso	-
Beneficioso	+

**Tabla 29. Matriz de intensidad de los impactos ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción					Etapa de operación			
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			3			2	4	2	2
	Suelo	Erosión del suelo		3	6	4		3	6	3	4
	Agua	Contaminación de cascadas			5		3		4		5
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	3	2	6	2	3	2	4	3	3
Biótico	Flora	Dstrucción de la flora y cobertura vegetal		3	6	3	2	2	4	2	2
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		3	6	3	2	3	5	3	1
Económico	Empleo	Generación de empleos	7	7	9	8	8	7	8	7	6
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	8	7	7	8	7	7	8	7	6
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	4	7	7	7	7	8	6	8	8
Cultural/ Recreativo	Interacción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	4	2	2	2	2	3	2	2	2
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	3	3	3	3	3	6	5	6	7

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024

Intensidad	Valor
Alto	7 a 10
Medio	4 a 6
Bajo	1 a 3

**Tabla 30. Matriz de Extensión de Impactos Ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción				Etapa de operación				
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			2			2	2	2	2
	Suelo	Erosión del suelo		2	2	2		2	2	2	2
	Agua	Contaminación de cascadas			5		5		5		5
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		2	5	2	2	2	5	2	2
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		2	2	2	2	2	2	2	2
Económico	Empleo	Generación de empleos	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Cultural/Recreativo	Interracción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	5	5	5	5	5	5	5	5	5

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Extensión	Valor
Regional	10
Local	5
Puntual	2

**Tabla 31. Matriz de Duración de Impactos Ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción					Etapa de operación			
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			5			2	5	2	2
	Suelo	Erosión del suelo		2	5	2		2	5	2	2
	Agua	Contaminación de cascadas			2		2		2		2
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	2	2	5	2	2	2	5	2	2
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		2	5	2	2	2	5	2	2
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		2	2	2	2	2	2	2	2
Económico	Empleo	Generación de empleos	2	5	5	5	5	5	5	5	5
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	2	2	2	2	2	5	5	5	5
Cultural/Recreativo	Interacción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	2	2	2	2	2	5	5	5	5
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	5	5	5	5	5	5	5	5	5

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Duración	Valor
Largo	10
Mediano	5
Corto	2

**Tabla 32. Matriz de Reversibilidad de Impactos Ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción					Etapa de operación			
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
	Aire	Generación de malos olores por contaminación			5			2	5	2	2
	Suelo	Erosión del suelo		2	5	2		2	5	2	2
	Agua	Contaminación de cascadas			5		5		5		5
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	2	2	5	2	2	2	5	2	2
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		2	5	2	2	2	5	2	2
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		2	2	2	2	2	2	2	2
Económico	Empleo	Generación de empleos	2	2	5	2	2	5	5	5	5
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	2	2	5	2	2	2	2	2	2
Cultural/Recreativo	Interacción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	2	2	2	2	2	2	2	2	2

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Reversibilidad	Valor
Baja o Irrecuperable	10
Impacto recuperable a muy largo plazo ( mayor a 30 años)	9
Medio, impacto reversible a largo y mediano plazo	5
Alto, Impacto reversible de manera inmediata a corto	2

**Tabla 33. Matriz de Incidencia de Impactos Ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción					Etapa de operación			
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			5			2	5	2	2
	Suelo	Erosión del suelo		2	5	2		2	5	2	2
	Agua	Contaminación de cascadas			5		2		5		2
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	2	2	5	2	2	2	2	2	2
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		2	2	2	2	2	2	2	2
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		2	5	2	2	2	2	2	2
Económico	Empleo	Generación de empleos	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	5	5	5	5	5	10	10	10	10
Cultural/Recreativo	Interacción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	5	5	5	5	5	5	5	5	5

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Incendencia	Valor
Alto	10
Medio	5
Bajo	2



**Tabla 34. Matriz de Magnitud de Impactos Ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción				Etapa de operación				
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			3			2	3,4	2	2
	Suelo	Erosión del suelo		2,4	4,2	2,8		2,4	4,2	2,4	2,8
	Agua	Contaminación de cascadas			4	0,4	3,2	0,4	3,6	0,4	4
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	2,4	2	3,6	2,6	2,4	2	2,8	3	2,4
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		2,4	4,8	3	2	2	4	2,6	2
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyentan a la fauna		2,4	3,6	2,4	2	2,4	3,2	2,4	1,6
Económico	Empleo	Generación de empleos	5,2	5,8	6,6	6,2	6,2	5,8	6,2	5,8	5,4
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	6,2	5,8	5,8	6,2	5,8	5,8	6,2	5,8	5,4
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	4	5,2	5,2	5,2	5,2	5,6	5,4	6,2	6,2
Cultural/Recreativo	Interacción	Fortalecimiento de la identidad cultural	2,8	2	2	2	2	2,4	2,6	2,6	2,6
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	5,4	5	5,4	5,8

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Signo	Significado
I	Intensidad
E	Extensión
D	Duración

$$Ma = (I*WI) + (E*WE) + (D*WD)$$

**Tabla 35. Matriz de Valor del Índice Ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción				Etapa de operación				
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			3,66			2,00	3,95	2,00	2,00
	Suelo	Erosión del suelo		2,24	4,50	2,46		2,24	4,50	2,24	2,46
	Agua	Contaminación de cascadas			4,36		3,26		4,09		3,73
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	2,24	2,00	4,09	2,35	2,24	2,00	3,00	2,56	2,24
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		2,24	4,17	2,56	2,00	2,00	3,73	2,35	2,00
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		2,24	3,34	2,24	2,00	2,24	2,66	2,24	1,75
Económico	Empleo	Generación de empleos	4,71	5,03	6,66	5,24	5,24	6,16	6,41	6,16	5,90
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	6,41	6,16	6,16	6,41	6,16	6,16	6,41	6,16	5,90
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	3,57	4,19	5,12	4,19	4,19	4,93	4,82	5,24	5,24
Cultural/Recreativo	Interacción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	2,46	2,00	2,00	2,00	2,00	2,24	2,35	2,35	2,35
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	4,28	4,09	4,28	4,47

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Signo	Significado
R	Reversibilidad
G	Incidencia
M	Magnitud

$$VIA = (R^{Xr} * G^{Xg} * M^{Xm})$$

**Tabla 36. Matriz de Severidad de Impactos Ambientales**

FACTORES Y COMPONENTES AMBIENTALES		IMPACTOS AMBIENTALES	ACTIVIDADES								
			Etapa de construcción					Etapa de operación			
			Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	Infraestructura para Rappel	Infraestructura para Senderismo	Infraestructura para Escalada	Infraestructura para Canyoning	Rappel	Senderismo	Escalada	Canyoning
Biofísico	Aire	Generación de malos olores por contaminación			3,66			2,00	3,95	2,00	2,00
	Suelo	Erosión del suelo		2,24	4,50	2,46		2,24	4,50	2,24	2,46
	Agua	Contaminación de cascadas			17,45		10,43		14,73		14,94
Perceptual	Paisaje	Generación de residuos sólidos	5,36	4,00	14,73	6,10	5,36	4,00	8,41	7,68	5,36
Biótico	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal		5,36	20,03	7,68	4,00	4,00	14,94	6,10	4,00
	Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna		5,36	12,04	5,36	4,00	5,36	8,52	5,36	2,79
Económico	Empleo	Generación de empleos	24,49	29,20	43,98	32,51	32,51	35,72	39,77	35,72	31,84
	Desarrollo económico	Ingresos económicos	39,77	35,72	35,72	39,77	35,72	35,72	39,77	35,72	31,84
	Mejora infraestructura	Mantenimiento de infraestructura	14,27	21,77	26,63	21,77	21,77	27,59	26,02	32,51	32,51
Cultural/Recreativo	Interacción cultural	Fortalecimiento de la identidad cultural	6,88	4,00	4,00	4,00	4,00	5,36	6,10	6,10	6,10
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	15,43	15,43	15,43	15,43	15,43	23,13	20,44	23,13	25,95

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

Signo	Significado
M	Magnitud
VIA	Valor Índice Ambiental

SEVERIDAD DEL IMPACTO	ESCALA DE VA
Leve	0 a 5
Moderado	6 a 15
Severo (Impacto Adverso)	16 a 39
Crítico (Impacto Adverso)	40 a 100
Representativo (Impacto Beneficioso)	0 a 100

## 5.5 Resumen de Evaluación de Impactos Ambientales

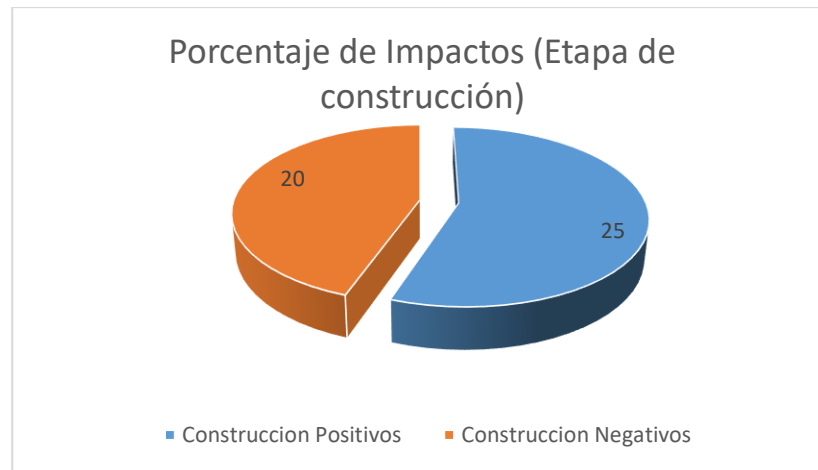
**Tabla 37.** Resumen de impactos ambientales

ETAPA	ACTIVIDADES	Impacto por actividad	Carácter				
			Negativo				Positivo
			Leve	Moderado	Severo	Crítico	Representativo
Construcción	Adecuación de un centro de operación, recepción y venta.	6	1	0	0	0	5
	Infraestructura para Rappel	9	4	0	0	0	5
	Infraestructura para Senderismo	11	2	2	2		5
	Infraestructura para Escalada	9	2	2	0	0	5
	Infraestructura para Canyoning	10	3	2	0	0	5
Operación	Rappel	10	5	0	0	0	5
	Senderismo	11	2	4	0	0	5
	Escalada	10	3	2	0	0	5
	Canyoning	11	5	1	0	0	5
	Total	87	27	13	2	0	45

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

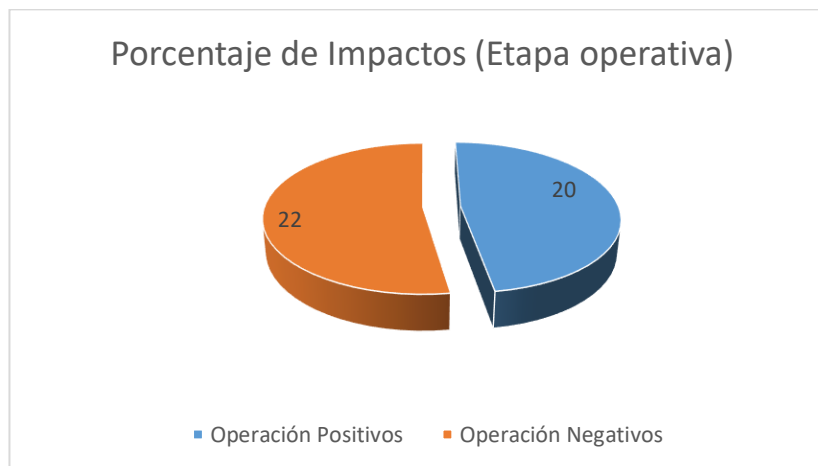
### 5.5.1 Grafico estadístico de los impactos generados

**Figura 18.** Porcentajes de impacto en la etapa de construcción



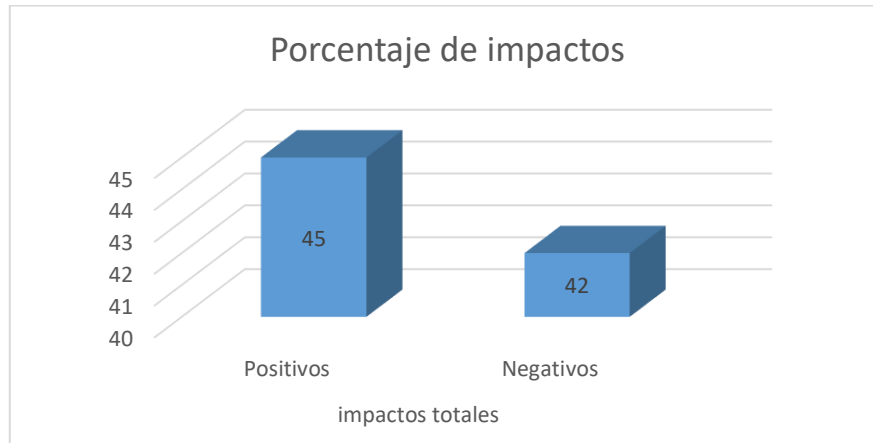
**Nota:** Elaborador por el autor, 2024.

**Figura 19.** Porcentajes de impacto en la etapa de construcción



**Nota:** Elaborador por el autor, 2024.

**Figura 20.** Porcentajes de impacto en la etapa de construcción



**Nota:** Elaborador por el autor, 2024.

### 5.6 Jerarquización de los impactos

**Tabla 38.** Jerarquización de los impactos en la fase de construcción

FASE DE CONSTRUCCION		
Aspectos	Impactos Ambientales	Valor del impacto
(+)	Ingresos económicos	37,34
	Generación de empleos	32,54
	Mantenimiento de infraestructura	21,24
	Conservación de patrimonio fotográfico	15,43
	Fortalecimiento de la identidad cultural	4,58
(-)	Destrucción de la flora y cobertura vegetal	-7,42
	Generación de residuos solidos	-7,11
	Contaminación de cascadas	-5,58
	Generación de ruidos que ahuyentan a la fauna	-5,35
	Erosión del suelo	-1,84

	Generación de malos olores por contaminación	-0,73
--	--	-------

*Nota: Elaborado por el autor, 2024.*

**Tabla 39. Jerarquización de los impactos en fase de operación**

<b>FASE DE OPERACION</b>		
<b>Aspectos</b>	<b>Impactos Ambientales</b>	<b>Valor del impacto</b>
<b>(+)</b>	Ingresos económicos	35,76
	Generación de empleos	35,76
	Mantenimiento de infraestructura	29,66
	Conservación de patrimonio fotográfico	23,16
	Fortalecimiento de la identidad cultural	5,92
<b>(-)</b>	Contaminación de cascadas	-7,42
	Dstrucción de la flora y cobertura vegetal	-7,26
	Generación de residuos solidos	-6,36
	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna	-5,51
	Erosión del suelo	-2,86
	Generación de malos olores por contaminación	-2,46

*Nota: Elaborado por el autor, 2024.*

A partir del análisis y valoración previamente realizados a través de la matriz de criterios relevantes integrados, se puede notar en tanto en la etapa de construcción y operación se generan impactos negativos e impactos positivos, sobre todo afectan la calidad del aire, agua y suelo de manera leve y moderada. Por otro lado, las subactividades del proyecto afectan de manera compatible al medio biótico (flora y fauna). El medio socioeconómico se ve beneficiado de manera representativa según las actividades evaluadas. De manera positiva y significativa se beneficia el empleo y el desarrollo económico, y se evidencia una mejora de infraestructura al

momento de llevar a cabo estas actividades. El proyecto afectará al medio biofísico, biótico, perceptual, económico y cultural de forma negativa como positiva, donde los impactos negativos son leve y moderado denotando que el proyecto es sostenible y no genera demasiados impactos negativos, en cuanto a los impactos positivos que las actividades generan son beneficiosos, siendo los que más valoración y puntuación tiene, por ende, se puede considerar al proyecto como viable.

### ***5.7 Plan de manejo ambiental***

El plan de manejo planteado a continuación rige pautas para guiar hacia practicas responsables y sostenibles de los impactos que se pueda presentar, esta estrategia propone buscar la coexistencia pacífica entre el desarrollo económico y la preservación del medio ambiente. Delinea estrategias de mitigación y mejora continua para salvaguardar la biodiversidad, los recursos naturales y el bienestar de la comunidad local.



**Tabla 40. Plan de manejo ambiental**

Plan de manejo ambiental para la implementación del “Complejo Turístico para Actividades de Aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador”								
Factor	Componente	Impacto identificado	Medidas propuestas	Responsable	Indicadores	Medios de verificación	Periodo	Presupuesto
BIOFÍSICOS	Aire	Generación de malos olores por contaminación	Realizar mantenimiento y limpieza de residuos sólidos que generen malos olores y contaminación de las instalaciones y atractivos	Todo el personal responsable de operación y construcción de la empresa	Cumplimiento y numero de mantenimiento realizado por parte del personal Instalaciones y atractivos visual y perceptualmente agradable y limpio	Informes y reportes de mantenimiento Registro de auditorías y control de verificación realizada	Permanentemente durante la etapa de operación	150
	Suelo	Erosión del suelo	Limitar y adecuar vías de acceso y movilidad hacia las actividades Concientizar a los turistas en no irrumpir más allá de las	Guías y personal de mantenimiento	Nivel de erosión del suelo fuera de las vías de acceso y movilidad Presencia de áreas con cobertura vegetal	Registro de mantenimiento en las áreas Informe y diseño de las vías de acceso y movilidad	Mensualmente durante la etapa de operación	150

			vías establecidas					
Agua	Contaminación de cascadas	Campañas de concientización hacia la comunidad y los visitantes de la conservación de los recursos hídricos Señaléticas de no botar basura en los recursos hídricos	Administrador, guías y personal de instalación de infraestructura.	Calidad del agua en condiciones originalmente a la implementación del proyecto	Registro de campañas de concientización realizadas Registro de números de señaléticas implementadas en los atractivos	Permanentemente en la etapa de construcción	150	

PERCEPTUAL	Paisaje	Generación de residuos sólidos	Implementar la educación ambiental como estrategia de mitigación de generación de residuos sólidos por los visitantes Implementar manejo de desechos sólidos con basureros que ayuden en el reciclaje	guías y administrador Personal de construcción e instalación de basureros	Reducción de residuos sólidos en los atractivos y áreas naturales donde se ubican las actividades	Registro de campañas de educación ambiental realizadas Registro y diseño de los basureros instalados	Durante la etapa de construcción y mensualmente durante la etapa de operación.	300
	BIÓTICOS	Flora	Destrucción de la flora y cobertura vegetal	Limitar y establecer áreas de protección de las zonas verdes	Guías	Monitorear los cambios en la cobertura vegetal	Informes de monitoreo y zonas delimitadas	Mensualmente en la etapa de operación
		Fauna	Generación de ruidos que ahuyenten a la fauna	Implementar señaléticas educativas en zonas sensibles para la fauna con información de la importancia de reducir el	Personal de instalación de señaléticas	Encuestas para evaluar el nivel de conciencia sobre impactos del ruido y experiencia recibida por las medidas.	Resultado de las encuestas. Registro y diseño de las señaléticas implementadas	Mensualmente durante la etapa de operación

			ruido.					
ECONÓMICOS	Empleo	Generación de empleo	No es necesario	Administrador	Requerimiento del personal para cubrir las áreas y actividades de la empresa	Registro del número del personal requerido para la construcción y operación	Permanente	460
	Desarrollo	Ingresos económicos	No necesario	Administrador	Desarrollo económico de la empresa y de la zona	Informe contable	Permanente	460
	Mejorar	Mantenimiento de la infraestructura	No es necesario	Administrador	Infraestructuras en óptimas condiciones	Registro de mantenimientos realizados	Permanente	150

CULTURAL/ RECORRIDO	Interacción	Fortalecimiento de la identidad cultural	No es necesario	Administrador	Generar espacios de interacción sana y sostenible con los turistas	Recomendaciones y reseñas de la experiencia de los turistas	Permanente	150
	Fotografía	Conservación de patrimonio fotográfico	No es necesario	Administrador			Permanente	100
<b>Total</b>								<b>\$2.870</b>

## **CAPITULO VI. ESTUDIO FINANCIERO**

Dentro del estudio financiero se detalla los procesos financieros fundamentales para la implementación del proyecto, mediante los análisis e información necesaria obtenida, se conocerá la rentabilidad que el presente proyecto logrará alcanzar

### **6.1 Inversiones y capital de trabajo**

#### ***6.1.1 Capital de trabajo***

Para el capital de trabajo requerido se toma en consideración un lapso de entre 1 a 6 meses que son los primeros meses de operación de la empresa donde se calculan elementos indispensables para la puesta en marcha de la empresa, partiendo desde los servicios básicos, personal, equipo de trabajo, marketing y demás elementos, donde se logra contabilizar un total de \$17.586,84 como capital de trabajo.

### **6.2 Estados financieros proyectados**

#### ***6.2.1 Balance de situación inicial***


El presupuesto de financiamiento del complejo turístico de actividades de aventura asciende a \$62.055, en el que consta los activos fijos, activos corrientes y otros activos del cual se desglosa una cantidad como capital propio y otra como capital financiero.

El total de activos corresponde a la suma de los activos circulante, activo fijo y otros activos que asciende un valor de \$62.055. El activo circulante conformado por Caja y Bancos suma un total de \$17.586,84; mientras el activo fijo refleja un valor total de \$34.468; y otros activos suman un total de \$10.00

Como pasivo se requiere de un préstamo de \$50.000, crédito realizado a una entidad bancaria

Dentro del patrimonio se evidencia los bienes muebles e inmuebles y el aporte en efectivo con el que se cuenta, sumados nos da un total de capital contable de \$12.055

**Tabla 41. Balance de situación inicial**

DELTA ADVENTURE		
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL AL 1 DE ENERO DE 2025		
		
<b>ACTIVO</b>		
<b>Activo Circulante</b>		
Caja		\$1.500
BANCOS		\$16.087
<b>Total Activo Circulante</b>		<b>\$17.586,84</b>
<b>Activo Fijo</b>		
Terrenos		\$0
Edificios/construcciones		\$12.289
Mobiliario y equipo		\$14.849
Vehículos		\$0,00
Maquinaria		\$700
Equipos de cómputo		\$3.350,00
Gastos de instalación		\$2.284
Papelería y útiles de oficina		\$96
Propaganda o publicidad		\$900,00
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>\$34.468</b>
<b>Otros activos</b>		
PLATAFORMA DE COMERCIALIZACIÓN		\$10.000
Derechos de marca de empresa		
<b>Total Otros Activos</b>		<b>\$10.000</b>
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>		<b>\$62.055</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>Pasivo Circulante</b>		
Proveedores		
Prestamo a BanEcuador		\$50.000
Intereses por pagar		
ISR por pagar		
Anticipo de clientes		
<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$50.000</b>
<b>Pasivo a Largo Plazo</b>		
Documentos por pagar a largo plazo		
<b>Total Pasivo Circulante</b>		<b>\$0</b>
<b>SUMA DEL PASIVO</b>		<b>\$50.000</b> 80,57%
<b>PATRIMONIO</b>		
BIENES INMUEBLES		\$10.000
BIENES MUEBLES		\$1.000
APORTE EN EFECTIVO		\$1.055
<b>Total Capital contable</b>		<b>\$12.055</b> 19,43%
<b>SUMA DEL CAPITAL CONTABLE</b>		<b>\$12.055</b>
<b>SUMA DEL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>\$62.055</b> 100%
ACTIVOS = PASIVOS + PATRIMONIO		

### 6.2.2 Tabla de amortización

El capital necesario para la implementación del proyecto es de \$62.055, donde 50.000 serán adquiridos mediante un préstamo a la entidad bancaria BanEcuador y \$12.055 será de financiamiento propio, para el cálculo de la tasa de amortización se realiza de la siguiente manera:

La entidad bancaria BanEcuador, establecida dentro del país con 170 puntos de atención, siendo una entidad confiable y segura ofrece diferentes tipos de créditos, acoplado a nuestra necesidad se requiere realizar un crédito para pequeñas y medianas empresas PYME general. Dentro de sus créditos ofrecen desde montos que van de \$5.000 a \$150.000 con plazo de pago de hasta 10 años para activos fijos y 3 años para capital de trabajo con formas de pagos mensuales, bimestrales, trimestrales, semestrales, anual o al vencimiento, siendo una fuente de financiamiento para la ejecución del proyecto, por ende, se opta a tener en cuenta la entidad para realizar un crédito debido a los beneficios que ofrece y además que la tasa anual es sustentable por la empresa, que se detalla a continuación:

La tabla de amortización detalla el rubro a pagar por el préstamo del monto de \$50.000 realizado a la entidad bancaria BanEcuador, crédito realizado para un plazo de 60 meses con una tasa anual del 9,76% y mensual de 0,81%, donde el pago mensual será de \$1.056,46.

**Tabla 42.** *Tabla de amortización*

Plazo	60
Monto	50.000
Tasa anual	9,76%
Tasa mensual	0,81%
Pago mensual	\$1.056,46

**Nota.** Elaborado por el autor, 2024.



### 6.2.3 Costo de capital

En el costo de capital se detalla la rentabilidad del proyecto, donde se observa el cálculo del costo de capital con la inversión de un total de \$62.055, capital propio de \$12.055 equivalente a 19% de participación, sumado el financiamiento de \$50.000 correspondiente al 81% de participación.

El interés del capital propio es de 7,74% tasa referencial del banco central; y el interés del financiamiento es del 9,76%; una vez analizados los datos se procede a realizar el cálculo donde obtenemos el costo de capital de la inversión que es de 9,37%.

**Tabla 43.** Costo de capital

CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL						
	VALORES	PARTICIPACIÓN	INTERÉS	EQUIVALENCIA		COSTO DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN
INVERSIÓN	62055,24	100%		9,37%		9,37%
IMPUESTO A LA RENTA				0%		
CAPITAL PROPIO	12055	19%	7,74%	1,50%		
FINANCIAMIENTO	50000,24	81%	9,76%	7,86%		

**Nota:** Elaborado por el autor, 2024.

### 6.2.4 Flujo de caja primer año

El proyecto contará con 4 actividades o productos, donde escalada y rapel son las únicas que contarán con dos líneas para desarrollar actividades lo que aumenta su capacidad, Para determinar las unidades de ventas se toman en cuenta los días de mayor afluencia hacia la comunidad que son los viernes, sábados y domingos, el proyecto al ofrecer una modalidad de turismo nueva en el sector define el número de personas que se deberá recibir en esos días los cuales son números acercados a la realidad de la situación con cantidad mínima de personas que se manejará, también estas ocupan la capacidad mínima que se puede manejar en el día, en cuanto al precio se determina mediante la selección del mercado encuestado haciendo referencia al precios que pagarían por las actividades, a esto sumado el precio que nuestra competencia

maneja para fijar precios acorde a la realidad y no tener precios muy bajos o muy elevados que podrían comprometer al desarrollo de la empresa.

Las actividades o productos que generaran ingresos son los siguientes deportes de aventura, Rappel con un valor de \$25 por persona, escalada con un valor de \$20, canyoning con un valor de \$30 y senderismo con un valor de \$5 por persona, juntos suman un ingreso de \$92.880 en un periodo de 1 año.

Dentro de los egresos se toma en consideración los costos de las actividades que se utiliza para el desarrollo de las ventas, mantenimiento, sueldos, decimos, pago al IESS, permisos, publicidad, servicios básicos y pago del préstamo que nos da un valor total de \$74.207,41 en el primer año, además se obtiene un flujo de caja acumulado de \$18.672,591

**Tabla 44. Cuantificación de flujo 1 año**

CUANTIFICACIÓN DE FLUJO AÑO 1															
INGRESOS	Precio	unid a la venta	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
Rappel	25	112	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	2800	33600
Senderismo	5	180	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
Escalada	20	112	2240	2240	2240	2240	2240	2240	2240	2240	2240	2240	2240	2240	26880
Canyoning	30	60	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	1800	21600
<b>TOTAL INGRESOS</b>			7740	7740	7740	7740	7740	7740	7740	7740	7740	7740	7740	7740	92880
<b>EGRESOS</b>															
Costo rappel			448	448	448	448	448	448	448	448	448	448	448	448	5376
Costo senderismo			639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	639	7668
Costo escalada			672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	672	8064
Costo Canyoning			360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	4320
Manenimiento			100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Sueldos y salarios			1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	22080
Decimos										1840				1840	3680
Pago al IESS			205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	205,16	2461,92
Permisos			300												300
Publicidad			900	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	5300
Servicios Básicos			90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	1080
Arriendo															0
PAG DE PRESTAMO			\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	\$1.056,46	12677,4886
<b>TOTAL EGRESOS</b>			4491,62	3691,62	3691,62	3691,62	3691,62	3691,62	3691,62	5531,62	3691,62	3691,62	3691,62	5531,62	74207,41
<b>FLUJO DE CAJA</b>			3248,38	4048,38	4048,38	4048,38	4048,38	4048,38	4048,38	2208,38	4048,38	4048,38	4048,38	2208,38	44100,59
<b>FLUJO ACUMULADO</b>			3248,38	7296,77	11345,15	15393,53	19441,91	23490,30	27538,68	29747,06	33795,44	37843,83	41892,21	44100,59	<b>18672,59</b>

*Nota: Elaborador por el autor, 2024.*

### ***6.2.5 Flujo de caja primer año y proyección a 5 primeros años***

El complejo de actividades de aventura ofrecerá una modalidad de turismo donde constará de cuatro actividades de aventura, ofreciendo variedad y de experiencia de adrenalina hacia los visitantes y amantes de la naturaleza, deporte, experiencia y con expectativas nuevas

Mediante el análisis del flujo de caja de 1 a 5 años se analiza que la empresa recupera y sobrepasa el financiamiento realizado en el año 4 con un flujo acumulado de \$86.201,41, siendo el proyecto rentable y generando impactos económicos beneficiosos a largo plazo, donde junto con los análisis de impacto ambiental se logra determinar que la empresa es sostenible y amigable con el ambiente.

#### ***Análisis y evaluación financiera (VAN Y TIR)***

Para el cálculo del valor neto se toma datos y valores de la proyección de 5 años, al igual que se realiza el cálculo del van en la proyección de 5 años. Para el desarrollo del cálculo de la proyección del valor neto para 5 años se procede a realizar el cálculo mediante el incremento anual que es del 9,64% obtenida de cálculo entre el valor de crecimiento por posicionamiento que es del 7% y el cálculo del índice de inflación en el periodo del 2021 – 2023 dándonos un valor de 2,64%, una vez realizada estos cálculos se obtiene un resultado positivo de \$23.737,28 de VAN, lo que nos da como tasa interna de retorno del 22,3% siendo un valor que garantiza que el emprendiendo es factible, además se muestra que se logra superar la inversión al 4 año de operación.



## CONCLUSIÓN

Tras el análisis del lienzo Canvas logró establecer los modelos de negocios para la distribución y venta de los productos o actividades de aventura, contribuyendo en la operación de manera que se pueda vender paquetes de forma directa y presencial a ventas en líneas o a través de internet por los diferentes canales de comercialización y ventas como redes sociales, páginas web, entre otras.

Mediante la encuesta realizada al segmento de mercado se logró identificar las preferencias, comportamiento y la demandas, donde la acogida por parte del mercado fue favorable para la implementación de actividades de aventura, mismas que se diseñaron mediante la aceptación y selección por parte de los encuestados, donde las actividades de: rappel, senderismo, escalada y canyoning, son actividades que los turistas desean realizarlas en base a los datos analizados.

Mediante la investigación de campo se logra analizar los elementos naturales que se presentan en la zona y determinar el requerimiento de implementación de infraestructura, equipos, insumos y personal para lograr aprovechar de manera sostenible, para el desarrollo turístico de la zona, para la implementación del proyecto se requiere un presupuesto total de \$62.055

La estructura organizativa establecida de la empresa se logró establecer en función del requerimiento del proyecto, se determinó un equipo de trabajo sólido, donde cada uno es crucial para poner en marcha el proyecto y con ello dependiendo la administración, operación y rumbo del proyecto, siendo el administrados el principal departamento de liderazgo seguido de los departamentos de ventas/recepción, marketing, logística y almacenamiento equipo de aventura. En la estructura operativa se consolida el administrador como líder, seguido de marketing,

ventas/recepción, logístico y almacenamiento equipos de aventura del cual se desglosa un jefe de guías.

Mediante un estudio minucioso del impacto ambiental que se generaría con el proyecto en la etapa de construcción y operación, se logra identificar los impactos positivos y negativos los cuales mediante un plan de manejo ambiental se realiza estrategias de mitigación para contrarrestar los impactos negativos y generar una correlación sostenible entre el medio ambiente y la empresa, respetando y preservando los recursos y elementos que se podrían ver afectado. Sin embargo, mediante la aplicación del método Criterios Relevantes Integrados (Buroz, 1990) se determina que el impacto que el proyecto generaría es mayormente muy leve, llegando a una escala de valoración de 0 hasta un máximo 20,03 de severidad (impacto adverso), en los impactos negativos y representativo llegando a una escala de valoración de 0 a 39,77 de impacto positivos.

Se demuestra que el proyecto es rentable y factible mediante un estudio financiero realizado de manera detallado y con datos más acertados y reales, ya que se demuestra que los ingresos son mayores que los egresos, además de que se muestra que la empresa puede sustentarse y cubrir sus propios gastos de operación y logrando cubrir el pago del préstamo realizado donde se logra recuperar, cubrir y sobre pasar la inversión durante el cuarto año de operación.

## RECOMENDACIONES

El presente proyecto cubre las especificaciones para la implementación específicamente en el entorno de los recursos naturales analizados en la comunidad de Oyacachi, Napo – Ecuador, debido a los factores analizados si se logre cumplir con todos los parámetros y objetivos el proyectos puede tener una mayor efectividad, por lo que se recomienda revisar el documento si el proyecto no presenta la situación esperada y alinearse junto con la ayuda del documento para lograr generar un desarrollo turístico adecuado.

Al ser una empresa que ofrece seguridad en cada una de sus actividades, es importante cumplir con esta especificación y realizar un mantenimiento y control de los equipos de seguridad e infraestructura instalada, para realizar y garantizar de que los equipos estén en perfectas condiciones, revisar las certificaciones, tiempo recomendado para el cambio de los equipos que el fabricante establece.

Durante la fase de operación de la empresa se debe tomar en cuenta y hacer énfasis la implementación de herramientas de distribución, publicidad y marketing para lograr llegar en mayor volumen hacia el mercado, debido a que depende mucho el posicionamiento de la empresa para que tenga un crecimiento sostenible y no genere pérdidas.

Promover y realizar controles constantes de calidad de las actividades, comportamiento del mercado y análisis de los factores ambientales, para un monitoreo adecuado y estar listos ante amenazas y establecer estrategias que contribuya a la empresa a sobrellevar situaciones que podrían afectar a la empresa, proveedor a tiempo las amenazas y tomar decisiones a con antelación a los riesgos que se pueda presentar

Finalmente, es importante mencionar que la empresa obligatoriamente deba cumplir con el número de ventas establecido para cada actividad, caso contrario podría verse afectado el flujo



de ingresos y proyecciones realizadas, alterando la factibilidad del proyecto y la sostenibilidad de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abella del Valle, B. (2015). El sistema de venta multinivel: un tipo de venta directa. (*Traballo fin de grao (UDC.ECO). ADE. Curso 2014/2015*). Universidade da Coruña. Facultade de Economía e Empresa, Coruña . Obtenido de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/16354>
- Barg, V. (s.f.). Modelos de Negocios. *Taller: Generación de ideas de negocio y emprendedorismo* , (págs. 22 - 23). Buenos Aires - Argentina .
- Bustos, C. (2006 ). *ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DEL DESARROLLO LOCAL DEL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CHACO, EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS*. FLACSO. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2014/4/TFLACSO-2006CPBL.pdf>
- Calles, J. (2008). *El Napo en Cifras* . Fundación Ecuatoriana de estudios Ecológicos . Obtenido de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/51135.pdf>
- Carvache, W., Carvache, M., Carvache, O., & Recalde, X. (2018). *Preferencias para el turismo de aventura en la elaboración de un paquete turístico: Caso Santa Elena, Ecuador*. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo.
- DIVA. (2000). *Oyacachi - La gente y la biodiversidad*. Centro para la Investigación de la Diversidad Cultural y Biológica de los Bosques Pluviales Andinos (DIVA).
- (2021).*Ecuador*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/bolivia/wp-content/uploads/sites/22/2021/07/ECUADOR.pdf>
- (s.f.).*El ÁRBOL DE PROBLEMAS*. SECRETARÍA TÉCNICA DE PLANIFICACIÓN. Obtenido de <https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/el-arbol-de-problemas.pdf>
- García Ferrando, M. (1993). La Encuesta . *García Ferrando - La encuesta*. Universidad de Buenos Aires . Obtenido de <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2020/09/Garc%C3%ADa-Ferrando.pdf>

- Lasso, L. (2008). *Ecoturismo en la Reserva Ecológica Cayambe Coca (RECA Y): ¿Mito u oportunidad?* Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/1883/1/08.%20Dossier.%20Ecoturismo%20en%20la%20Reserva%20Ecol%C3%B3gica%20Cayambe%20Coca.%20Luc%C3%ADa%20Lasso.pdf>
- Mejía, E. (2005). *Técnica e Instrumentos de investigación. Técnica e Instrumentos de investigación*. Unidad de Post Grado de la Facultad de Educación de la UNMSM, Lima. Obtenido de <http://online.aliat.edu.mx/adistancia/InvCuantitativa/LecturasU6/tecnicas.pdf>
- MINISTERIO DE TURISMO, M. (2014). *REGLAMENTO DE OPERACION TURISTICA DE AVENTURA*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>
- Moral, S., Cañero, P., & Francisco, O. (2013). *EL TURISMO DE AVENTURA: CONCEPTO, EVOLUCIÓN, CARACTERÍSTICAS Y MERCADO META. EL CASO DE ANDALUCIA*. UNIVERSIDAD DE SEVILLA. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/52975/moral-cuadra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moreno, J., Chérrez, R., & López, C. (2020). *Deporte de Aventura una actividad turística para el desarrollo local: Un estudio de caso*. Revista Científica FIPCAEC. Obtenido de <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/download/248/416/>
- Ortega, Á., Maradiegue, R., Zuñiga, G., & Rodríguez, G. (2015). *Formulación de Proyectos de Inversión*. Costa Rica . Obtenido de

<https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/21601/Formulacin%20de%20Proyectos%20de%20Inversin%20EPPS%20%20%20C3%81ngel%20Ortega%202015%20-%20Kyara%20Cubero%20Arguedas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ramírez, W. (s.f.). E-Cómmerce & E-Business. *E-Cómmerce 8C E-Business*. Universidad Alas Peruanas, Peru. Obtenido de [https://www.academia.edu/109979032/E\\_C%C3%B3mmerce\\_8C\\_E\\_Business](https://www.academia.edu/109979032/E_C%C3%B3mmerce_8C_E_Business)

Rosales Posas, R. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos*.

Salinas, A. M. (2004). TEMA 4: MÉTODOS DE MUESTREO. *Métodos de muestreo*. Universidad Autónoma de Nuevo León. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/402/40270120.pdf>

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. UNWTO Elibrary. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

Valle, A. (2022). *La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación*.

Zhunio, B. (2016). *Análisis del impacto socio-económico del turismo en la parroquia Oyacachi, Cantón el Chaco, Provincia de Napo, Ecuador*. Universidad de Especialidades Turísticas. Obtenido de <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/download/50/106/135>

## ANEXO

### Anexo 1. Certificado de plagio turniting



Identificación de reporte de similitud: oid:21463:332693398

NOMBRE DEL TRABAJO

**DEIVY AIGAJE\_Complejo turístico de actividades de aventura en Oyacachi, cantón El Chaco – Ecuador\_**

RECuento DE PALABRAS

**23776 Words**

RECuento DE CARACTERES

**135030 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**140 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**2.3MB**

FECHA DE ENTREGA

**Feb 16, 2024 12:43 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Feb 16, 2024 12:44 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
- 3% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

#### ● Excluir del Reporte de Similitud

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

## Anexo 2. Árbol de problema

### Situación deseada

Implementar un complejo turístico en la comunidad de Oyacachi para diversificar la oferta y satisfacer las cambiantes demandas del mercado.			
Escasas propuestas de emprendimientos que aprovechen los recursos naturales de la zona	Monotonía en actividades de turismo de aventura que satisfagan al mercado.	Limitada implementación y propuestas de desarrollo turístico ya que la mayor parte de los habitantes se dedican al sector ganadero y piscícola.	Ausencia de infraestructuras turísticas adecuadas para la prestación de servicios, atractivos y productos turísticos.
<b>Efecto</b>			
<b>Problema Central</b>			
Escasa variedad de actividades turísticas que satisfagan el deseo de los visitantes, por la falta de investigación y desconocimiento de la comunidad, desaprovechando el potencial turístico de los recursos.			
<b>Causa</b>			
La comunidad no cuenta con profesionales técnicos	Modalidades de turismo muy limita.	Desconocimiento e inexperiencia en el sector turístico por parte de los habitantes para el aprovechamiento de los recursos	Limitada inversión privada

**Fuente:** Elaborado por el autor, 2023.

### **Anexo 3.** Encuesta dirigida a los potenciales clientes

#### **Encuesta**

Estimado señor/a, la presente encuesta es anónima, con el propósito de recopilar información sobre la práctica de turismo de aventura

Se agradece que responda las siguientes preguntas de acuerdo con su criterio.

El uso de la información que usted proporcione será para exclusivos fines investigativos.

#### **1. Lugar de residencia**

Quito

Cayambe

Imbabura

#### **2. Edad**

18 - 25 años

26 - 35 años

36 - 49 años

50 - 60 años

Más de 60 años

#### **3. Genero**

Masculino

Femenino

#### **4. Estado civil**

Soltero

Casado

Divorciado

Viudo

Unión libre

**5. Instrucción**

Educación Básica

Bachillerato

Superior

Pregrado Posgrado

**6. Ocupación laboral**

Estudiante

Sector público

Sector privado

Jubilado

Otros

**7. Ingreso económico mensual**

Sin ingreso

Menos de \$425 USD

Salario básico de \$450 USD

De \$450 - \$800 USD

De \$800 - \$1.500 USD

Más de \$1.500 USD

Depende de la economía familiar

**8. ¿Qué factor considera más importantes al elegir un destino de turismo de aventura?**

Seguridad



Ubicación

Infraestructura turística

Variedad de actividades

Nivel de adrenalina

Costo

Disponibilidad de equipos y guías profesionales

Recomendaciones y reseñas de otros viajeros

Otras

**9. ¿En su último viaje turístico realizó alguna actividad de aventura?**

Si

No

**10. Seleccione la principal actividad de aventura que haya realizado en su último viaje turístico**

Senderismo en montañas o bosques

Escalada (acenso sobre paredes verticales, valiéndose de la fuerza física y empleando medios de aseguramiento)

Rafting (consiste en recorrer el río en la dirección de la corriente)

Canyoning (consiste en el descenso de barrancos de ríos)

Rappel (descenso por superficies verticales utilizando técnicas de cuerdas)

Columpios gigantes

Parapente (despegue y descenso en paracaídas desde una superficie elevada de forma controlada)

Actividades de aventura en playa

No realizó ninguna actividad de aventura Otros

**11. ¿Qué nivel de intención tendría usted de realizar actividades de aventura en su próximo viaje turístico?**

Nada probable

Poco probable

Probable

Muy probable

**12. De los siguientes deportes de aventura ¿Cuál le gustaría practicar?**

Escalada (acenso sobre paredes verticales, valiéndose de la fuerza física y empleando medios de aseguramiento)

Rappel (descenso por superficies verticales utilizando técnicas de cuerdas)

Senderismo en montañas y bosques

Cabalgata (consiste en recorrer rutas a bordo de un caballo o yegua)

Pesca deportiva (consiste en la captura o pesca de peces)

Rafting (consiste en recorrer en dirección del río a bordo de una embarcación o balsa)

Kayak (canoa individual propulsada por remo)

Canyoning (Descenso por paredes rocosas con presencia de agua)

**13. Según la selección de la pregunta anterior ¿Cuánto considera como precio adecuado a pagar por la actividad preferida?**

MENOS DE \$3 USD

ENTRE \$3 USD - \$5 USD

ENTRE \$5 USD - \$8 USD

ENTRE \$8 USD - \$10 USD

ENTRE \$10 USD - \$15 USD

ENTRE \$15 USD - \$20 USD

ENTRE \$25 USD - \$30 USD

ENTRE \$30 USD - \$40 USD

ENTRE \$40 USD - \$50 USD

ENTRE \$50 USD - 100 USD

MÁS DE \$100 USD

**14. ¿Cuánto tiempo dedicaría en un viaje de turismo de aventura en Oyacachi - Napo - Ecuador?**

Menos de un día

2 días y 1 noche

3 días y 2 noches

4 días y 3 noches Más de 5 días

**15. ¿En qué elemento prefiere realizar actividades de turismo de aventura?**

Tierra

Agua

Aire

**16. ¿Con quién le resulta más emocionante participar en actividades de turismo de aventura?**

Solitario

Pareja

Familia

Con amigos Otros

**17. ¿Cuál es su preferencia en cuanto al nivel de dificultad de las actividades de turismo de aventura?**

Principiante

Intermedio

Avanzado

**18. ¿Cuál es la red social de su mayor uso para comunicación e información comercial?**

Facebook

WhatsApp

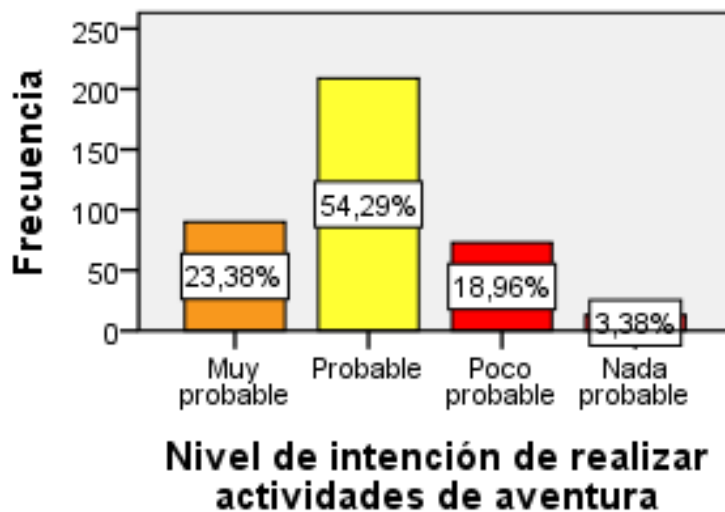
Instagram

Twitter

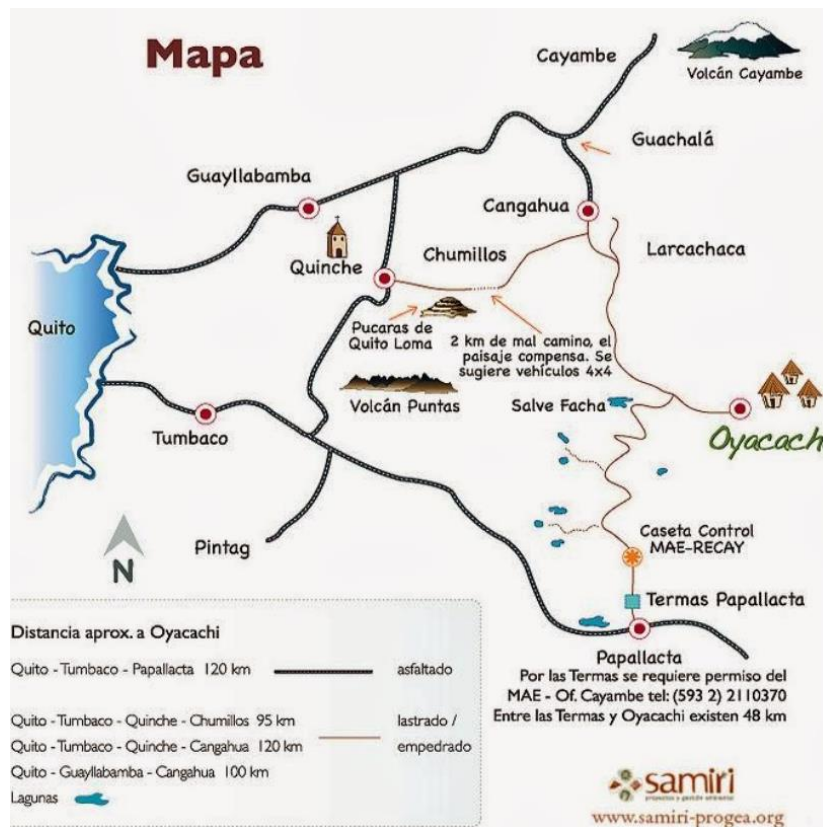
Tik Tok

Otros

**Anexo 4.** Nivel de intención de realizar actividades de aventura.



**Anexo 5.** Mapa de acceso a la comunidad de Oyacachi



**Fuente:** Samiri Pro Gea, 2010