



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E INGENIERO
COMERCIAL**

**MODELO DE GESTIÓN PARA DETERMINAR
LAS POTENCIALIDADES Y LOS BENEFICIOS DE LOS
DEPORTES DE AVENTURA, INCORPORADOS AL SECTOR
TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE NAPO EN EL AÑO 2014**

**Luis Felipe Aguirre Chiriboga
Paúl Rueda Salgado**

**Directora
Ing. Maribel Pinargote**

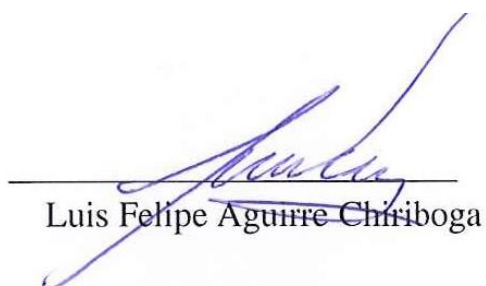
Junio, 2014

Quito - Ecuador

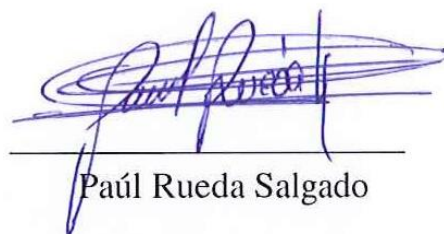
CERTIFICACIÓN

Nosotros, Luis Felipe Aguirre Chiriboga y Paúl Rueda Salgado, declaramos bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual al a Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según establecido en la Ley de propiedad Intelectual, reglamento y leyes



Luis Felipe Aguirre Chiriboga



Paúl Rueda Salgado

Yo, Maribel Pinargote certifico que conozco a los autores del presente trabajo siendo ellos los responsables exclusivos tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido



Ing. Maribel Pinargote
Directora de tesis

RESUMEN

El tema de investigación, es la determinación de las potencialidades y beneficios de los deportes de aventura, incorporados a los servicios turísticos en la provincia de Napo, que se encuentra ubicada en el oriente del Ecuador. Para la investigación se utilizará distintos métodos mercadológicos, con fuentes primarias y secundarias y se implementará un modelo de gestión, que servirá como un modelo a seguir, para las distintas empresas que ofrecen deportes de aventura en la provincia de Napo.

Se analizará, como se encuentran los deportes de aventura en los distintos países de Sudamérica donde se practican los mismos, para poder definir el tipo de desempeño y como han generado crecimiento en el aporte al PIB de estos. Mediante una observación de los cambios que se ha implementado en la incorporación de los deportes de aventura, en los distintos países, se observó que se han generado nuevas tendencias en el turismo de Sudamérica.

En el Ecuador, se podría observar un cambio y una rápida adaptación a las nuevas tendencias, mediante el apoyo gubernamental al crecimiento turístico, se podrá adaptar a los deportes de aventura teniendo un respaldo político. Además la inflación en el Ecuador ha tenido un descenso drástico en los últimos años, generando que el ecuatoriano pueda acceder a gastos que antes no podía tener, esto generará un crecimiento en la parte turística ya que se podría direccionar ese dinero al turismo interno. Las campañas gubernamentales para apoyar el turismo interno, será un impulsador para los deportes de aventura en el Ecuador.

Los deportes de aventura que se practican en la provincia de Napo son el rafting, kayaking, ciclismo de montaña y el trekking. Estos deportes ya están identificados, pero su mala práctica y la falta de publicidad no han permitido que estos tengan un buen desarrollo dentro del turismo.

Mediante entrevistas a profundidad, clientes fantasmas, y encuestas se ha podido analizar la potencialidad que tiene la provincia de Napo para el turismo de aventura y los beneficios que estos tendrán para la provincia, en la cual se implementará el modelo de gestión. En esta provincia se ha podido evidenciar mediante la investigación que es un diamante en bruto no explotado para el turismo de aventura, ya que cuenta con lo necesario geográficamente y los posibles clientes están dispuestos a participar de estos en esta ubicación.

El apoyo gubernamental y la implementación de regulaciones generarán un apoyo al modelo de gestión a planificar, ya que se contará con decretos obligatorios que antes no

existían, los cuales apoyarán la aproximación de las empresas actuales a ser una empresa modelo, para el manejo de deportes de aventura.

La agencia ideal “Deporte Aventura”, estará manejada con los requerimientos de ley, además se basará en el manejo perfecto, ya que contará con alianzas estratégicas con empresas que cumplen con las regulaciones gubernamentales para el manejo de deportes de aventura, guías que cumplan con las licencias requeridas y buenos restaurante y hoteles. Se utilizará publicidad bien dirigida y basada en los estudios de investigación. Financieramente será rentable y generará ingresos con un crecimiento sostenible.

SUMMARY

The topic under analysis is the determination of the potential and benefits of the tourism services related to the outdoor sports in the province of Napo, which is located in eastern Ecuador. Different methods will be used, with primary and secondary sources. Also, a management model will be implemented, which will serve as a role model for other companies offering outdoor sports in the province of Napo.

The outdoor sports in different countries of South America will be analyzed; this will contribute to identify the type of performance, as well as the contribution it has had in the GDP growth of the countries studied. By having observed the changes implemented by different countries regarding the services in outdoor sports, it is of utmost importance to remark the new trends implemented in South America regarding tourism.

In Ecuador, the required adaptation of the companies to the new trends in tourism, as well as the changes needed would be possible through government support. In addition, it is important to consider that inflation in Ecuador has had a dramatic decrease in recent years, contributing on the access to several services, and expenses that people in Ecuador could not access previously; this will generate an important growth in domestic tourism. Government campaigns to support domestic tourism will be a booster for this area of tourism. Outdoor sports practiced in Napo are rafting, kayaking, mountain biking and trekking. These sports are already identified, but its deficient service and lack of advertising has stopped the companies on having a prosperous development in tourism.

Through interviews, "fake customers", and surveys, it has been observed that the province of Napo has an important potential regarding outdoors sports. Also, it is substantial to remark the benefits that the management model implemented would bring to the province.

This province has been able to demonstrate through research that it is a rough diamond unexploited for outdoor sports because it has what it takes geographically, and potential customers are willing to participate in the activities offered at this location. Government support and implementation of regulations will generate a support model management plan, as it will have mandatory decrees that did not exist, which support the approach of today's businesses to be a business model for managing outdoor sports. The ideal agency "Deporte Aventura" will be handled with the requirements of law, and will have strategic alliances with companies that comply with government regulations for handling outdoor sports, including the license requirements for the touristic, high-quality restaurants and hotels. Well-managed advertising research studies will be used; it will be profitable and will generate important incomes with sustainable growth.

Dedico a mis padres por todo su apoyo durante mi etapa de formación, hasta llegar a ser un profesional y a mi hermano por todas sus enseñanzas y por ser un ejemplo para mí.

Paúl

Dedico esta tesis a mis padres, que han posible que mis estudios se cumplan y nunca me falte nada en la vida.

A mi abuela, que siempre me apoyado en las decisiones que he tomado en mi vida y por ser parte de mi educación.

A Dios, por estar siempre conmigo y ser un apoyo en los momentos difíciles.

Felipe

Agradezco primero a Dios por ser siempre el que dió la fuerza para lograr mis objetivos y a mis padres por sus esfuerzos por darme una educación adecuada para mi futuro.

Paúl

Agradezco a mis padres, que han hecho posible todo lo bueno que me a pasado en la vida.

A Dios, por darme más tiempo de vida y siempre estar a mi lado como un apoyo.

A mi abuela, por apoyarme y grabar en mi cabeza las palabras “el que persevera alcanza”, palabras que me han servido y me servirán en el futuro.

Felipe

ÍNDICE

Introducción.....	1
Capítulo I	8
1 Plan de Investigación	8
1.1 Tema de Investigación.....	8
1.2 Planteamiento del Problema, Formulación y Sistematización del Problema.....	8
1.2.1 Planteamiento del Problema	8
1.2.2 Formulación del Problema	9
1.2.3 Sistematización del Problema.....	9
1.3 Objetivos de la Investigación.....	9
1.3.1 Objetivo General.....	9
1.3.2 Objetivos Específicos.....	9
1.4 Justificación de la Investigación	10
1.4.1 Justificación Teórica	10
1.4.2 Justificación Metodológica.....	10
1.4.3 Justificación Práctica	11
1.5 Marco de Referencia	12
1.5.1 Marco Teórico	12
1.5.2 Marco Espacial y Temporal.....	16
1.6 Hipótesis del Trabajo	17
1.7 Metodología de la Investigación	17
1.7.1 Métodos Teóricos	17
1.7.1.1 Descriptivo - Analítico	17
1.7.1.2 Inducción - Deducción	17
1.7.1.3 Métodos Empíricos	17
1.7.2 Tipos de Estudio	18
1.7.2.1 Estudio Descriptivo.....	18
1.7.3 Tipos de Fuentes	18
1.7.3.1 Fuentes Primarias.....	18
1.7.3.2 Fuentes Secundarias	18
Capítulo II.....	19
2 Análisis Situacional	19
2.1 Análisis del Nivel Internacional y Nacional respecto al Turismo de Deportes de Aventura.....	19
2.1.1 Contexto internacional	19
2.1.2 Análisis Económico	20
2.1.3 Análisis Social-Cultural	22
2.1.4 Análisis Geográfico	23
2.1.5 Análisis Político-Legal.....	24

2.1.6	Análisis Tecnológico	26
2.2	Análisis Situacional Pest del Ecuador	30
2.2.1	Análisis Político.....	30
2.2.2	Análisis Legal.....	32
2.2.3	Análisis Económico	33
2.2.3.1	Dolarización.....	33
2.2.3.2	Inflación.....	34
2.2.3.3	Canasta Básica Familiar	34
2.2.3.4	Ingreso de extranjeros al Ecuador	35
2.2.3.5	Desempleo en Ecuador	39
2.2.3.6	PIB (Producto Interno Bruto)	40
2.2.3.7	Cantidad de personas que trabajan en el Sector turístico de Ecuador	41
2.2.4	Análisis Socio - Cultural	41
2.2.5	Análisis Tecnológico	44
2.2.5.1	Desarrollo de infraestructura en Ecuador	45
2.2.6	Análisis del Turismo	47
2.3	Ambiente Interno	47
2.3.1	Los deportes de Aventura en la provincia de Napo	47
2.3.2	Análisis FODA	48
2.3.2.1	Análisis Interno de la Provincia de Napo	48
2.3.2.2	Análisis Externo de la Provincia de Napo	49
Capítulo III		50
3	Investigación de Mercados.....	50
3.1	Objetivo General de la Investigación de Mercado	50
3.1.1	Objetivos específicos de la investigación de Mercado.....	50
3.2	Descripción del Producto o Servicio	50
3.2.1	Rafting.....	50
3.2.2	Kayak	51
3.2.3	Ciclismo de Montaña	52
3.2.4	Trekking	53
3.3	Segmentación.....	54
3.4	Fuentes Secundarias de la Investigación	54
3.5	Entrevistas a Profundidad (Expertos)	54
3.6	Cliente Fantasma.....	55
3.7	Encuestas	56
3.7.1	Diseño de la muestra	56
3.7.1.1	Unidad de Muestreo	56
3.7.2	Método	56
3.7.3	Tamaño de la muestra	56
3.7.4	Recolección de Datos.....	57
3.8	Resultados de la investigación	58

3.8.1	Entrevista.....	58
3.8.2	Cliente Fantasma	60
3.8.3	Encuesta	61
3.9	Conclusiones de la investigación	75
Capítulo IV.....		77
4	Modelo de Gestión.....	77
4.1	Creación de una agencia de turismo de Aventura ideal.....	77
4.1.1	Misión	77
4.1.2	Visión.....	77
4.1.3	Objetivos	77
4.1.3.1	Objetivo General.....	77
4.1.3.2	Objetivos específicos.....	77
4.1.4	Nombre de la Agencia.....	78
4.1.5	Marca	78
4.1.6	Logo	78
4.1.7	Slogan	78
4.1.8	Organigrama	78
4.2	Alianzas Estratégicas.....	79
4.2.1	Alianzas de operación	79
4.2.2	Alianzas de hospedaje	80
4.2.3	Alianzas con restaurantes	80
4.2.4	Proveedores	80
4.2.5	Perfil del cliente.....	81
4.3	Viabilidad Mercadológica	81
4.3.1	Producto	81
4.3.2	Precio	85
4.3.3	Plaza.....	88
4.3.4	Promoción	89
4.3.4.1	Medios ATL	90
4.3.4.2	Medios BTL.....	90
4.4	Alianzas Estratégicas.....	95
4.4.1	Alianzas de operación	95
4.4.2	Alianzas de hospedaje	96
4.4.3	Alianzas de restaurantes	96
Capítulo V		97
5	Viabilidad Financiera	97
5.1	Introducción.....	97
5.2	Objetivo del Estudio Financiero	97
5.2.1	Presupuesto de Inversión.....	97
5.2.2	Activos fijos	97
5.2.3	Gastos administrativos	98
5.2.4	Capital de Trabajo.....	98

5.2.5	Inversión total	99
5.2.6	Depreciación.....	99
5.2.7	Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos.....	100
5.3	Presupuesto de Ingresos	100
5.3.1	Proyección de Costos	101
5.3.2	Proyección de Gastos Operacionales	102
5.3.3	Evaluación económica-financiera.....	103
5.3.4	Estado de Situación Inicial	103
5.3.5	Estado de resultados	104
5.3.6	Flujo de Caja Proyectado	105
5.3.7	Evaluación del Proyecto.....	106
5.4	Evaluación Económica	106
5.4.1	VAN.....	106
5.4.2	Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back).....	108
5.4.3	TIR.....	108
5.5	Punto de equilibrio	109
5.5.1	Análisis de Sensibilidad	111
5.6	Conclusión estudio Financiero.....	113
Capítulo VI.....		114
6	Conclusiones y Recomendaciones	114
6.1	Conclusiones	114
6.2	Recomendaciones.....	115
BIBLIOGRAFÍA		118
ANEXOS		12522

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1.	Estadísticas mundiales del internet.....	27
Tabla No. 2.	Inflación de Ecuador en los últimos 4 años y cálculo para el año 2014	33
Tabla No. 3.	Ingreso de extranjeros al Ecuador hasta agosto 2013.....	35
Tabla No. 4.	Los 10 países más importantes, de ingreso de extranjeros a Ecuador (agosto 2013)	36
Tabla No. 5	Pregunta 1 encuesta	59
Tabla No. 6	Pregunta 2 encuesta	61
Tabla No. 7	Pregunta 3 encuesta	62
Tabla No. 8	Pregunta 3 encuesta	63
Tabla No. 9	Pregunta 3 encuesta	64
Tabla No. 10	Pregunta 4 encuesta	65
Tabla No. 11	Pregunta 5 encuesta	66
Tabla No. 12	Pregunta 6 encuesta	67
Tabla No. 13	Pregunta 7 encuesta	68
Tabla No. 14	Pregunta 8 encuesta	69
Tabla No. 15	Pregunta 9 encuesta	70
Tabla No. 16	Pregunta 9 encuesta	70
Tabla No. 17	Pregunta 1 vs Pregunta 4	72
Tabla No. 18	Pregunta 5 vs Pregunta 7	72
Tabla No. 19	Pregunta 1 vs Pregunta 1	73
Tabla No. 20	ATL	89
Tabla No. 21	BTL	89
Tabla No. 22	Activos Fijos	93
Tabla No. 23	Activos diferidos	93
Tabla No. 24	Inversión	94
Tabla No. 25	Depreciación	95
Tabla No. 26	Inflación	95
Tabla No. 27	Potenciales clientes	96
Tabla No. 28	Paquetes turísticos	96
Tabla No. 29	Costos	97
Tabla No. 30	Gastos	97
Tabla No. 31	Margen Bruto.....	98
Tabla No. 32	Estado de situación Inicial	99
Tabla No. 33	Estado de resultados	100
Tabla No. 34	Flujo de Efectivo	100
Tabla No. 35	VAN	103
Tabla No. 36	Recuperación de Inversión.....	104
Tabla No. 37	TIR	104
Tabla No. 38	Punto de equilibrio	105
Tabla No. 39	Punto de equilibrio x Paquetes	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.	Suscriptores de facebook en el mundo por regiones geográficas	28
Gráfico No. 2.	Canasta básica familiar	34
Gráfico No. 3.	Tasas de empleo, subempleo y desempleo de Ecuador.....	38
Gráfico No. 4	Pregunta 1 encuesta	60
Gráfico No. 5.	Pregunta 2 encuesta	61
Gráfico No. 6	Pregunta 3 encuesta	62
Gráfico No. 7	Pregunta 3 encuesta	63
Gráfico No. 8	Pregunta 3 encuesta	64
Gráfico No. 9	Pregunta 4 encuesta	65
Gráfico No. 10	Pregunta 5 encuesta	66
Gráfico No. 11	Pregunta 6 encuesta	67
Gráfico No. 12	Pregunta 7 encuesta	68
Gráfico No. 13	Pregunta 8 encuesta	69
Gráfico No. 14	Pregunta 9 encuesta	70
Gráfico No. 15	Punto de equilibrio por paquetes	106

ANEXOS 12522

ANEXO 1 Entrevista Ing. Eva Rodriguez y MBA Carlos Roldán	1263
ANEXO 2 Entrevista Ing. Andrés Charpentier.....	128
ANEXO 3 Entrevista Sr. Santiago Miño.....	132
ANEXO 4 Entrevista Sr. Roberto Rueda	135
ANEXO 5 Entrevista Srta. Abilene Dent	141
ANEXO 6 Entrevista Sr. Juan Espinoza Chiriboga	145
ANEXO 7 Matriz de la encuesta	146

Introducción

Los deportes de aventura o también llamados en ocasiones deportes extremos, son una rama del deporte que se ha ido desarrollando alrededor del mundo hace ya varios años, las agencias, operadoras y personas independientes han tomado los mismos para incorporarlos al sector turístico, lo cual ha generado acogida por parte de las personas afines a estos deportes.

El deporte de aventura es todo tipo de deporte que lleva consigo una fuerte actividad física y una fuerte actividad recreativa en la naturaleza. Generalmente se practica en equipo y lleva el reto de superar metas ambiciosas que exigen el desarrollo y gran resistencia física, destrezas motoras y preparación psicológica para resistir algunas condiciones que pueden llegar a ser extremas. En general el grupo desarrolla fuertes vínculos de cooperación y solidaridad. También suele llevar aparejado la necesidad de conocimientos técnicos relevantes relacionados con las vertientes deportivas que conllevan.¹

Además en el mundo se ha generado una cierta apertura para que las personas practiquen deportes de aventura, por lo que estos deportes se han desarrollado cada vez más, se ha mejorado su equipamiento, su técnica y su seguridad.

Los deportes de aventura han ido ganando mundialmente a lo largo de los años, cada vez más adeptos. Es verdad que algunos países o ciudades han tomado también protagonismo por las condiciones naturales que los favorecen a la hora de ofrecer circuitos y posibilidades de distintos deportes.

Para quienes se dedican a incorporarse a este mundo y sobre todo a lo que tiene que ver con deportes extremos deben saber que el esfuerzo no es solo físico sino también mental y que pueden optar por aquellos en que su rendimiento es muy importante, como el senderismo, y aquellos en los que se privilegia el aumento de adrenalina como el puenting. Hay quienes desean estar más cerca en el contacto con la muerte y practican exigiendo menos su físico, pero más su mente, y hay quienes hacen al revés.²

Por otro lado existen muchos deportes de aventura, los cuales se han agrupado en tres grandes categorías, (Agua, Aire y Tierra), entre los deportes más conocidos de estas tres categorías están:

Aventura en el aire:

- Vuelos en globo aerostático
- Salto con cuerda elástica de puentes o bungee jumping

¹ <http://www.mi-web.org/miembros/5-eric/textos/56271-que-es-el-deporte-de-aventura>

² <http://deportes-aventura.es/deportes-de-aventura/>

- Salto con cuerda estática o puenting
- Alas delta o parapentes
- Cuerda floja o slackline
- Paracaidismo
- Skysurfing

Aventura en tierra:

- Escalada en roca y hielo
- Carreras de aventura
- Montañismo
- Ciclismo de montaña
- Cabalgatas
- Cannopy
- Canyoning

Aventura en agua:

- Rafting
- Buceo
- Snorkeling
- Surfing
- Kayaking

Para continuar, los deportes de aventura incorporados al sector turístico se los practica alrededor del mundo, cada lugar o región es apta para ciertos tipos de estos deportes, no obstante y dependiendo de la geografía del lugar existen deportes que se practican en muchos países, es el caso por ejemplo de la escalada, el senderismo y el rafting.

A continuación se presentarán algunos lugares muy populares donde se realiza turismo de aventura en varios países.³

Escalada

Canadá: Grand Sentinel, ubicado en Alberta, cerca de Calgary.

México: El Picacho del Diablo, ubicado en Ensenada.

³ <http://es.over-blog.com/Deporte-de-aventura-cuales-son-los-mas-practicados-1228321799-art333481.html>

España: El bancal, ubicado en Elche; Estrecho de Chillapájaros o del Mijares, ubicado cerca de Alcora.

Italia: Ruota del Tempo, ubicado en Sardegna, cerca de Domusnovas.

Bulgaria: Lakatnik Bulgaria, ubicado en Svoge.

Tailandia: Península de Phra-Nang, ubicado en Krabi.

Portugal: Redinha – NossaSenhora da Estrela, ubicado en Pombal; Farol da Guia, ubicado en Cascais – Lisboa.

España: Valeria, ubicada en Valeria de Abajo – Cuenca.

Alemania: HessigheimerFelsengärten, ubicada en Besigheim – Stuttgart.

Estados Unidos: Treasure Falls, ubicadas en Pagosa Springs – San JuansMountains, Colorado.

Canyoning

España: GorgsBlau, ubicado en Escorca – Las Palmas; Río Verde, ubicado en Otivar – Granada; Barranco de Cambullón, ubicado en Ronda – Málaga.

Paris: L´Arodin, ubicado en Ain – Rhône-Alpes.

Suiza: CanyonLodrino, ubicado en Lodrino – Tesino

México: Cañón Subterráneo Río Xumulá, ubicado en Chiapas; Matacanes, ubicado en Santiago – Nuevo León.

Surf

Hawai: Waikiki y en general la costa norte de Oahu, donde las olas pueden pasar de 10 metros.

Australia: La costa Este de Australia, en el estado de New South Wales; Bondi Beach; Manly; DeeWhy; Narrabeen; Avalon.

Perú: Punta Hermosa, Mancora, El Huayco, Chicana, Cerro Azul, Bermejo, Pacasmayo, Organos y otras importantes playas de Perú.

México: La Saladita, ubicada en el Estado de Guerrero; Mexican Pipeline ubicada en Puerto Escondido.

Chile: Arica; Iquique; Antofagasta; La Serena; Pichidanguí; Isla de Pascua; Reñaca; Pichilemu, playas La Puntilla, El Infiernillo; Punta Lobos.⁴

Dentro de Latinoamérica existen varios países referentes donde se practican los deportes de aventura, los cuales debido a su geografía y gran cantidad de adeptos se han desarrollado de una mejor manera y han potenciado a los mismos, entre ellos tenemos a Chile, Colombia, Brasil y Perú.

Esta gran cantidad de adeptos a los deportes de aventura y la incorporación de dichos deportes al sector turístico han sido de mucha importancia para desarrollarlos y potenciarlos.

Chile es uno de los escenarios elegidos por los amantes de la aventura para experimentar nuevos desafíos. Esta elección no es casual ya que a lo largo de todo el país la diversidad geográfica ofrece espectaculares entornos naturales que se prestan para practicar estos apasionantes deportes.

Los escenarios son múltiples y variados, con singulares características que invitan a tomar riesgos y disfrutar de momentos únicos.

El desierto con sus formas caprichosas, los valles ondulados, el Pacífico que baña toda su costa, las islas y la cordillera de los Andes con sus volcanes y picos nevados están ahí, esperando a los más intrépidos y aventureros, porque lo que define al turismo de aventura es el contacto con la naturaleza.⁵

Por otro lado alrededor de Ecuador tenemos países importantes y también referentes de los deportes de aventura, países con grandes condiciones geográficas y con buenas prácticas que pueden ser tomadas y replicarse en otros lugares.

Perú por ejemplo es uno de los países populares en el desarrollo de deportes acuáticos, como el buceo, rafting, kayak y uno de los más importantes es el trekking, ya que alberga una geografía única.

Perú tiene una gran biodiversidad gracias a la presencia de los Andes, el Amazonas y el Océano Pacífico que son escenarios perfectos para la práctica de diferentes deportes de aventura.

El Perú es un verdadero paraíso para los caminantes. Prácticamente la totalidad de la sierra, incluyendo valles, mesetas y cordilleras, alberga circuitos con mayor o menor grado de dificultad. Sin embargo, solo algunos de ellos han sido «descubiertos» como rutas comerciales. Los caminos del Perú ofrecen muchas

⁴, <http://turismoonline.com/turismo-extremo/mejores-lugares-mundo-deporte-extremo>

⁵ <http://www.welcomechile.com/turismo-aventura/>

posibilidades y, por supuesto, más de una combinación ideal para caminantes de todos los niveles de exigencia y experiencia.

La escalada en roca inició su meteórico camino hacia la popularidad en los años sesenta, solo una década más tarde esta disciplina llegó al Perú, un territorio pródigo en escenarios ideales para su práctica, particularmente en la sierra de los departamentos de Lima, Cajamarca y Pasco.⁶

Muy cerca al Perú hacia el este encontramos a Brasil, que por su parte es un gran referente de deportes de aventura, dentro de la gran extensión que tiene se pueden realizar varios tipos de deportes, Brasil fue escogido en el año 2009 por ser el mejor destino de aventura por “National Geographic Adventure”.

La revista National Geographic Adventure ha escogido a Brasil como uno de los mejores sitios para realizar turismo de aventura. Así, este año, los editores de la prestigiosa publicación han elegido, como lo hacen todos los años, al “Best of Adventure 2009”

El archipiélago Fernando Noronha fue considerado por la publicación como uno de los mejores lugares del mundo para practicar buceo. Para hacer rafting, la prestigiosa revista destacó a Jalapao.⁷

Brasil como se puede apreciar ha sido desde hace ya varios años un destino de turismo de aventura importante en Latinoamérica y el mundo.

Por otro lado Ecuador es uno de los destinos turísticos de aventura más importantes en la actualidad principalmente en Latinoamérica y en el mundo, se pueden realizar casi todos los deportes de aventura y tiene una gran oferta turística de aventura en las 24 provincias.

El portal digital Switchback viajes, ubica a Ecuador en quinto lugar, entre los diez más importantes destinos de aventura para 2012, junto a Canadá, Noruega, Bhutan, Nueva Zelanda, Nepal, Estados Unidos, Namibia, Columbia Británica y Terranova. La publicación digital destaca que Ecuador, ubicado quinto, entre los diez mejores destinos mundiales para deportes de aventura, posee escenarios naturales para desarrollar senderismo y trekking, resaltando la presencia de los volcanes Quilotoa, Cotopaxi y Chimborazo, que son lugares célebres y famosos para la práctica de los deportes mencionados.⁸

Por esta situación, la magnífica geografía que consta de la cordillera de los Andes, la amazonía, la costa bañada por el océano Pacífico y las Islas Galápagos, Ecuador ha sido escogido como la sede para realizarse el mundial de aventura 2014, en el cual se desarrollan muchos de los deportes de aventura que promociona el país en términos turísticos y será una gran oportunidad para potenciarlo más.

⁶ <http://blogs.elcomercio.pe/puraaventura/2012/06/peru-un-lugar-ideal-para-la-pr.html>

⁷ <http://termometroturistico.es/brasil-mejor-destino-para-turismo-de-aventura.html>

⁸ <http://www.elmercurio.com.ec/332767-ecuador-entre-los-diez-mas-importantes-destinos-para-turismo-de-aventura>

Ecuador es oficialmente la sede del Campeonato Mundial de Carrera de Aventura 2014 evento que congrega atletas y aficionados a la aventura en una competición extrema, que desafía la templanza mental y el esfuerzo físico durante más de 5 días, en un recorrido sin igual de más de 700 kilómetros.

El Campeonato Mundial de Carreras de Aventura Ecuador 2014 tomará lugar entre las fechas 07-19 de noviembre, 2014. Disciplinas como: bicicleta de montaña, kayak, trekking, cuerdas (rapel, ascenso, tirolina) serán las que se realizarán en el país.⁹

La provincia de Napo dentro de Ecuador es uno de los principales lugares turísticos del país, allí existe diversidad de flora y fauna única y la oportunidad de conocer la cultura kichwa; Ecuador no solo tiene capacidad para realizar turismo de aventura en tierra, sino que tiene una gran variedad de los deportes de aventura que se mencionarán a continuación.

La provincia de Napo, lugar marcado por una alta diversidad biológica, propicio para admirar paisajes impresionantes como la Cascada de San Rafael o lugares para meditar en la paz del bosque, sitio para conocer costumbres y tradiciones del pueblo kichwa amazónico que mantienen su forma de vida.

Napo, territorio ecológico y turístico es el mágico portón de luz para ingresar a la región amazónica norte del Ecuador.

Recorrerla es un acontecimiento inolvidable, sus sitios naturales y manifestaciones culturales la convierten en uno de los mejores destinos turísticos del mundo.¹⁰

Dentro de las 24 provincias que tiene Ecuador el presente estudio se enfocará en la provincia de Napo, ya que gracias a su geografía proporciona una gran oportunidad para el desarrollo del turismo de aventura.

La provincia de Napo es una de las más importantes en cuanto a los deportes de aventura en Ecuador y consta con muchos atractivos naturales importantes y de renombre en el país.

Los ríos Quijos y Jatunyaku, ubicados en la provincia amazónica del Napo, se convierten en un importante atractivo turístico, gracias a sus aguas de corriente fuerte que permiten realizar varios deportes de aventura como la práctica del afiting. Las blancas aguas del río Quijos ofrecen una aventura inigualable a los más intrépidos turistas que se atreven a probar su pericia en rápido cause. La práctica de rafting en este río tiene una destacada participación a nivel internacional por su categorización "cuatro plus".

El río Jatunyaku, considerado por expertos como el mejor río para hacer rafting en Ecuador, se caracteriza por poseer una corriente perfecta que permite realizar este deporte a cualquier nivel. Además, guarda en su recorrido increíble riqueza natural y de una biodiversidad única en el mundo.

⁹ <http://www.amalavida.tv/noticias/campeonato-mundial-de-aventura-ecuador-2014>

¹⁰ <http://www.amalavida.tv/clases-de-turismo/turismo-de-aventura>

Con un sinfín de atractivos naturales, Napo brinda un abanico de oportunidades para el desarrollo del turismo de aventura.¹¹

Además del rafting la provincia de Napo proporciona una gran cantidad de oferta de deportes de aventura, los cuales son utilizados por muchas operadoras y agencias turísticas en la provincia y principalmente en su capital la ciudad del Tena, los deportes más ofertados son los siguientes.

En la ciudad de Tena se puede realizar varias actividades como excursiones a la selva, deportes de riesgo como: rafting, kayak, tubing, canyoningtrekking, Ciclismo de montaña.¹²

El presente estudio se enfocará en los deportes de aventura que se ofertan en la provincia de Napo, por el potencial que tiene la provincia, para poder generar ingresos económicos a los involucrados en el sector turístico.

Además se enfocará en el desarrollo de las buenas prácticas, seguridad y estándares para el correcto manejo de los deportes de aventura en la provincia de Napo, en los lugares apropiados.

¹¹ <http://www.amalavida.tv/novedades/rafting-en-napo>

¹² <http://www.ecuador-turistico.com/2013/03/turismo-en-tena-lugares-turisticos.html>

Capítulo I

1 Plan de Investigación

1.1.Tema de Investigación

Implementación de un Modelo de Gestión para determinar las potencialidades y los Beneficios de los Deportes de Aventura, Incorporados al sector Turístico en la Provincia de Napo, en el país Ecuador, en el año 2014.

1.2. Planteamiento del Problema, Formulación y Sistematización del Problema

1.2.1 Planteamiento del Problema

En la provincia de Napo en Ecuador, se están desarrollando los deportes de aventura de una manera muy desordenada, los mismos que al ser incorporados de manera correcta a los servicios turísticos podrían generar ingresos económicos importantes.

Además el manejo y la operación de los deportes de aventura deberían controlarse y regularse para que no existan accidentes, ya que los deportes de aventura conllevan peligros, por los que los mismos son aceptados.

No existe buena información del desarrollo de los deportes de aventura por parte del estado Ecuatoriano, ni de inversión privada, por lo que no se conoce lo que ocurre en dicha provincia, esto genera que a los deportes de aventura no se les de la importancia necesaria.

Para concluir, los deportes de aventura podrían llegar a adquirir un muy buen potencial al ser incorporados al sistema de turismo tradicional, también podrían generar ingresos económicos a la provincia y generar plazas de trabajo para gente del sector principalmente y para individuos que se dedicará a este tipo de deporte como su fuente de trabajo en el Ecuador.

1.2.2 Formulación del Problema

¿Cuáles son las potencialidades y los beneficios de los deportes de aventura en la provincia de Napo?

1.2.3 Sistematización del Problema

¿Qué tipos de deportes de aventura se operan en la provincia de Napo?

¿Cuáles son los lugares más conocidos y concurridos donde se desarrollan los deportes de aventura en la provincia de Napo?

¿Cómo deben manejarse correctamente los deportes de aventura?

¿Cuáles son los beneficios que traerá la propuesta del modelo de gestión al sector turístico, al incorporar los deportes de aventura de manera adecuada?

¿De qué manera se potenciará al turismo tradicional, mediante el correcto manejo de los deportes de aventura?

¿A cuántas ramas dentro del turismo se beneficiará al implementar los deportes de aventura al turismo tradicional en la provincia de Napo?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Potenciar mediante un modelo de gestión al sector turístico e indicar los beneficios de los deportes de aventura, en la provincia de Napo, en el año 2014

1.3.2. Objetivos Específicos

- 1.- Realizar el análisis situacional de los deportes de aventura, incorporados al sector turístico en los países referentes de los mismos.
- 2.- Analizar el marco legal y normativo relacionado a las empresas operadoras de turismo de aventura.

- 3.- Estructurar un modelo de gestión, para el correcto manejo y funcionamiento de los deportes de aventura.
- 4.- Estudiar los requerimientos económicos que las empresas y operadoras turísticas de la provincia de Napo necesitarán para implementar los deportes de aventura.

1.4. Justificación de la Investigación

1.4.1. Justificación Teórica

En el presente estudio se utilizarán varios métodos de investigación, los cuales ayudarán de distintas maneras a conseguir la información necesaria para poder aplicar el modelo de gestión de los deportes de aventura, sus potencialidades y beneficios dentro del sector turístico.

Existen varios métodos importantes que se utilizarán en el presente estudio, el primero es el método Descriptivo – Analítico, el cual ayudará a analizar las partes del problema para poderlo comprender de mejor manera.

El método Inductivo – Deductivo es un método muy importante para el presente estudio ya que, si bien es cierto los deportes de aventura se encuentran empezando a crecer en la provincia de Napo, por lo que es importante analizar lo que está ocurriendo desde dos ángulos, empezando desde lo particular hasta llegar a lo general (inductivos) y por otro lado, de lo General a lo particular (Deductivo) para poder generar conocimientos nuevos incorporarlos a los conocimientos reales existentes y generar valor de la información recolectada. Se utilizará también métodos empíricos como la observación, entrevistas, encuestas y clientes fantasmas para poder analizar la realidad del entorno en el que se desenvuelven los deportes de aventura en la provincia de Napo.

1.4.2. Justificación Metodológica

La metodología que se utilizará, es la investigación de mercados exploratoria, ya que ésta reunirá datos que arrojarán entendimiento sobre la naturaleza del problema; este tipo de investigación se basa en indagar de distintas maneras, para poder llegar a conseguir datos reales de la investigación en marcha.

La investigación exploratoria está enfocada a situaciones que existen en la actualidad. En su proceso, las generalizaciones estadísticas no son afines ya que no se trata de factores cuantitativos, sino cualitativos basados en la experiencia.

Difiere de otras maneras de obtener información, en cuanto a que la investigación exploratoria inherentemente es multimetódica, es decir que se apoya en la observación, entrevista y análisis de documentos y registros.

Se dice que con la investigación exploratoria, se puede descubrir que es lo que está pasando, encontrar nuevas vistas, hacer preguntas y evaluar el fenómeno desde un nuevo punto de vista.¹³

Mediante esta investigación se podrá entender la situación en la que se encuentran los deportes de aventura realmente, cuál es la realidad que están atravesando en el entorno en el que se desenvuelven dichas actividades.

También se utilizará el método del monitoreo de desempeño, pues en la presente investigación uno de los puntos que se analizará será la observación de lo que está ocurriendo en realidad, con los deportes de aventura en la provincia de Napo, por lo dicho anteriormente el método de la investigación de mercados por monitoreo de desempeño se acopla muy bien a las necesidades del estudio.

Es el elemento esencial para controlar los mercados. Se necesita la investigación del monitoreo del desempeño para responder a la pregunta: ¿Qué está sucediendo?

Algunos de los cambios que pueden apreciarse en esta investigación son:

Cambios en las ventas y participación de mercado. Otros cambios como los niveles de conocimiento, penetración de la distribución en los niveles de precios.

En las variables de situación: tales como la actividad de la competencia.¹⁴

Este método ayudará a analizar el manejo de las operadoras, agencias, personas independientes y principalmente la operación de los deportes de aventura dentro de la provincia y principalmente en su capital la ciudad del Tena.

1.4.3. Justificación Práctica

El presente estudio servirá, para determinar las potencialidades y beneficios de los deportes de aventura en la provincia de Napo, por lo cual se determinará el alcance que existe dentro de este tipo de deportes, incorporados a los servicios turísticos.

Se obtendrá información real del costo de los distintos deportes de aventura, en lo que se refiere a implementación de cada uno, siempre y cuando éstos sean realizables en la provincia de Napo, con este conocimiento los diferentes operadores turísticos podrán introducir nuevos productos a sus paquetes o mejorar los que ya tienen generando plazas de trabajo.

¹³ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/jimenez_r_mc/capitulo3.pdf

¹⁴ <http://generaciongoogleinstein.blogspot.com/2009/07/tipos-de-investigacion-de-mercados.html>

La oferta y la demanda que existe de los deportes de aventura en la provincia de Napo es parte sustancial de la investigación, pues está enfocada en el crecimiento de los mismos, por lo que se analizará cual es la oferta real y de los productos existentes en dicha provincia y también cuál es la demanda y su alcance, para determinar si la provincia es apta o no para la realización de los deportes de aventura.

Dentro de la oferta que existe en Napo, se estudiará cuál es la cantidad de empresas, operadoras y agencias que se dedican al manejo de los deportes de aventura, para conocer la información real de los sitios a los cuales los consumidores pueden acceder.

En la actualidad se realiza la operación de los deportes de aventura de una manera muy empírica, y con pocos conocimientos, por lo que el presente estudio servirá también para crear un lineamiento sobre cómo desarrollar buenas prácticas dentro de la operación de los deportes de aventura, en cuanto a estándares del manejo correcto y seguridad para los consumidores.

Además se pretende que, mediante un modelo de gestión del manejo de los deportes de aventura en la provincia de Napo, estos se desarrollen, generando así interés por parte de potenciales consumidores de los mismos, siendo Napo la provincia referente del manejo adecuado de los deportes de aventura.

1.5. Marco de Referencia

1.5.1. Marco Teórico

Estudio de mercado de marketing

Con el estudio del mercado tratamos de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada.¹⁵

Demanda

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

Oferta

¹⁵ <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/facultad%20de%20ciencias%20human%c3%8dsticas%20y%20sociales/carrera%20de%20bibliotecolog%c3%8da%20y%20ciencias%20de%20la%20informaci%c3%93n/09/mercado%20de%20informacion/8448169298.pdf>

En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores que están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.¹⁶

Mix de marketing

Es una definición utilizada para denominar al grupo de instrumentos y diversos factores que tiene la persona que se encarga de la mercadotecnia de una empresa para lograr las metas de la organización. Esto significa que la mezcla de mercadotecnia es la combinación de las técnicas de mercadotecnia que señalan para efectuar los cuatro componentes denominados como “Las CUATRO P”: producto, precio, plaza y promoción.¹⁷

Plan de marketing

El plan de marketing es un documento que forma parte de la documentación de la planificación estratégica de una empresa. El plan de marketing sirve para recoger los objetivos y estrategias, además de las acciones que van a ser necesarias realizar para conseguir estos objetivos.¹⁸

Modelo de gestión

Es un conjunto de acciones orientadas al logro de objetivos de una institución, a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo, planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

El Modelo de Gestión Administrativa permite en forma oportuna efectuar el proceso de Inscripción, Comunicación, Seguimiento y facilitar el Acceso a la Información, de esta forma es posible tener una mirada global del fiel cumplimiento de la ejecución del Proyecto dentro de los tiempos establecidos y asegurando la calidad comprometida.¹⁹

Análisis FODA

Es un análisis basado en las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas presentes en la organización, de ahí las siglas de su nombre **FODA**. El análisis FODA se realiza observando y describiendo las características del negocio de la organización y

¹⁶ Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. McGraw-Hill.

¹⁷ <http://www.eumed.net/ce/2012/marketing-mix.html>

¹⁸ <http://www.socialetic.com/definicion-de-plan-de-marketing-partes-del-plan-de-marketing.html>

¹⁹ <http://www.buenastareas.com/ensayos/Modelo-De-Gestion-Administrativo/595372.html>

del mercado en el cual opera, el análisis FODA nos permite detectar las Fortalezas de nuestra organización, las Oportunidades del mercado, las Debilidades de nuestra empresa y las Amenazas en el entorno.²⁰

Planificación estratégica

Planificación es un proceso orientado a encaminar todas las acciones necesarias para cumplir los objetivos en el desarrollo de cualquier actividad haciendo uso óptimo de los recursos disponibles a fin de dar solución a problemas sociales.²¹

Investigación de Mercados Exploratoria

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido.

Los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real.²²

Investigación de mercados por Monitoreo del Desempeño

Suministra información relacionada con el monitoreo del sistema de mercadeo. Este es un elemento esencial del control de los programas de mercadeo de acuerdo con los planes. El propósito de esta investigación es el de señalar la presencia de problemas u oportunidades potenciales.²³

Método de investigación Descriptivo – Analítico

La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos.²⁴

Método de investigación Inductivo – Deductivo

Quiere decir que va desde la descomposición hasta la construcción, es decir del menor al mayor; esto el investigador lo hace con esquemas lógicos, lo que son realizados mentalmente, basados con conocimientos teóricos.²⁵

²⁰ <http://gfcabeza.com/2009/09/27/que-es-y-para-que-sirve-la-matriz-foda>

²¹ <http://es.scribd.com/doc/50917397/Planificacion-Estrategica>.

²² <http://metodologadelainvestigaciinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>

²³ <http://www.slideshare.net/xisspano/expo-tipos-de-investigacin-presentation>

²⁴ http://www.ehowenespanol.com/significado-del-metodo-descriptivo-investigacion-sobre_135646/

Métodos de investigación Empíricos

Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, accesibles a la detección de la percepción, a través de procedimientos prácticos con el objeto y diversos medios de estudio. Los métodos de investigación empírica conlleva al investigador a una serie de procedimientos prácticos con el objeto y los medios de investigación que permiten revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto; que son accesibles a la contemplación sensorial.²⁶

Ingresos económicos

Cantidad de dinero que una familia puede gastar en un periodo determinado sin aumentar ni disminuir sus activos netos. Son fuentes de ingresos económicos, sueldos, salarios, dividendos, ingresos por intereses, pagos de transferencia, alquileres y demás.²⁷

Costos

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).²⁸

VAN

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.²⁹

²⁵ <http://encontexto.com/temas/investigacion/metodologia-de-la-investigacion-2-328.html>

²⁶ <http://es.scribd.com/doc/21229743/METODOS-EMPIRICOS>

²⁷ http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INGRESO_ECONOMICO.htm

²⁸ <http://definicion.de/costo/> Acceso

²⁹ <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>

TIR

La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.³⁰

Proyección de Ingresos y Gastos

La proyección de ingresos y egresos refleja el comportamiento financiero del proyecto durante su horizonte de análisis. Toda la proyección está elaborada en unidades monetarias de la fecha de análisis, es decir pesos del momento en que se hace el estudio. No obstante, los precios pueden ser diferentes a los de ahora si se considera que alguno de ellos estará en el futuro por encima o por debajo de los precios actuales.³¹

Análisis PEST

El análisis PEST es un marco que los consultores de la estrategia utilizan para explorar el macro-entorno externo en el cual opera una firma. PEST son las siglas para los siguientes factores:

- Político
- Económico
- Social
- Tecnológico

Los factores PEST desempeñan un importante papel en las oportunidades de creación de valor de una estrategia. Sin embargo están generalmente fuera del control de la corporación y deben ser considerados normalmente como amenazas u oportunidades.³²

1.5.2. Marco Espacial y Temporal

La presente investigación se realizará en la ciudad del Tena capital de la provincia de Napo – Ecuador ubicada en el centro – norte de Ecuador, en la parte de la región Amazónica. Limita al Norte con la provincia de Sucumbíos, al sur con las provincias de Pastaza, Cotopaxi y Tungurahua y al este con la provincia de Orellana en el 2014.

³⁰ <http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>

³¹ http://blog.unach.mx/vicente_castro/files/2011/11/Proyeccion_de_ingresos_y_egresos.pdf

³² <http://decisionempresarial.com/ec/index.php/84-inteligencia-empresarial/120-analisis-pest>

1.6. Hipótesis del Trabajo

La implementación de un modelo de gestión, para determinar las potencialidades y los beneficios de los deportes de aventura, incorporados al sector turístico en la provincia de Napo en Ecuador para el año 2014 es viable.

1.7. Metodología de la Investigación

1.7.1. Métodos Teóricos

1.7.1.1. Descriptivo - Analítico

El método Descriptivo – Analítico ayudará en el presente estudio a conseguir la mayor cantidad de información concreta, acerca de cuáles son los deportes de aventura que se ofertan en la Provincia de Napo, cuál es la cantidad de empresas, operadoras y agencias turísticas que usan los deportes de aventura como uno de sus productos y cuál es la demanda de los mismos, de esta manera se entenderá mejor el comportamiento actual sector turístico de aventura en Napo.

Se analizará como primer punto las operadoras y agencias más importantes de deportes de aventura en la provincia, después los deportes de aventura que se practican y se ofertan, seguido a esto se estudiará el crecimiento o decrecimiento de la oferta y de la demanda de los deportes de aventura, para después poder obtener un análisis global en dicha provincia.³³

1.7.1.2. Inducción - Deducción

Este método partirá de la información recolectada en el método descriptivo, por lo que se estudiará la información recolectada en fuentes primarias y secundarias para poder dar un diagnóstico de lo que en realidad ocurre con el manejo de los deportes de aventura en la provincia de Napo y así se podrán generar estrategias para mejorar el sistema turístico basado en los deportes de aventura.³⁴

1.7.1.3. Métodos Empíricos

Los métodos empíricos que se utilizarán son principalmente la observación, clientes fantasmas, encuestas y entrevistas, de esta manera se obtendrá mucha información real

³³ <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm>

³⁴ [http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario IEE/Metodologia de la Inv.pdf](http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario%20IEE/Metodologia%20de%20la%20Inv.pdf)

de los aspectos que afectan directa e indirectamente a los deportes de aventura que se ofertan en la provincia de Napo.³⁵

1.7.2. Tipos de Estudio

1.7.2.1. Estudio Descriptivo

El tipo de estudio que se utilizará es el descriptivo, ya que se realizará una investigación de varias fuentes, para poder presentar una imagen real de los fenómenos que ocurren en el ámbito de los deportes de aventura, además se demostrará la forma ideal de cómo generar ingresos a través de la incorporación de los deportes de aventura al sistema tradicional del turismo.

1.7.3. Tipos de Fuentes

1.7.3.1. Fuentes Primarias

Las fuentes de información primarias que se utilizarán serán: Encuestas, entrevistas y visitas a través de la utilización técnica del cliente fantasma.

1.7.3.2. Fuentes Secundarias

Las fuentes de investigación secundarias para la presente investigación son:

- Ministerio de turismo.
- Libros en el Ecuador.
- Publicaciones en Revistas y páginas web.
- Manual de deportes de aventura de Ministerio de turismo.
- INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).
- BCE (Banco Central del Ecuador).
- Mintur (Ministerio de turismo de Ecuador).
- Diarios en Ecuador.

³⁵ <http://www.slideshare.net/MAGDAGONZALEZP/tcnicas-mtodos-empricos-y-tipos-de-investigacin-y-de-observacin-por-magda-gonzalez-p>

Capítulo II

2. Análisis Situacional

2.1. Análisis del Nivel Internacional y Nacional respecto al Turismo de Deportes de Aventura

2.1.1. Contexto internacional

En Sudamérica existen lugares definidos específicamente para realizar deportes de aventura, los cuales son acogidos por personas de distintas partes del mundo, aumentando la popularidad del turismo de aventura.

El turismo de aventura, ya tiene una posición en países sudamericanos, como ingreso para el turismo y como fuente de trabajo. Sudamérica cuenta con una variedad en territorios, para la práctica del deporte buscado por el turista.

Sudamérica, por la variada particularidad de su territorio, puede resultar un lugar ideal para realizar todas las variantes del turismo de aventura. Países como Argentina, Bolivia, Chile, Perú y Brasil son los que se llevan la palma en cuanto a los mejores destinos.

Si pensamos en Argentina, pensamos directamente en la región patagónica. Aquí uno puede practicar de todo: 4x4, buceo, cabalgatas, escalada, kayak, mountain bike, parapente, pesca, rafting y trekking.³⁶

Esta variedad de destinos sirve como vitrina para Sudamérica, haciendo que se genere popularidad en los deportes de aventura que allí se practican. De esta manera, los países en los cuales los deportes de aventura han empezado a desarrollarse podrían tomar como referencia técnica estos lugares.

En Ecuador, se podría adoptar ciertas de las buenas prácticas de los lugares donde se realizan deportes similares, esto ayudará al crecimiento rápido de los deportes de aventura. Es el caso del kayak y el rafting, estos deportes son muy practicados en el Sur del continente, y tienen acogida para todos los niveles de expertis.

³⁶ <http://www.viaje.info/destinos/los-mejores-destinos-de-turismo-de-aventura-de-sudamerica>

En países como Argentina el kayakismo es un deporte que tiene mucha fuerza, ya que ellos tienen uno de los ríos más caudalosos de América, el cual les da una posición en el desarrollo de este deporte y su buena práctica.

El río Paraná, uno de los más caudalosos de América, podrás encontrar una vegetación selvática, islas, poblaciones enteras de yacarés. El río es uno de los mayores desafíos de todo kayakista argentino o extranjero que llega hasta el país.

En esta oportunidad sugiero tres países de América del Sur para realizar actividades referentes al turismo de aventura. Ellos son Ecuador, Perú y Venezuela, países con una gran oferta en el rubro, dueños de impresionantes regiones naturales.³⁷

Sudamérica posee una riqueza natural impresionante, la cual podía volverse una potencia para practicar cualquier tipo de deporte de aventura, que los consumidores requieran.

2.1.2. Análisis Económico

En Sudamérica se ha podido ver un cambio a nivel económico gracias a una nueva forma de pensar, dichos cambios económicos son gracias a la incorporación de nuevas tendencias que generan crecimiento en la economía.

En muchos países latinos como se explica a continuación, el crecimiento económico ha sido relevante, es por lo mismo que los esfuerzos financieros del turismo son enfocados a rubros como naturaleza, aventura y deportes, entre otros.

Chile es uno de los países referente de los deportes de aventura en Sudamérica, se practica casi todos los existentes y es por eso que los deportes de aventura se han convertido en parte del sector turístico.

Según el Banco Mundial el PIB de Chile es de 269.9 mil millones en el año 2012 y el aporte del turismo a esta cifra, es del 4% el cual representa 10796 millos de dólares para el 2012.

PIB de Chile es de 269.9 mil millones en el año 2012.³⁸

En Chile, el turismo aporta al PIB de la economía un 4%.³⁹

³⁷ http://www.portaldeluruguay.com/index.php?option=com_content&task=view&id=10431&Itemid=94

³⁸ <http://www.bancomundial.org/es/country/chile>

³⁹ <http://www.arecoa.com/destinos/2013/05/17/los-aportes-del-turismo-al-pib-de-los-paises-latinoamericanos>

El Gobierno chileno y sus autoridades turísticas se han propuesto como objetivo alcanzar los cuatro millones de viajeros en 2014, así como elevar a un 6% el aporte de la actividad económica al Producto Interno Bruto (PIB) del país.⁴⁰

Chile es un ejemplo de lo que se puede lograr fomentando los deportes de aventura, ya que su campaña contempla una contribución al crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto), los deportes de aventura son una nueva forma de impulsar el crecimiento del turismo y la economía del país.

Argentina una de las potencias económicas enfocadas al turismo en Sudamérica, ellos tienen un crecimiento en su tasa de empleo y su PIB del 23% anual sobre el turismo, haciendo que este sea muy importante en su economía. Argentina seguirá fomentando el crecimiento del turismo, para seguir escalando el ranking mundial de destinos turísticos, haciendo que su economía se vuelva dependiente del turismo para su crecimiento y factor empleo.

Según el Banco Mundial el PIB de Argentina es de 475.5 mil millones en el año 2012 y el aporte del turismo a esta cifra, es del 6.5% el cual representa 30907,5 millos de dólares para el 2012.

PIB de Argentina es de 475.5 mil millones en el año 2012.⁴¹

De acuerdo con cifras del gobierno argentino, el turismo genera el 6,5% del producto interno bruto (PIB) del país.⁴²

Argentina está a la cabeza de Sudamérica en la recepción de visitantes del exterior, con 5.7 millones de turistas internacionales durante 2010, un avance anual del 23% en este rubro, más de un millón de puestos de trabajo (el 9.9% del total de empleos), y un ingreso de US\$ 5.000 millones. Este crecimiento constante ha colocado a la Argentina en el lugar 44 del ranking de destinos turísticos mundiales.⁴³

En este momento, el auge en del crecimiento económico esta basado en fomentar nuevas maneras de generar ingresos, ya que algunas son obsoletas y otras están copadas.

⁴⁰ <http://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-chile-busca-elevar-pib-aporte-turismo-2014-20130503120238>

⁴¹ <http://www.bancomundial.org/es/country/argentina>

⁴² <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ministro-argentino-destaca-crecimiento-solido-del-turismo>

⁴³ <http://eldiario.com.uy/2012/07/19/turismo-y-pbi-en-argentina-mexico-y-chile>

2.1.3. Análisis Social-Cultural

La sociedad esta acogiendo varias de las nuevas tendencias de los deportes de aventura, estos pasan a formar parte del día a día, se convierten en actividades de relajación, trabajo, deporte o pasatiempo.

En países como Argentina hay una cultura de deportes de aventura, esto hace que este tipo de deporte forme parte de una forma de vida, la cual se convertirá en parte de la sociedad.

El primer paso lo dio en 2009 la Legislatura de Río Negro por medio de la Ley 1.905 que declara a la ciudad de San Carlos de Bariloche como "Capital Provincial del Deporte y Actividades de Aventura". Luego, el 28 de noviembre de 2012 el Congreso Nacional sancionó la Ley 26.802 que declara a Bariloche "Capital Nacional del Turismo Aventura".⁴⁴

Argentina está enfocada en crear una cultura de deportes de aventura, tanto es así que convirtió a Bariloche en la Capital Nacional de los deportes de aventura, esto crea una identidad dentro de los sectores involucrados y los habitantes de los mismos.

La sociedad actual estará en un cambio constante lo cual promoverá al deporte de aventura, ya que hacer deporte se ha vuelto parte de la sociedad moderna y la inclusión de la naturaleza en los deportes lo vuelve más llamativo al deporte en sí, haciendo que los deportes de aventura se vuelvan parte de una sociedad actual.

El mundo actual esta en un cambio constante, una evolución enfocada a lo nuevo, correr riesgos e innovar, un cambio positivo de vivir en la naturaleza, hacer deporte, salud y bienestar.

La cultura posmoderna al legitimar el individualismo hedonista unido al placer del consumo, hace con que nuevas actividades físicas y deportivas surjan y adquieran un lugar de destaque. De hecho, las actividades físicas practicadas en la naturaleza, cuyo desarrollo envuelva emoción, riesgo, placer, sensación de límite, han tenido un incremento que no puede ser desvalorado, sino todo lo contrario. Lo que nos confirman Miranda, Lacas y Muro (1995, p.13), cuando afirman que "... los nuevos deportes y actividades físicas en la naturaleza aparecen junto a los nuevos paradigmas centrados en la autorrealización personal y la mejora de la calidad de vida que quieren sustituir a los de competición y tensión". También Bétran y Bétran (1995, p. 113) las consideran como "actividades que se sitúan y comulgan con los nuevos valores sociales de la posmodernidad".⁴⁵

⁴⁴ <http://www.barilocheturismo.gob.ar/actividades/aventura/capital-nacional-del-turismo-de-aventura>

⁴⁵ <http://www.efdeportes.com/efd50/turismo.htm>

2.1.4. Análisis Geográfico

En America del sur la diversidad geografica es muy fuerte, podemos encontrar:

- Cordillera de los andes.
- Selva lluviosa.
- Glaciares
- Oceano Pacifico y Atlantico.
- Rios con caudales muy fuertes.
- Desiertos.

En los países andinos, gracias a su diversidad geográfica, se puede practicar una gran cantidad de deportes de aventura. Perú, por ejemplo tiene parte de selva amazónica, Cordillera de los Andes y Costa en el Océano Pacifico.

Andinismo, montañismo, trekking, canotaje, bicicleta de montaña, surfing, deportes de nieve, escalada en rocas, parapente y ala delta, windsurf, kitesurfing, o pesca de altura en mar, pesca deportiva en ríos o lagos. Estas son sólo algunas de las opciones para la aventura y deportes al aire libre que pueden ser practicados en uno de los escenarios naturales más bellos del planeta.

Además, el Perú tiene el privilegio de extraordinarios cambios geográficos que pueden ir desde los desiertos más áridos del mundo, a orillas del Océano Pacífico, ascender hacia las alturas de los Andes y pronto estar en la exuberante selva amazónica, muchos de estos escenarios se ubican a cortas distancias unos de los otros.⁴⁶

La diversidad geográfica de Sudamérica la vuelve una potencia en turismo de aventura ya que se presta para practicar cualquier deporte de aventura, convirtiendolo en un impulsador para el turismo.

Chile se encuentra ubicado en la parte occidental y meridional de Sudamérica, y es reconocido por los contrastes y variaciones que enfrenta su geografía. Si recorriéramos el territorio de norte a sur, observaríamos una gran diversidad de paisajes, distintos tipos de vegetación y vida silvestre, producto de su diversidad geográfica que contiene una extensa costa bañada por el océano Pacífico, el desierto de Atacama, zonas altiplánicas, estepáricas, mediterráneas y polares.⁴⁷

En Chile se puede encontrar una diversidad geográfica parecida a la de Perú, dándole a Chile la capacidad de integrar los deportes de aventura a cualquiera de sus zonas geográficas y su encuentro con los glaciares del sur hace que sea más llamativo aún.

⁴⁶ http://www.go2peru.com/spa/destinos_aventura_peru.htm

⁴⁷ <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3435.html>

2.1.5. Análisis Político-Legal

La regulación de los deportes de aventura es muy importante para el buen desarrollo de estos, ya que si hay una buena práctica, con leyes que regulen la seguridad de los participantes, se podrá obtener una idea clara de seguridad en la mente del consumidor. En Argentina, hay leyes específicas para los deportes de aventura ya que estos se encuentran en un auge para el crecimiento turístico de dicho país.

Río Negro Ley N° 3883/04

Art. 5 establece como requisito para la obtención de la habilitación del prestador:....

f) detalle de la logística de evacuación de personas en caso de accidente o prevención ante la inminencia de los mismos... Sistemas de intercomunicación y/o pedidos de auxilio normales y alternativas ante las emergencias.

Art. 12: Llama “contratos de servicios turísticos” a la vinculación entre los prestadores u operadores de turismo aventura y el turista. En él los deberes de indemnidad y seguridad del turista activo constituyen su principal característica.

Art. 13. El prestador u operador asume los deberes de indemnidad y seguridad del turista activo desde la etapa precontractual, con la debida y completa información que debe brindar y hasta el total cumplimiento de todas sus obligaciones, ya sea por sí o a través de terceros.

Art. 14. El prestador u operador debe ejercer una vigilancia activa sobre el turista activo, asegurando que no sufra daño alguno por la actuación de otros prestadores, por el hecho de las cosas y en general por una defectuosa organización del servicio. Mendoza Res. 279

Art. 5 establece que es documentación requerida al prestador para la inscripción en el registro respectivo, entre otros equipo de salvataje con que cuenta o tiene convenio.

Equipo de comunicaciones de seguridad con que cuenta para conectarse desde el lugar de operaciones con su base.⁴⁸

Esta ley de Río Negro se enfoca en la seguridad de los que participan en los deportes de aventura, esto ya da una idea de seguridad y buena práctica de los deportes de aventura haciendo que estos sean llamativos para el consumidor.

Poder llegar al cumplimiento de una reglamentación de seguridad, es fundamental para la buena práctica y desarrollo de cualquier actividad no solo del turismo.

⁴⁸ <http://www.derechodelturismo.net/contenidosVer.php?contenidoID=279>

Resolución 492/96

Art. 6 establece que a las empresas que prestan esta modalidad de servicios turísticos, se aplican los principios establecidos en las normas civiles que sustentan la teoría del riesgo creado, en razón de que en general, las diferentes actividades implican un riesgo.

Como resultado de este análisis observamos que en general, la legislación da cuenta de que es una actividad peligrosa o riesgosa y por ello se insiste con las normas de seguridad.

Pero también observamos que la expresión concreta y expresa de estas características de peligrosidad y riesgo en las leyes transcritas, no se trasunta como debiera ser, en la extensión y el contenido del deber de información, que en ellas se establecen.

Nosotros consideramos que el deber de información en estos contratos, debe ser de riguroso cumplimiento, no bastando con una cláusula general, tal como observamos aparece por ejemplo, en las legislaciones de Córdoba y Salta.

Avanza un poco más la legislación de San Juan, ya que luego de establecer una obligación general de información veraz, completa y adecuada, en forma particularizada se establece la obligación de información de los grados de riesgo de las actividades y la preparación física y experiencia requerida del cliente.

Esto último, información sobre la preparación física y experiencia requerida, solo aparece en esta ley, no constando tal requisito en ninguna otra.

Observamos que en la normativa existente:

- No se exige la firma por el participante de la recepción de la información, ni la obligatoriedad de charlas informativas, como veremos sí se exige en algunas legislaciones extranjeras.
- No se establece la obligatoriedad de resaltar los riesgos y accidentes típicos de la actividad.
- No se establece la obligación para el proveedor de contar con información sobre estado.⁴⁹

Uno de los principales objetivos de la resolución 492/96, es que los consumidores y los guías se den cuenta de que se están practicando una actividad de riesgo y que se deben seguir al pie de la letra las normativas que se dan para la práctica de los deportes de aventura.

Con esta resolución, el cliente o consumidor también tiene una obligación al momento de la práctica de los deportes de aventura, ya que se hace saber que la actividad que realizarán tiene un riesgo que recae en sus hombros y no solo en el operador.

Las leyes son creadas para regular varias funciones, entre estas son la seguridad de los consumidores, guías, expertos, entre otros y por otro lado son creadas para sentar

⁴⁹ <http://www.derechodelturismo.net/contenidosVer.php?contenidoID=279>

lineamientos de las capacidades y el estado en el que se deben encontrar los encargados de la realización de la actividad.

Salta Ley 7045 y Res. 145

Establece que una Junta Evaluadora verificará la idoneidad en el terreno del equipo y materiales a utilizar en la actividad. Operadores y prestadores son responsables por el cumplimiento de las disposiciones en cuanto a seguridad, primeros auxilios y salvataje.

Art. 18 resolución 145 Los prestadores Deberán facilitar información objetiva, veraz sobre los itinerarios, los lugares de destino, uso y utilización de equipos y materiales.

Disponer de personal suficiente para asesorar a personas individuales o grupos organizados que contraten sus servicios.

En la resolución 145 art. 7 se exige a los operadores y prestadores, entre otras obligaciones, determinar el grado de riesgo de la actividad, detalle de la logística de abastecimiento y evaluación. (Silvestre, 2008)⁵⁰

La Salta Ley 7045 y Res. 145, obliga a que se de la información adecuada antes de empezar el manejo de cualquier deporte de aventura o actividad turística.

México es un país que tiene leyes específicas para los deportes de aventura desde 1997 y esto ha generado que sea uno de los principales lugares en América Latina para la práctica de los deportes de aventura. En el 2002 se crean leyes específicas para el turismo de aventura.

Que habiéndose cumplido el procedimiento establecido en la Ley Federal sobre Metrología y Normalización para la elaboración de normas oficiales mexicanas, el Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística, en sesión de fecha 15 de abril de 2002, aprobó la Norma Oficial Mexicana NOM-011-TUR-2001, Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de Turismo de Aventura.

Norma Oficial Mexicana NOM-05-TUR-1998, Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio.

Norma Oficial Mexicana NOM-09-TUR-1997, Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados.⁵¹

2.1.6. Análisis Tecnológico

La velocidad del avance tecnologico en el mundo, es muy rápida, tanto así que las cadenas de celulares mejoran sus móviles rápidamente, haciendo que estos puedan abarcar más tecnología en sus software, mediante este avance las redes sociales se han

⁵⁰ <http://www.derechodelturismo.net/contenidosVer.php?contenidoID=279>

⁵¹ http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=723685&fecha=22/07/2002

infiltrado en las aplicaciones, volviendolas parte de el mundo tecnologico, en el que vivimos actualmente.

El uso del Internet es fundamental, ya que en la búsqueda de un tema específico se encuentra absolutamnete todo, volviendo el Internet el sistema de información más importante, de acuerdo a la siguiente tabla esta contemplado de la siguiente manera.

Tabla 1. Estadísticas mundiales del Internet

Regiones	Población (2012 Est.)	Usuarios Dic. 31, 2000	Usuarios Junio 30, 2012	% Población (Penetración)	Usuarios % Mundial	Facebook Sept 30, 2012
África	1,073,380,925	4,514,400	167,335,676	15.6 %	7.0 %	48,262,820
Asia	3,922,066,987	114,304,000	1,076,681,059	27.5 %	44.8 %	235,989,160
Europa	820,918,446	105,096,093	518,512,109	63.2 %	21.5 %	243,230,440
Oriente Medio	223,608,203	3,284,800	90,000,455	40.2 %	3.7 %	22,793,140
Norte América	348,280,154	108,096,800	273,785,413	78.6 %	11.4 %	184,177,220
Latinoamérica Caribe	593,688,638	18,068,919	254,915,745	42.9 %	10.6 %	188,339,620
Oceanía Australia	35,903,569	7,620,480	24,287,919	67.6 %	1.0 %	14,614,780
TOTAL MUNDIAL	7,017,846,922	360,985,492	2,405,518,376	34.3 %	100.0 %	937,407,180

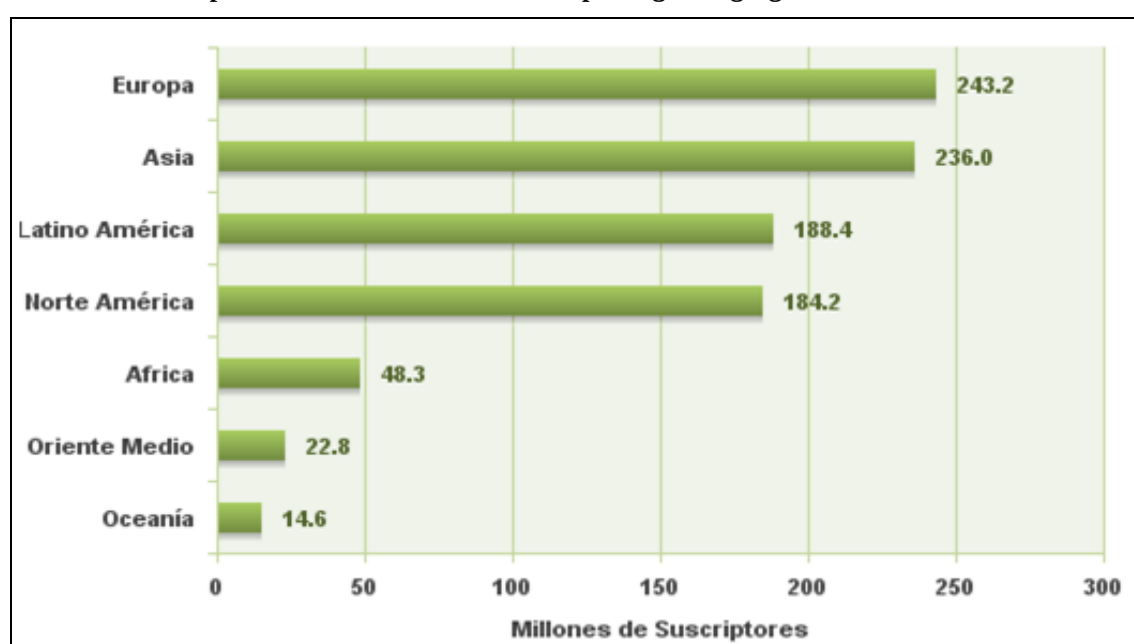
Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Miniwatts Marketing Group

La red social más famosa en el mundo es Facebook conteniendo casi 1 billón de usuarios la cual es usada no solo como algo social, sino que es una central de mercadeo mundial.

El Facebook es uno de los más grandes impulsores de marketing digital, todas las empresas mundiales tienen una fan page o un cuenta de facebook para hacer conocer a sus seguidores lo que esta pasando. Esto es muy importante para el proceso de conocimiento de las actividades del turismo ya que si la persona no sabe que existe, en facebook podra encontrarlo a travez de sus conocidos.

Gráfico 1. Suscriptores de Facebook en el mundo por regiones geográficas



Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Miniwatts Marketing Group, 2012

Las redes sociales son un centro de información muy importante y de fácil acceso, para los deportes de aventura podría ser beneficioso, ya que facebook por ejemplo es una de las formas más fáciles de poner información escrita y visual, la publicidad es inmediata y sin costos, se genera un boca a boca también visual, ya que las imágenes venden solas.

El uso de internet como fuente de entretenimiento e información en América Latina va mucho más rápido que el crecimiento económico, aunque países como Nicaragua y Honduras "prácticamente nunca se han conectado", según un informe difundido hoy por la corporación Latino barómetro.

"El 85 % de la población de Sudamérica y el 84 % de la población de Centroamérica tiene teléfono celular", Asimismo, la cantidad de personas que

nunca han usado correo electrónico o conexión a internet en la región, disminuye de 59 % a 55 % entre el 2010 y el 2013.⁵²

El uso de los celulares es muy alto y en la mayoría de estos están incluidas las redes sociales, por lo que se vuelven una fuente de información constante ya que a diferencia de los diarios, se puede publicar información fresca y visual (fotos, videos) y esto por su parte genera un interés muy alto. El crecimiento de este tipo de medios de información es primordial para el conocimiento de nuevas tendencias.

En esta misma línea, el análisis destaca que entre el 2011 y 2013 aumenta de 11 % a 15 % la cantidad de personas que usan internet o correo electrónico “todos los días”.

Respecto a las redes sociales El informe concluye que se duplica el uso de Facebook en tres años, al aumentar de 19 % en 2010 a 38 % en 2013.⁵³

Análisis Situacional Pest del Ecuador

2.1.7. Análisis Político

El Ecuador tiene un régimen democrático con cinco poderes que son los encargados del manejo del país, los tres poderes clásicos se mantienen, estos son el Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial; adicionalmente se crean dos poderes, el primero el electoral y el segundo la función de transparencia y control social. Desde el año 2008 existe una nueva Constitución que fue creada para mejorar falencias y cambios pertinentes de acuerdo a la nueva época por la que Ecuador atraviesa.

En Ecuador las elecciones presidenciales se las realizan cada 4 años, se lo hace por votación popular y gana el candidato con mayoría absoluta. Desde hace muchos años han aparecido varios partidos políticos, y se crearon más en la época de la dolarización del país, entre ellos están:

- Sociedad Patriótica
- Partido Social- Cristiano
- PRIAN (Partido Renovador Institucional Acción Nacional)
- Avanza
- PRE (Partido Roldosista Ecuatoriano)
- Partido Socialista Frente Amplio.
- MPD (Movimiento Popular Democrático)
- Pachakutik (Movimiento de Unidad Plurinacional)

⁵² <http://elmundo.com.sv/uso-de-internet-avanza-mas-rapido-que-crecimiento-economico>

⁵³ <http://elmundo.com.sv/uso-de-internet-avanza-mas-rapido-que-crecimiento-economico>

- CREO (Movimiento Creando Oportunidades)
- SUMA (Suma Unida Más Acción)
- Movimiento Ruptura
- Movimiento Alianza País (Patria Altiva y Soberana)

El partido Alianza País es el que actualmente gobierna en Ecuador y a la cabeza se encuentra el Presidente de la República Rafael Correa, el mismo que ha gobernado desde hace varios años, su primera victoria en las urnas electorales fue en el año 2006, reelecto en el año 2009 y por tercera vez en el año 2013.

Además correa fue Ministro de Economía del Ecuador en el año 2005 durante la presidencia de Alfredo Palacio, por lo detallado anteriormente, debido a que el Presidente de la república Rafael Correa, está formando parte de la política del país desde el año 2005 en un puesto importante y desde el año 2007 que inició su primer periodo presidencial, se puede decir que Ecuador políticamente es un país estable desde hace ya 7 años.

La estabilidad política en el país es de vital importancia para el desarrollo de proyectos planteados, de esta manera el tiempo de 4 años en el cual un presidente podía estar al mando era suficiente para concretar dichos planes de acción, pero a mediados de la década de los noventa existió una crisis que afectó al país gravemente, la misma que dejó varios presidentes atrás: Abdalá Bucaram, Jamil Mahuad, Lucio Gutiérrez y los que los siguieron, Fabián Alarcón, Gustavo Noboa y Alfredo Palacio al no terminar sus periodos presidenciales no cumplieron con proyectos ofrecidos y tampoco fueron cumplidos por las personas que pasaron por el mismo puesto.

Esta inestabilidad causó estragos en el país, es por esto que desde que inició el gobierno del Presidente Rafael Correa con su partido Alianza país, Ecuador vive un proceso de estabilidad política, de nuevas leyes, mejoramiento de normativas, lo cual es beneficioso para el desarrollo de los diferentes sectores del país.

Ahora, ningún sector, por más opositor que fuera, puede desconocer el beneficio que significa para el país, tener un período de estabilidad y paz social que garantice la continuidad del período constitucional, como el que se generó con el actual Gobierno.

Es así que el advenimiento del Presidente Rafael Correa a la Primera Magistratura, desde enero del 2007, inició un período de estabilidad política sin precedentes que, seis años más tarde, se nutre de 9 victorias electorales, que incluyen dos reelecciones en primera vuelta y tres consultas populares ganadas.⁵⁴

⁵⁴Mauricio Torres. Planificación estratégica. <http://es.scribd.com/doc/50917397/Planificacion-Estrategica>. Acceso (28/Nov/2012)

2.1.8. Análisis Legal

Ecuador es un país apto y con potencial para la realización de los deportes de aventura, por lo que muchas empresas pequeñas, operadoras y agencias se crean para desarrollar actividades turísticas, es por esto que la ley de turismo tiene artículos relevantes para el funcionamiento de dichas entidades.

Art 8: Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.⁵⁵

En la actualidad los deportes de aventura crecen en casi todo el mundo, dando pasos grandes y abriéndose camino de distintas maneras, sean estas correctas o incorrectas, si bien es cierto esto no es lo adecuado para el crecimiento de los mismos, pero si es la realidad por la que pasa el Ecuador.

Por esta cuestión, el Ministerio de Turismo de Ecuador realizó en el año 2012 un Manual para la Regulación de los Deportes de Aventura en su zona geográfica, el cual tiene como principal objetivo:

Expedir las normas que establecen los contenidos, características y condiciones mínimas de las actividades turísticas de aventura.⁵⁶

El manual de deportes de aventura realizado por el Ministerio de Turismo, fue elaborado en base a la Ley de Turismo de Ecuador, la cual menciona que se debe tener políticas de regulación del sector turístico para el correcto funcionamiento del mismo.

El artículo 4 de la Ley de Turismo determina que la política estatal con relación al sector turismo, debecumplir entre otros los siguientes objetivos: "... c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;... e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;... g) Fomentar e incentivar el turismo interno".⁵⁷

Además la ley de turismo determina que el Ministerio de Turismo tiene que ser la entidad reguladora de todas las partes que se dediquen a realizar turismo de cualquier tipo, dentro de Ecuador.

⁵⁵ <http://www.feptce.org/doc/marco-legal/01-ley-de-turismo.pdf>

⁵⁶ <http://www.turismo.gob.ec/?s=Manual+de+deportes+de+aventura>

⁵⁷ Manual de deportes de aventura,ministerio de turismo.

El artículo 15 de la Ley de Turismo establece al Ministerio de Turismo como el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, quien tendrá entre otras la siguiente atribución: “1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional.”⁵⁸

Las agencias que ofertan deportes de aventura en Ecuador tienen la obligación de cumplir ciertas normas para poder desarrollar estas actividades, entre estas se encuentran normas de funcionamiento de cada uno de los deportes que se realicen, normas de seguridad y manejo de equipo y normas para las operadoras y agencias que realicen deportes de aventura.

Art. 1.-Expedir las normas de las actividades turísticas de aventura.

Art. 2.- Establecer las normas generales para el ejercicio de las actividades de aventura.⁵⁹

2.1.9. Análisis Económico

2.1.9.1. Dolarización

El cambio de moneda de Sucres a Dólares, la llamada Dolarización ocurrió en el 9 de Enero del año 2000, la solución que daba el ex Presidente de la República de Ecuador Jamil Mahuad, era que quería estabilidad económica en el país.

La dolarización no fue un proceso corto, ni tampoco fue una solución inmediata a la crisis económica del país, pues el cambio de sucres a dólares era y continua siendo de 1 dólar por 25000 sucres, que para la época significaba una perdida grande al cambiar, pues 25000 sucres era una cantidad razonable de dinero, y 1 dólar no significaba nada para la adquisición de bienes y servicios.

La dolarización ha logrado estabilizar la economía ecuatoriana, pues el dólar no ha subido ni ha bajado de valor y como pronosticó el ex Presidente Mahuad la inflación se encuentra durante ya varios años bajo el 10%.

El precio del dólar se mantendrá fijo y estable, permitirá que las tasas de interés se ubiquen al nivel de las internacionales y que la inflación se reduzca a niveles inferiores del 10%.⁶⁰

⁵⁸ Manual de deportes de aventura,ministerio de turismo.

⁵⁹ Manual de deportes de aventura,ministerio de turismo.

⁶⁰ <http://www.hoy.com.ec/especial/dolar/dolar10.htm>

2.1.9.2. Inflación

La inflación de Ecuador como se aprecia en la tabla No.2 ha sido variable pero en porcentajes pequeños, lo cual deja una cierta estabilidad para el país.

Tabla 2. Inflación de Ecuador en los últimos 4 años y cálculo para el año 2014

Inflación Ecuador	Valor (%)
Año 2010	3,33%
Año 2011	5,41%
Año 2012	4,16%
Año 2013	2,70%
Año 2014 (Cálculo)	3,20%

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2012

La inflación del Ecuador no ha sido realmente muy variable desde el año 2010, como lo indica la tabla #2, lo cual es importante para la estabilidad económica del país, pues si la inflación se mantiene baja, cada unidad de moneda servirá para comprar igual o más bienes o servicios, es decir si la inflación sube, significa que los precios suben y por ende la unidad de moneda alcanza para la adquisición de menos bienes o servicios.

Para la presente investigación, el 2,70% de inflación registrada y presentada por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) para el año 2013 es muy alentadora ya que, los deportes de aventura o cualquier tipo de turismo no es una actividad primordial para la pirámide de necesidades o jerarquía de necesidades del ser humano, por lo que si los precios no suben, existe mayor poder adquisitivo, por lo tanto se podrá acceder a estos tipos de actividades.

Por otro lado la posibilidad del crecimiento de la inflación a un 3,20% no es un riesgo alto para el poder adquisitivo de la población, por lo que mantener una estabilidad de precios en los diferentes productos y servicios en general es positivo para el avance del país.

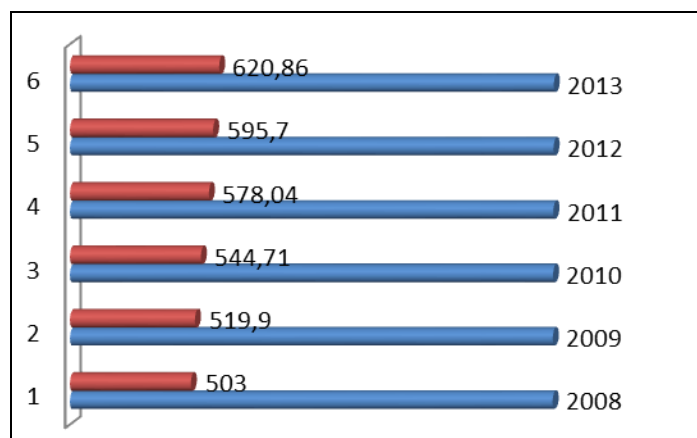
2.1.9.3. Canasta Básica Familiar

Debido a la situación económica inestable del país los consumidores han dejado de invertir su dinero limitando su uso para el consumo básico del hogar y han disminuido sus compras en bienes de lujo y en salidas a vacaciones.

La canasta básica familiar ha aumentado su precio y el ingreso mensual por familia no logra superarla.

La canasta básica familiar se ubicó en 620,86 dólares, mientras el ingreso mensual para familias con 1,6 miembros fue de 593,60 dólares.⁶¹

Gráfico 2. Canasta Básica Familiar



Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo Febrero 20, 2014

La canasta básica familiar en Ecuador ha subido considerablemente desde el año 2008, la misma ha subido paulatinamente, es decir que ningún año se ha mantenido estable, hasta llegar a un tope en el año 2013 de 620,86 dolares, es decir 117,86 dólares más que en el año 2008.

Esto significa que los precios han aumentado y los productos o servicios que son necesarios para las familias han aumentado, lo que se pretende por parte del gobierno es en algún punto igualar el precio de la canasta básica al del sueldo básico, calificándolo como sueldo digno.

2.1.9.4. Ingreso de extranjeros al Ecuador

Al Ecuador le conviene que el turismo sea desarrollado de manera positiva y crezca cada vez más, pues es uno de los ingresos económicos que si se explotan de manera adecuada pueden ser muy importante para los ingresos económicos de muchas familias en el país y además incrementaría el PIB(Producto Interno Bruto).⁶²

Para esto a continuación se detalla el ingreso de extranjeros al país hasta la última temporada de verano que fue en el año 2013 en el mes de agosto. Se puede apreciar que

⁶¹ <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/07/nota/1997356/ecuador-registro-inflacion-270-2013>

⁶² <http://www.turismo.gob.ec/>

ha existido un incremento anual paulatino desde el año 2009, esto es importante para el desarrollo del turismo en todas sus ramas.

Tabla 3. Ingreso de extranjeros al Ecuador hasta Agosto 2013

MES	2009	2010	2011	2012	2013	VAR% 2013/2012
ENE	86.544	96.109	105.548	127.116	130.842	2,93
FEB	72.742	89.924	86.421	99.521	103.768	4,27
MAR	72.226	82.452	87.495	96.948	113.361	16,93
ABR	72.910	70.540	87.507	92.627	89.669	-3,19
MAY	70.277	77.618	82.870	92.644	98.420	6,23
JUN	89.889	91.602	99.949	118.292	121.742	2,92
JUL	102.571	110.545	117.966	130.779	138.140	5,63
AGO	87.221	95.219	98.962	106.375	112.576	5,83
SUB-TOTAL	654.380	714.009	766.718	864.302	908.518	5,12
SEP	68.124	71.776	80.090	85.990		
OCT	77.960	83.701	88.357	99.145		
NOV	76.965	81.253	92.573	99.674		
DIC	91.070	96.359	113.299	122.790		
TOTAL	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901		

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Ministerio de Turismo, <http://www.turismo.gob.ec/>

Como se puede observar, el ingreso de extranjeros al país ha crecido un 5,12% entre los meses de Enero a Agosto en los años 2012 y 2013, llegando a un total de ingreso de extranjeros al país de 908518 personas hasta Agosto, esto es un incremento importante ya que mientras más personas entren al país se genera mayores ingresos.

Desde el año 2009 que existió un ingreso de 654380 personas, hasta el año 2013 se han registrado anualmente incremento en los ingresos de extranjeros, este margen creciente da buenas expectativas de crecimiento turístico del país, por otro lado se debe analizar cuántas personas ingresan por turismo y cuántas por otras razones, de esta manera se obtendrá con mayor claridad el aumento de turismo y por la misma causa el aumento de ingresos económicos a dicho sector.

Además al tener incremento de extranjeros al país, por razones diferentes a turismo, puede generar que los mismos estén ingresando por trabajo, esto podría generar problemas ya que se disminuyen las plazas de trabajo para los ecuatorianos y existe salida de divisas hacia otros países, en lugar de que se queden dentro de Ecuador.

Por lo que es de mucha importancia analizar la realidad de ingresos de extranjeros por turismo a los diferentes provincias, de esta manera se podra saber con mayor claridad la realidad del turismo en Ecuador.

Tabla 4. Los 10 países más importantes, de Ingreso de extranjeros a Ecuador (Agosto del año 2013)

	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA	ENTRADA
PAIS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	Acumulado Ene-Ago.	%
COLOMBIA	46.006	21.340	31.800	21.035	23.069	31.197	35.036	22.168	231.651	25.50 %
ESTADOS UNIDOS	19.066	18.900	21.984	15.382	19.921	31.587	30.504	22.786	180.130	19.83 %
PERÚ	14.211	14.852	11.264	9.327	10.278	9.880	13.891	14.019	97.722	10.76 %
VENEZUELA	4.841	6.135	5.411	5.984	6.553	7.546	9.664	9.623	55.757	6.14 %
ESPAÑA	5.153	4.902	4.754	4.167	4.714	7.043	6.002	6.688	43.423	4.78 %
ARGENTINA	8.106	4.989	4.348	3.136	2.874	3.509	4.123	3.131	34.216	3.77 %
CHILE	5.023	6.916	2.929	2.504	2.603	2.741	3.484	3.087	29.287	3.22 %
CANADÁ	2.490	2.642	2.877	2.308	2.276	1.930	2.787	1.893	19.203	2.11 %
ALEMANIA	2.166	2.423	2.703	1.723	1.866	1.831	2.972	3.157	18.841	2.07 %
GRAN BRETAÑA	1.841	1.478	1.880	1.904	2.071	1.882	3.107	2.098	16.261	1.79 %

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Dirección Nacional de Migración, 2013

Dentro de los 10 países de donde más extranjeros vienen a Ecuador tenemos con un 25,50% a Colombia y Estados Unidos con un 19,83% y Perú con 10,76%, entre estos tres países representan 56,09% de extranjeros al país, es muy beneficioso a simple vista, pero en realidad y como se explica en la tabla 3 se debe analizar si dichos extranjeros vienen por razones turísticas o por otras razones.

Por ejemplo Colombia y Perú se encuentran en la frontera Norte y Sur de Ecuador respectivamente, Colombia tiene un grave problema que es la guerrilla, por lo que mucha gente por distintas razones tienden a salir de su país en busca de tranquilidad y trabajo, por lo que Ecuador es un buen destino, por la cercanía y la facilidad de ingreso de los mismos.

Perú por otro lado no tiene problemas similares a Colombia, pero sin embargo es uno de los países dentro de Latinoamérica que está en vías de desarrollo, esto quiere decir que no es estable económicamente, al igual que muchos otros países, pero por este tema se puede generar que exista una migración hacia Ecuador por parte de personas de nacionalidad Peruana por razones laborales.

Estos dos casos pueden ser una imagen clara de porque se encuentran entre los tres países de los que Ecuador recibe mayor cantidad de extranjeros.

El último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la población extranjera con mayor presencia en el país es la colombiana. Hasta el 2010, el INEC tenía registrada la presencia de 93237 personas procedentes del país cafetero.⁶³

Por otro lado, Estados Unidos representa una gran parte del ingreso de extranjeros, posiblemente todos o la gran mayoría ingresen al país por razones turísticas, no hay que olvidar que entre estos 10 países se encuentra Canadá, Alemania, Gran Bretaña y España, que son países importantes fuera de Sudamérica de los cuales reciben extranjeros y de Argentina y Chile que son países importantes en el continente americano.

2.1.9.5. Desempleo en Ecuador

El Empleo o la ocupación de fuentes de trabajo es muy importante para analizar la capacidad de un país para generar fuentes de trabajo, calcular cuántas personas dentro del mismo trabajan y cuántas no son activas en el área.

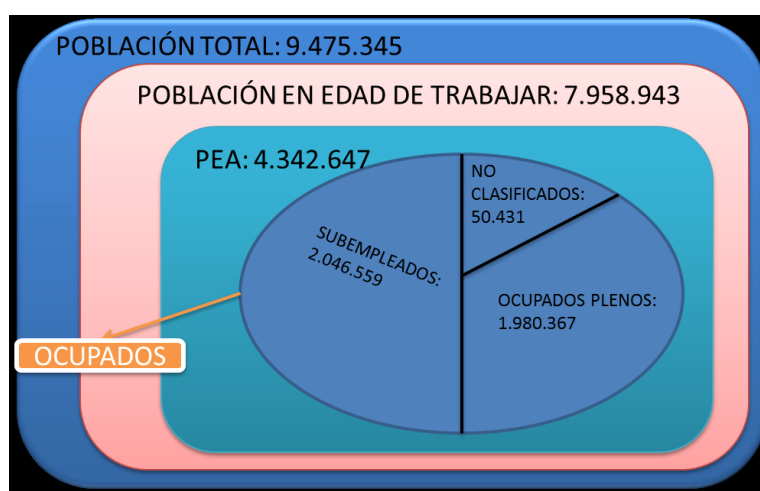
La tasa de desempleo es un indicador muy importante para el país, ya que dependiendo de la misma se puede saber si el país crece o decrece económicamente, es decir,

⁶³ <http://foro.univision.com/t5/comunidad-ecuatoriana/extranjeros-en-ecuador-quitan-trabajo-a-nacionales/td-p>

generando plazas de trabajo, inversión extranjera o creación de industria nacional. También es un indicador de la capacidad de trabajar o nivel de cultura laboral de un país.

Los principales indicadores del mercado laboral a diciembre de 2010 obtenidos de la encuesta trimestral de empleo, desempleo y subempleo. Los desocupados llegaron a 265.290 mientras que los ocupados fueron 4.077.357. Por otra parte la Población en Edad de Trabajar (PET) fueron 7.958.943, de los cuales la PEA llegó a 4.342.647 personas y la Población Económicamente Inactiva (PEI) alcanzó los 3.616.296 de personas. El siguiente gráfico muestra cómo se divide la población urbana nacional en el mercado laboral.⁶⁴

Gráfico 3. Tasas de Empleo, Subempleo y desempleo de Ecuador



Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: INEC Elaboración: Hexagon Co.

Se observa que la tasa de participación global (PEA/PET) es de 54.6%. Es decir que hay una alta persistencia de casi 45% de la población económicamente inactiva.

2.1.9.6. PIB (Producto Interno Bruto)

El Producto interno bruto de Ecuador ha crecido paulatinamente en los últimos años, ubicándose actualmente en 89834 millones de dólares, y ha mantenido un crecimiento del 4,7% en el año 2012 y 4% en el año 2014.

⁶⁴ <http://www.hexagon-group.net/files/MEILS/59.pdf>

El PIB (Producto Interno Bruto) se acerca a los 100.000 millones de dólares, dado a los registros de crecimiento que el país sudamericano sostiene desde el 2011 y espera lleguen al 2014 a un rango en entre el 4,1% y 5,1 %⁶⁵

2.1.9.7. Cantidad de personas que trabajan en el Sector turístico de Ecuador

Ecuador esta en constante crecimiento turístico como se puede observar en las tablas anteriormente planteadas, pero para un país de más de 15 millones de personas y con una geografía apta para el desarrollo de turismo se estima que sólo un pequeño porcentaje trabaja en turismo, tomando en cuenta que casi todas las provincias del país son aptas para realizar distintos tipos de turismo.

Un total de 100.000 personas trabajan actualmente en el sector turístico ecuatoriano, dijo el Viceministro de Turismo, Luis Falconí, en enero del año 2013.⁶⁶

2.1.10. Análisis Socio - Cultural

Para el Ecuador, desde el punto de vista social, existe un gran potencial de desarrollar y crear oportunidades de trabajo en muchos sectores productivos, pues desde hace ya algunos años atrás los ecuatorianos se han dado cuenta que el país tiene una gran potencialidad para crecer y desarrollarse en distintas áreas.

Dentro del sector turístico, Ecuador es una potencia que está en vías de desarrollo pero que si se la maneja adecuadamente podría generar grandes ingresos económicos, generar fuentes de trabajo y cuidado del medio ambiente.

En la actualidad el cuidado del medio ambiente, protección de flora y fauna, reciclaje, entre otras actividades similares se puede decir que está en un primer plano para poder conservar el planeta, dentro de Ecuador estas propuestas están muy bien identificadas, por esto existe el Plan Nacional del Buen Vivir, en el cual se especifica acciones que se deben tomar para convivir con la naturaleza y no destruirla al realizar cualquier tipo de actividad.

La Constitución ecuatoriana hace hincapié en el goce de los derechos como condición del Buen Vivir y en el ejercicio de las responsabilidades en el marco de la interculturalidad y de la convivencia armónica con la naturaleza (Constitución de la República del Ecuador, Art. 275).⁶⁷

⁶⁵ <http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-acercara-100000-millones-dolares-2014.html>

⁶⁶ <http://www.turismo.gob.ec/cien-mil-personas-trabajan-en-el-sector-turistico-en-ecuador/>

⁶⁷ <http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador>

Por otra parte Ecuador tiene una gran diversidad cultural, se habla de una riqueza pluricultural, la cual ha sido cada vez más cercana al turismo, pues existe una rama del turismo que se basa en las comunidades en las cuales se encuentran diferentes asentamientos de nativos, que si bien es cierto, casi todas, no se han quedado atrás en el tiempo pero también mantienen sus costumbres.

Existen muchas Etnias en Ecuador, son también una razón del ingreso de turistas al país, pues conocerlas es de interés en la actualidad, debido a esto existe el turismo comunitario, la sociedad y las diferentes etnias (no todas) han visto esta potencialidad, es decir que “Ser admirados por sus costumbres”, es ahora una fuente de ingresos mediante el turismo.

Existen varias nacionalidades indígenas en el país, que citamos a continuación⁶⁸:

Amazónicas:

- Huaorani
- Achuar
- Shuar
- Cofán
- Siona – Secoya
- Shiwar
- Zaparo
- Tagaeri
- Taromenane

Sierra:

- Otavalo
- Salasaca
- Cañarí
- Saraguro
- Awá

Costa del Pacífico:

- Chachi
- Tsachila
- Huancavilca
- Afroecuatorianos

⁶⁸, <http://www.conaie.org/nacionalidades-y-pueblos/nacionalidades/amazonia>.

Por otro lado Ecuador está ubicado en una zona privilegiada del mundo, lo atraviesa la línea ecuatorial, con un clima variado y apto para realizar muchas actividades, se puede pasar en un transcurso de un solo día por todas las regiones del país, es decir por Costa, Sierra o zona montañosa, Oriente o Amazonía y la Región Insular. Esto hace factible el desarrollo del turismo en todos los sectores del país. Además las islas Galápagos son parte de Ecuador, un Parque Nacional único en el mundo.

Dentro de Ecuador existen zonas en las cuales existen especies únicas de flora y fauna, es tan variada su geografía que se pueden realizar varias actividades, empezando desde un turismo de descanso, observación, senderismo, hasta llegar también a actividades que están más apegadas a las tendencias de aventura en el país y el mundo.

Entre muchos atractivos turísticos se pueden encontrar por ejemplo sectores como el Yasuní y Cuyaveno, zonas muy frágiles en las cuales existe una cantidad de especies de flora y fauna endémicas y nativas innumerables e invaluables.

El Ecuador consta con 45 aéreas naturales protegidas, las cuales se dividen en parques nacionales, reservas ecológicas, reservas de vida silvestre, entre otras categorías que se les ha dado.

Por lo explicado anteriormente Ecuador es una potencia turística, pues con la cantidad de áreas naturales y sumado a eso la riqueza pluricultural, se puede apalancar hacia un turismo debidamente bien manejado en todas sus ramas, de esta manera poder generar riqueza para el país mediante la explotación del turismo, conservando el medio ambiente siguiendo los parámetros del Plan Nacional del Buen Vivir y generando plazas de trabajo.

Por otra parte en el pasado la cultura del ecuatoriano era tímida y hasta reacia a nuevas ideologías o sucesos que ocurrieran en el mundo, ahora esto ha cambiado significativamente, existe una unión entre las diferentes etnias del país, y se han dado cuenta de la riqueza inmensa que se puede explotar por medio del turismo, es por eso que muchos indígenas de distintas partes del Ecuador se han dedicado a realizar dichas actividades, entre las más realizadas por ellos, el senderismo, deportes de aventura y turismo de observación, debido a su amplio conocimiento de las diferentes zonas geográficas.

Como se explica el Viceministro de Turismo Luis Falconí (2013), en el país alrededor de 100.000 personas trabajan en turismo, pero podrían abrirse más plazas de trabajo si el turismo se lo maneja adecuadamente y se invierte en el mismo.

Gracias a los esfuerzos realizados también por las personas que se desenvuelven en el sector turístico y que han trabajado en el mismo en gran parte de su vida, Ecuador, en sus cuatro sectores (Costa, Sierra, Amazonía e Insular) ha generado que los medios y los consumidores se interesen por investigar que ocurre en el país, por lo que le han otorgado a Ecuador varios premios.

Al hacer un recuento de al menos una veintena de premios y reconocimientos internacionales que ha obtenido el país en el 2013, como el “World’s Leading Green Destination 2013 (Destino Verde Líder del Mundo 2013)”, otorgado por World Travel Awards World Wide Edition en Doha, Qatar o el Destino Líder de Suramérica 2013 otorgado a Quito: por World Travel Awards South America Edition. Lima, Perú, afirmó que el mundo ya está reconociendo a Ecuador como un destino de clase mundial, que lo tiene todo para ser una Potencia Turística.

Los tour operadores británicos nos nombraron el mejor lugar para destino de vida silvestre y naturaleza del mundo 2013 y los medios de comunicación como CNN o The New York Times incluyeron a Ecuador en sus listas de países turísticos recomendados para ser visitados.⁶⁹

2.1.11. Análisis Tecnológico

En el Análisis tecnológico se investigará cuantas personas en el país tienen acceso a diferentes tipos de tecnologías, ya que en el mundo globalizado por el que atravesamos, la información cambia a diario y está en plataformas virtuales, revistas virtuales y redes sociales, por este tema y para realizar un pequeño análisis de cuál sería el alcance para que se pueda ver la publicidad y promoción del turismo en línea es necesario saber la capacidad tecnológica del país.

La aplicación total de Internet en el Ecuador es de 36, 77%, con alrededor de 5,5 millones de usuarios a nivel nacional, es decir 2 de cada 5 ecuatorianos, según datos del Ministerio de Telecomunicaciones y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).⁷⁰

Las redes sociales son en la actualidad una fuente de información muy importante, ya que por la misma circulan noticias en tiempo real y de muchos temas importantes. Las redes sociales se han convertido en uno de los mayores medios de divulgación de la información en el mundo.

Con más de cuatro millones de usuarios en el Ecuador, Facebook se ha convertido en la red social más popular. Ecuador ocupa el lugar 36 de una lista de 213 países que acceden a esta herramienta.⁷¹

⁶⁹ <http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/>

⁷⁰ <http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=141153>

⁷¹ <http://especiales.elcomercio.com/2012/02/facebook/>

En Ecuador existen alrededor de 5.5 millones de personas que utilizan internet y de estas, alrededor de 4 millones usan redes sociales, lo cual es importante ya que se puede llegar a por lo menos el 36,12% de los ecuatorianos por medio de esta fuente de información y a 26,27% mediante las redes sociales.

Para Ecuador es muy importante la publicidad, ya que si bien es cierto, el país es apto para el desarrollo del turismo, sin importar la rama del mismo, si no se lo conoce no podrá ser visitado; por esto a partir el 22 de Enero del año 2014 se participó en la feria FITUR, en su cuarta edición.

Patricio Tamariz Dueñas, el funcionario, quien lidera la delegación ecuatoriana que promocionará los destinos turísticos de Ecuador en la trigésima cuarta edición de la FITUR, que se desarrolla desde este miércoles 22 de enero en Madrid-España, dijo que el Ministerio de Turismo aplicará varias estrategias con miras a casi duplicar el número de llegadas de turistas españoles en los próximos años. Actualmente España ocupa el cuarto lugar como país emisor de turistas con 65.245 llegadas.⁷²

2.1.11.1.Desarrollo de infraestructura en Ecuador

Infraestructura vial

Desde el ingreso de Rafael Correa a la presidencia de Ecuador, se han desarrollado y potenciado de manera significativa la cantidad y calidad de redes viales en el país, se ha creado carreteras y se han terminado obras de este tipo empezadas por otras autoridades.

Entre muchas otras, las carreteras y sistemas viales que el ministerio de obras públicas bajo el mandato del presidente Correa, están Ubicadas en:

Costa

- El Carmen
- Vía Santo Domingo
- Manta
- Proyecto Ríoverde

Sierra

- Vía cuenca Molleturo – El Empaque
- Balbanera – Pallatanga - Bucay
- Guaranda – Balsapamba

⁷² <http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/>

Amazonía:

- Puente Río Napo
- Vía Méndez - Morona
- Quito - Papallacta – Tena

Estas son algunas de las obras más importantes que se están realizando en el país en cuanto a las redes viales, existen muchas obras más ya realizadas y además de sigue trabajando para llegar a unir el país con carreteras y redes viales de excelencia, esto evidencia la calidad tecnológica que Ecuador ha obtenido al paso de los años, pues estos avances ayudarán al crecimiento de distintos sectores del país.

A un ritmo de gasto de alrededor de \$1 000 millones anuales, el Gobierno de Rafael Correa se ha caracterizado por la construcción de importantes obras viales a lo largo del país. En términos generales, la inversión del Gobierno en obras públicas representa el 13% de Producto Interno Bruto (PIB).⁷³

Infraestructura Hotelera

Ecuador consta de hoteles de calidad en sus distintas zonas geográficas, en ciertas ciudades como Guayaquil, Cuenca, Quito y Loja existen hoteles de categoría 4 y 5 estrellas, por otra parte en ciudades más pequeñas existen hoteles de buenas categorías pero son realmente pocos, que han aparecido por inversión extranjera en su mayoría y no son para toda la población por sus precios elevados.

En ciertos sectores también existen varios tipos de infraestructura hotelera de calidad como hosterías, haciendas y por supuesto cadenas nacionales e internacionales.

La realidad de Ecuador es que en la mayoría de ciudades o pueblos pequeños, que son los que rodean al país existen muchos hostales o habitaciones que no se acercan a las categorías de una estrella, pues son pequeñas construcciones no planificadas o modificaciones de grandes casas antiguas.

Este tipo de infraestructura ha crecido de una manera rápida, pues si un lugar crece turísticamente, lo que se necesita, para recibir a la cantidad de turismo en temporadas son hoteles, y debido al nivel de desempleo del país, las personas realizan cualquier actividad para obtener beneficios económicos y por la misma razón y el nivel de educación bajo del país, se estancan y no crecen a medida que pasa el tiempo.

⁷³ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/obras-los-resultados-mas-visibles-453130.html>

2.1.12. Análisis del Turismo

El turismo ha sido en los últimos años importante para el desarrollo económico de Ecuador, tanto es así que ha sido considerado como uno de los mejores destino turísticos, diversos y completos por varios medios de comunicación importantes en el mundo.

Es por esto que el desarrollo del turismo en Ecuador ha sido y posiblemente siga siendo un recurso importante para generar plazas de trabajo y por lo tanto ingresos económicos, como lo explica Eugenio Naranjo, subsecretario de turismo (Año 2013).

De acuerdo al subsecretario de Gestión turística del ministerio de turismo, Eugenio Naranjo, En la actualidad el turismo representa la tercera fuente de ingresos para el país, lo que representa el 6% del producto interno bruto (PIB), gracias a lo cual en los últimos años se ha generado dos mil millones de dólares.⁷⁴

Ambiente Interno

2.1.13. Los deportes de Aventura en la provincia de Napo

La provincia de Napo se encuentra ubicada en la región amazónica del Ecuador, limita al Norte con Sucumbíos, Al sur con Pastaza, al oeste con Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua y al este con la provincia de Orellana. Tiene 5 Cantones que son, Archidona, Carlos Julio Arosemena Tola, El Chaco, Baeza y el Tena que además es la capital de la provincia.

Cuenta con una geografía única, consta de una parte de cadena montañosa de los Andes, debido a la presencia del volcán Antisana y desciende pasando por la zona nublada hasta llegar a la amazónica.

Cuenta con una gran afluencia de ríos y sus más importantes son:

Quijos, Napo, Tena, Chalupas, Mulatos, Cosanga, Puní, Payamino, Oyacachi, Hollín Grande.

Su variedad en flora y fauna la lleva a ser una de las provincias más ricas en turismo visual y muchas personas también van para observar su gran diversidad natural.

⁷⁴ http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=192611&umt

La provincia de Napo es uno de los principales exponentes del turismo de Aventura en el Ecuador, pues es apta por sus zonas geográficas para realizar muchos tipos de deportes de aventura, entre ellos el rafting, el kayak, bici de montaña, caminatas por selva, rappel, canyoning, cannopy, entre las más importantes.

El río Quijos es uno de los atractivos más grandes para realizar rafting, uno de los deportes de aventura más concurridos en esta zona, este río proviene de los deshielos del Antisana, ya que una parte de la reserva Ecológica Antisana pertenece a dicha provincia.

2.1.14. Análisis FODA

2.1.14.1. Análisis Interno de la Provincia de Napo

Fortalezas	Descripción
• Apoyo gubernamental.	El gobierno Ecuatoriano actualmente se encuentra invirtiendo grandes cantidades de dinero para el desarrollo del Turismo en el país.
• Necesidad de fuentes de trabajo.	Según el último censo realizado la tasa de desempleo es alta en Ecuador.
• Crecimiento turístico.	La Provincia de Napo ha experimentado un crecimiento en el sector turístico amplio; existen más empresas de varios tipos enfocados al turismo.
• Tendencia a nuevas actividades.	Los deportes de aventura se encuentran en auge y son muy aceptados por la población en general.
• Grandes recursos naturales.	Como se explica en el capítulo II la provincia de Napo, gracias a su zona geográfica consta con atributos naturales únicos.
Debilidades	Descripción
• Equipamiento en un estado regular.	La Provincia consta con pocos establecimientos con equipo adecuado para el desarrollo de buenas prácticas dentro de los deportes de aventura.
• Falta de capacitación.	No existe capacitación adecuada, ni constante para el manejo de los deportes de aventura.
• Falta de promoción y publicidad.	No existe una manera adecuada de promocionar la provincia.

2.1.14.2. Análisis Externo de la Provincia de Napo

Oportunidades	Descripción
Regulaciones a favor del proyecto.	Regulaciones del Gobierno enfocado al crecimiento turístico.
Baja competencia.	Existen pocas empresas dedicadas a realizar deportes de aventura.
Competencias internacionales.	Mundialmente se realizan muchas competencias las cuales promocionan los deportes de aventura.
Nuevas tendencias turísticas.	El turismo actualmente presenta la tendencia a realizar deportes de aventura.
Amenazas	Descripción
Variabilidad de ingresos.	Los ingresos económicos del turismo no siempre son constantes en la actualidad, depende de muchos factores que afectan lo que los consumidores piensan sobre la tendencia de deportes de aventura.
Temor a la inseguridad.	Delincuencia
La sociedad no se encuentra adecuadamente familiarizada con los deportes de aventura.	Falta de promoción, publicidad y demostraciones de buenas prácticas y servicio de calidad para poder llegar al consumidor.

El principal regulador de la propuesta de modelo de gestión es el factor gubernamental, ya que si el apoyo es real el proyecto será satisfactorio, se podría realizar las actividades de una forma ordenada y regulada.

El factor económico, es fundamental ya que si es variable o inestable se producirá un cambio fuerte en nuestro análisis, ya que no habrá poder adquisitivo y esto influirá en nuestras estrategias.

La baja competencia que tienen los deportes de aventura, es un factor muy importante en nuestro análisis, ya que las nuevas tendencias turísticas impulsarán a que existan nuevas competencias para las ya establecidas empresas, generando empleo.

Capítulo III

3. Investigación de Mercados

3.1. Objetivo General de la Investigación de Mercado

Realizar un estudio de mercado, que permita analizar situacionalmente como se encuentran los deportes de aventura en la provincia de Napo, para el año 2014.

3.1.1. Objetivos específicos de la investigación de Mercado

- Identificar, cuál es la competencia que tiene la provincia de Napo, en los deportes de aventura.
- Analizar los hábitos de consumo de turismo, de los de los potenciales clientes de deportes de aventura.
- Identificar inductores y restrictores de compra de los deportes de aventura en la provincia de Napo.
- Analizar los términos de compra de los paquetes de deportes de aventura y qué exigen sobre el servicio.
- Saber la frecuencia de compra que tiene y podrán tener los deportes de aventura en la provincia de Napo.
- Analizar la importancia del posicionamiento de los deportes de aventura, en la mente del consumidor y del operador.

Descripción del Producto o Servicio

3.1.2. Rafting

Es un deporte de aventura que se lo desarrolla en ríos de aguas rápidas, por lo tanto es un deporte de agua. El desarrollo es sobre un bote neumático, a favor de la corriente recorriendo varios kilómetros durante la actividad.

La tripulación del bote, debe estar compuesta por un mínimo de 3 personas y un máximo de 7 u 8 dependiendo el tipo de bote. Esta actividad, está enfocada en la fuerza muscular, rápidos reflejos y equilibrio.

Es un deporte, que no es apto para personas con problemas de salud y niños pequeños, es muy importante saber nadar. Los ríos en este deporte de aventura se clasifican de 1 a 6 según su dificultad.

Para el rafting se necesita:

- Bote inflable de caucho de alta resistencia.
- Remos.
- Chalecos salvavidas.
- Casco
- Calzado
- Accesorios personales de participantes(gafas, bloqueador)
- Guía capacitado en rescate y primeros auxilios.

Donde se lo desarrolla:

- Río Jatunyacu
- Río Quijos

Los ríos Quijos y Jatunyaku, ubicados en la provincia amazónica del Napo, se convierten en un importante atractivo turístico, gracias a sus aguas de corriente fuerte que permiten realizar varios deportes de aventura como la práctica del rafting. Las blancas aguas del río Quijos ofrecen una aventura inigualable a los más intrépidos turistas que se atreven a probar su pericia en rápido cause. La práctica de rafting en este río tiene una destacada participación a nivel internacional por su categorización "cuatro plus".

El río Jatunyaku, considerado por expertos como el mejor río para hacer rafting en Ecuador, se caracteriza por poseer una corriente perfecta que permite realizar este deporte a cualquier nivel. Además, guarda en su recorrido increíble riqueza natural y de una biodiversidad única en el mundo.

Con un sinfín de atractivos naturales, Napo brinda un abanico de oportunidades para el desarrollo del turismo de aventura.⁷⁵

3.1.3. Kayak

La palabra Kayak, viene de origen esquimal, significa bote de hombre.

⁷⁵ <http://www.amalavida.tv/novedades/rafting-en-napo>

Es un deporte de aventura que se lo desarrolla en ríos de aguas rápidas, por esta razón se lo considera un deporte de agua. Su desarrollo es sobre un kayak, que va en descenso a favor de la corriente por un río de aguas rápidas. Su tripulación consta de una persona máximo de dos dependiendo el tipo de kayak.

Es un deporte, que no es apto para personas con problemas de salud y niños pequeños, es muy importante saber nadar. Los ríos en este deporte de aventura se clasifican de 1 a 6 según su dificultad.

Para el Kayak se necesita:

- Kayak.
- Remos.
- Chalecos salvavidas.
- Casco
- Calzado
- Accesorios personales de participantes(gafas, bloqueador)
- Guía capacitado en rescate y primeros auxilios.

Donde se lo desarrolla:

- Río Jatunyacu
- Río Quijos

3.1.4. Ciclismo de Montaña

El ciclismo de aventura, consta en recorrer de un punto específico a otro demarcado por la persona que realiza la ruta, este puede ser en el páramo, chaquiñanes, rutas rurales y el downhill el cual está tomando mucha fuerza en el Ecuador.

Los recorridos, en su mayoría son agrestes lo cual hace que el participante vea la diversidad natural de flora y fauna que tiene la ruta.

Se forma equipos o grupos, para que haya un desarrollo seguro de la ruta ya que es muy fácil perderse y por eso es necesario un guía o una persona que sepa de navegación.

No hay restricción en las edades, ya que solo es necesario que se sepa montar bicicleta.

En Ecuador, se están realizando competencias de las cuales el ciclismo de aventura es parte fundamental y el de mayor kilometraje en el recorrido, haciendo que esta nueva tendencia tome fuerza competitiva.

Para el ciclismo de montaña se necesita:

- Bicicleta
- Casco
- Zapatos adecuados
- Guía

Donde se lo desarrolla:

- Paramos
- Selva
- Rutas rurales
- Chaquiñanes

3.1.5. Trekking

El trekking es una actividad que se desarrolla para la observación de la flora y fauna, ya que son caminatas por distintos lugares agrestes, dependiendo de dónde se lo desarrolla ya que este puede ser practicado en cualquier parte tomando las debidas precauciones.

Los guías de esta actividad tienen que estar muy capacitados ya que es muy fácil perderse en los lugares donde se lo practica.

En esta actividad no hay restricciones de edad, cualquier persona la puede practicar, la única restricción es que la persona presente ninguna incapacidad física que lo limite.

Para el trekking se necesita:

- Zapatos cómodos
- Ropa impermeable
- Bastones para trekking
- Guía especializado en conocer el territorio.

Donde se lo desarrolla:

- Rutas especiales para trekking
- Paramos
- Selva
- Chaquiñanes
- Senderos.

Segmentación

La investigación va dirigida a individuos de edades que están en un rango entre los 18 y los 60 años de edad, de nivel socio económico medio alto y alto, económicamente activos, que se encuentran en los barrios más importantes en el norte y centro norte de la ciudad de Quito.

Fuentes Secundarias de la Investigación

La información secundaria que se describe en el capítulo II, se utilizó en la presente investigación para recolectar información importante sobre la política, la economía, las normas legales, temas socio-culturales y temas de tecnología en Ecuador; como se encuentra el sector turístico tradicional y de aventura de la provincia de Napo y se recolectó información relevante de países referentes en el mundo.

Se obtuvo la información de las siguientes fuentes, BCE (Banco Central del Ecuador), Ministerios de Turismo del Ecuador, INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo), Ecuador Ama la Vida (Presidencia de la República del Ecuador), Manual de Deportes de Aventura (Ministerio de Turismo), Diario El Universo, Dirección Nacional de Migración, Hexagon Consultores, Agencia Pública de Noticias de Ecuador Y Sudamérica (ANDES), Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, Plan Nacional Del Buen Vivir, Diario El Comercio, Diario el Hoy, Diario Ecuador Inmediato.

Entrevistas a Profundidad (Expertos)

La investigación se ejecutará en la ciudad de Quito en el mes de febrero del año 2014 a expertos universitarios, funcionarios públicos y privados relacionados con el sector turístico.

En la rama universitaria se entrevistó a docentes de la UIDE (Universidad Internacional del Ecuador), en la pública a funcionarios públicos del Ministerio de Turismo ubicado en la ciudad de Quito, y en la privada a dueños y operadores de turismo de la provincia de Napo.

Se utilizó metodologías cualitativas para recolectar la información primaria necesaria sobre los deportes de aventura al ser incorporados en el turismo tradicional, de esta manera se obtuvo información acertada sobre todo lo relacionado con dicho servicio.

Las entrevistas se realizaron a los siguientes expertos:

a) Expertos sector Privado:

Eva Rodríguez, Grado en Turismo en la Universidad Rey Juan Carlos de la ciudad de Madrid – España y Máster en Turismo, Gestión de Proyectos y Marketing en “Universited’ Avignon et des País de Vaucluse” Francia; Coordinador de la escuela de Turismo y Medio Ambiente de la Universidad Internacional del Ecuador.

Carlos Roldán, Licenciado en Administración Turística y Hotelera en la Universidad SEK de Quito y MBA (Máster en Administración de Negocios); Coordinador de la Escuela de Hotelería de la Universidad Internacional del Ecuador.

b) Expertos del sector público

Santiago Miño: Asesor del Ministro de Turismo (No se puede publicar mayor información)

c) Expertos del sector privado

Andrés Charpentier S, Ingeniero Comercial; Propietario de “CaveMan” operadora de deportes de aventura, ubicado en la ciudad del Tena, provincia de Napo.

Los cuestionarios de preguntas que se utilizaron se los puede encontrar desde el anexo 1 hasta el anexo 5.

Cliente Fantasma

La función del cliente fantasma fue, mediante preguntas analizar cómo se encontraban los distintos establecimientos que realizan deportes de aventura en la provincia de Napo, empezando desde su lugar físico de atención al cliente, precios, atención, información recibida y lugares de operación de los deportes de aventura.

El cliente fantasma se utilizó para recolectar información en tiempo real, de la situación de las agencias y operadoras turísticas, sus fortalezas y debilidades; así mismo se analizarán distintos puntos dentro de la atención al cliente, entre ellos está el conocimiento del mix de marketing que ofrece la operadora o agencia por parte del consumidor, la evidencia física y aspecto, información sobre las seguridades que maneja

dicha agencia u operadora y cuáles son los sitios en los que se opera los distintos deportes de aventura.

Encuestas

Las encuestas se realizaron en la zona norte y centro norte de la Ciudad de Quito, en estos sectores se encuentran los barrios importantes de la ciudad, económicamente son los barrios de nivel socio económico medio alto y alto de Quito, es el target al que la presente investigación se enfocará.

De acuerdo con el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la población de la ciudad de Quito en el año 2010 es de 2'239.191 habitantes, de los cuales 1'619.432 habitantes viven en la zona urbana de la ciudad, además en la zona del norte y centro norte de Quito viven alrededor de 669.908 habitantes los cuales según una encuesta realizada por el INEC(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)en el año 2010 solo el 13,1% corresponden al nivel socio económico alto y medio alto con un 1,9% y 11,2% respectivamente, es decir que solo 87.757,948 habitantes son de dichos nivel socio económicos.

El presente estudio se basó en la cantidad de habitantes de nivel socio económico medio alto y alto para los fines pertinentes y para la obtención de datos reales.

3.1.6. Diseño de la muestra

3.1.6.1. Unidad de Muestreo

Se realizarán las encuestas a jefes de familia, quienes son los que toman la decisión de compra del producto o servicio, en este caso de la realización de los deportes de aventura y a personas entre los 18 y 29 años de edad, económicamente activos.

3.1.7. Método

Para la presente investigación se utilizará un muestreo por cuotas o estratificado probabilístico, la población segmentará en estratos Norte y Centro Norte, de las cuales según su peso en porcentaje se distribuirá el número de encuestas a realizarse.

3.1.8. Tamaño de la muestra

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

N= Población; Se tomará el número de habitantes de niveles socio – económicos medio alto y alto de la zona urbana de Quito norte y centro – norte que corresponde a 669908 personas, de las cuales el 13,1% correspondiente al nivel socio económico alto (1,9%) y medio alto (11,2%) determinado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el año 2010; es decir, se utilizará 87757,948 personas representando a 13.1% del nivel socio – económico al que se enfocará el presente estudio.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (%) = 95% 1.96

p= Variabilidad positiva = 0,5

q= Variabilidad negativa = 0,5

e= Precisión o error = 5 % 0,05

La fórmula utilizada del tamaño de la muestra utiliza los datos descritos anteriormente para poder precisar la cantidad de encuestados y abarcar de esta manera la mayor cantidad posible de información importante.

n=	$\frac{(87758)*((0,5)(0,5))*((1,96)(1,96))}{(104047-1)*((0,05)(0,05))+((0,5)(0,5))*((1,96)(1,96))}$
n=	$\frac{84282,7832}{261,0754}$
n=	322,829 = 323 encuestados

3.1.9. Recolección de Datos

De acuerdo con varias investigaciones de mercado y de los registros catastrales del Distrito Metropolitano de Quito, la mayor concentración del nivel socio económico medio alto y alto, se encuentran asentados en la parte norte y centro norte de la ciudad, se han elegido dichas áreas para realizar la investigación de campo.

Se ubicará a los jefes de familia, serán encuestados en los principales focos de desarrollo de los barrios de los sectores establecidos anteriormente y se elegirá a los encuestados interceptándolos.

Se realizará una encuesta al jefe de familia residente de la zona de influencia, la cual consistirá en una serie de preguntas que han sido elaboradas con el fin de conocer las necesidades de los clientes, la información sobre las empresas especializadas en deportes de aventura, el conocimiento que puedan tener sobre la provincia de Napo, el interés de los mismos por dirigirse a Napo por turismo, conocimiento de si han realizado o no deportes de aventura, el interés de sumar los deportes de aventura a los servicios turísticos, la aceptación del servicio, los precios, los lugares donde les gustaría realizar las actividades y las características que les gustaría que tenga el servicio.

El cuestionario de la encuesta realizada se lo encuentra en el anexo 6.

Resultados de la investigación

3.1.10. Entrevista

De acuerdo con la investigación recolectada al escuchar a los diferentes expertos en el sector turístico y de aventura, los deportes de aventura no se desarrollaron de una manera adecuada en el país, fue de una forma desordenada y de cierta manera anárquica, por lo que existieron muchos accidentes que se hicieron famosos y dejaron una mala impresión del Ecuador dentro y fuera del mismo.⁷⁶

Por esta razón las entidades reguladoras de turismo en el país optaron por realizar las medidas respectivas regularizando de cierta manera los deportes de aventura y otras ramas del turismo, es por esto que se crearon cursos de capacitación, se implementaron manuales de buenas prácticas, regulaciones para agencias, operadoras y guías para obtener seguridad dentro de la actividad turística para los consumidores.

Existen varios restrictores de la compra de paquetes relacionados con los deportes de aventura, estos son la falta de logística, falta de seguridad o percepción de inseguridad, falta de profesionalismo, entre otras, las cuales mediante la participación del Ministerio de Turismo ecuatoriano se está controlando.⁷⁷

Por otro lado los inductores de compra de los paquetes turísticos son muy alentadores, entre ellos están los lugares privilegiados para realizar turismo enfocado a deportes de aventura, entre ellos la provincia de Napo con su capital la ciudad del Tena es uno de los más importantes del país, pero cabe recalcar que existe competencia fuerte y con mejor promoción y publicidad como Mindo en la provincia de Pichincha y Baños en la provincia de Tungurahua.

⁷⁶ Anexo 1, página 115

⁷⁷ Anexo 1, página 116

El servicio al cliente y el conocimiento que los mismos deben tener sobre los productos o servicios, precios de los mismos, el lugar donde se van a desarrollar son de gran importancia, pues el consumidor debe estar enterado de todos los temas para así poder decidir si adquiere o no dicho paquete, por el mismo motivo es importante que las agencias y operadoras sepan diferenciarse de los demás con buenas prácticas en cuanto a temas logísticos, operación, promociones o cualquier medio diferenciador que puedan adoptar.

Según la Master Eva Rodríguez y el MBA Carlos Roldán existen pocas pero muy buenas Agencias operadoras turísticas, las cuales son ejemplos a seguir y muy buenos promocionadores del turismo de aventura, entre ellas se encuentran “Paypawasi Tours” (ubicado en el sector de Cumbaya, uno de los valles pertenecientes al distrito metropolitano de Quito) y “Ruta Cero” (Ubicado en el norte de Quito, en el sector la mariscal) como los referentes actuales.

Con buenas prácticas y mediante el uso adecuado de equipos en buen estado, lugares turísticos apropiados, con responsabilidad y profesionalismo el Ecuador puede salir adelante en cuanto al turismo de aventura, es una potencia muy grande, como menciona el MBA Carlos Roldan, en el año 2014, el país fue escogido como sede del mundial de aventura, ocasión que no se puede desaprovechar para juntar fuerzas entre agencias, operadoras, estudiantes de turismo y medios de comunicación para promocionar al país.

Por otro lado, el Ingeniero Andrés Charpentier, propietario de una operadora de deportes de aventura en la ciudad de Tena en Napo, aporta con la realidad del día a día de los deportes de aventura en la provincia de Napo, si bien es cierto la provincia es privilegiada para el desarrollo de dichas actividades, el Ecuador está “en pañales”, debe desarrollarse mejor si el fin es generar en realidad ingresos económicos por la incorporación de los deportes de aventura al turismo tradicional.⁷⁸

Los precios de la oferta de los deportes de aventura son muy bajos, debido a que existe un riesgo alto, por lo que los guías deben prepararse adecuadamente y especializarse, el problema es que no existen acuerdos entre la parte pública y la privada, por lo que existe competencia desleal, los precios bajan y por ende las tarifas de los guías son bajas, lo que desmotiva a muchas personas a trabajar en este sector.

Para poder desarrollar el sector deben haber regulaciones, como las que ya existen, pero lo importante es que exista el ente de control, ya que dichas normas o leyes no son cumplidas en ninguna medida, es por este tema que la desorganización sigue creciendo, la inseguridad también y solo sobreviven pocas agencias que han logrado abrirse paso y crecer continuamente.

⁷⁸ Anexo 2, página 120

3.1.11. Cliente Fantasma

De acuerdo a la utilización de esta técnica realizada en las agencias y operadoras, “Amazon Adventure River”, “Caveman”, “Aqua Extreme” y “RiverPeople” ubicadas en la ciudad del Tena, capital de la provincia de Napo, se pudo observar que la atención al cliente en ciertas agencias es buena y en otras en realidad es deficiente, no existe una cultura de atención ni de servicio, si bien es cierto en operadoras como “Caveman” la atención es buena, el consumidor cumple con sus expectativas pero no llega a niveles más altos, para poder sorprenderlos.

En cuanto al conocimiento por parte de los consumidores del mix de marketing, (Precio, Producto, Plaza y Promoción), todas las agencias que se sometieron al cliente fantasma dieron la información necesaria para que los potenciales clientes obtengan la mayor cantidad de información, pero no todas tienen dentro del mix una buena promoción de sus productos o servicios, posiblemente por falta de inversión de la misma agencia.

El lugar de atención de las cuatro distintas operadoras es medianamente bueno, es decir que la mayoría tienen un aspecto bueno pero básico, consta de fotos, un escritorio para la atención y en el mejor de los casos una pequeña sala, por fuera existe el nombre de la agencia y poca información sobre lo que se ofrece.

Los lugares en donde dichas agencias operan son los ríos Jatumyacu, Limoncocha, Ahuano, Hollín y Jondachi, para los deportes de aguas rápidas como son el rafting y el kayak, además para el trekking utilizan senderos selváticos alrededor de la ciudad del Tena, y para la bicicleta de montaña existen senderos que inician en la ciudad y duran alrededor de dos a tres horas por lugares cercanos como Puerto Misahualli, o las vías hacia las haciendas del sector.

La operadora “Caveman” maneja un sistema de seguridad bastante apropiado y bueno para los deportes que son parte de sus paquetes, tienen guías especializados, realizan cursos de rescate en aguas rápidas constantemente, tienen cursos de primeros auxilios avanzados en áreas rupestres, y realizan simulacros constantes dentro de sus instalaciones. Esto no ocurre con todas las operadoras, algunas tienen buenas prácticas como las que realiza “Caveman”, lo cual es bueno y se encuentran en proceso de crecimiento del tema.

La técnica del cliente fantasma aportó al presente estudio con un panorama real de lo que ocurre en la provincia de Napo, en cuanto al uso de los deportes de aventura (rafting, kayak, Bicicleta de montaña y trekking) para potenciar el turismo.

Se pudo observar que no todas las agencias u operadoras constan con las mejores prácticas para el manejo de actividades riesgosas, el servicio al cliente no es óptimo, es decir que puede mejorar en muchos aspectos para generar mejor impacto a los consumidores, el lugar de trabajo es aceptable pero no llama la atención ni sorprende a los potenciales clientes.

Para poder mejorar el sistema actual y real de las operadoras y agencias turística en la provincia de Napo se necesita inversión privada y por parte del Estado, para poder potenciar a los deportes de aventura; dicha inversión privada debe ser dirigida al mejoramiento de los lugares físicos en donde se desenvuelven las operadoras y realizan el primer contacto con el consumidor, capacitación y promoción de sus productos.

Por otro lado la inversión por parte del Estado debería enfocarse a la publicidad en medios de comunicación, mejoramiento de infraestructura de la ciudad, para que visualmente sea más agradable y acoja mayor cantidad de personas.

3.1.12. Encuesta

Preguntas de información.

Edad: Entre los 18 y 60 años

Género: Masculino (Jefes de Hogar), Femenino y Masculino, entre los 18 y 29 años de edad, económicamente activos.

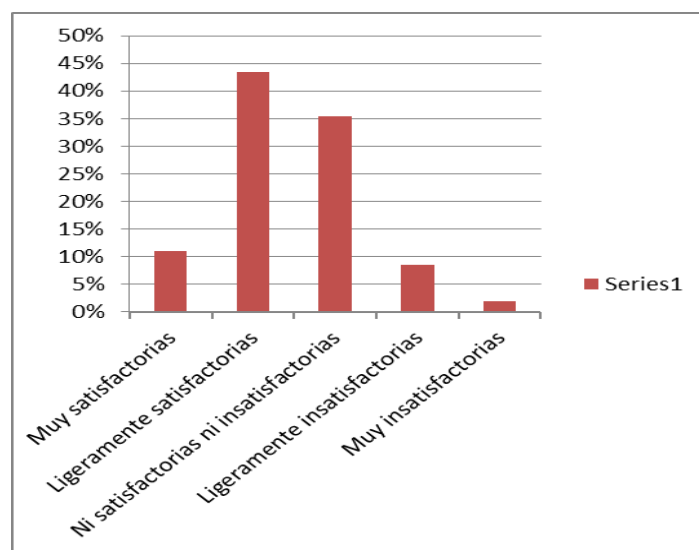
Nivel socioeconómico: Medio Alto y Alto

Tabla No. 5 Pregunta 1 encuesta

¿Qué Opina usted de las empresas de turismo en Ecuador?	
Muy satisfactorias	11%
Ligeramente satisfactorias	43,5%
Ni satisfactorias ni insatisfactorias	35,5%
Ligeramente insatisfactorias	8,5%
Muy insatisfactorias	2%

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo 20 Enero 2014

Gráfico No. 4 Pregunta 1 encuesta

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 Enero 2014

El gráfico explica claramente cuál es el grado de satisfacción que los encuestados tienen con respecto a la forma de manejar las empresas de turismo dentro del país.

El resultado demuestra en un 43,5% que en general las empresas de turismo son ligeramente satisfactorias, además con un porcentaje del 35,5% que no es mucho más bajo, la estadística revela que las mismas son mediocres, como se expresa en el gráfico “ni satisfactorias ni insatisfactorias”.

Por este tema es necesario hacer un cambio importante en el manejo de las empresas turísticas, ya sea interno o externo. Presentamos una alternativa mejorando los paquetes turísticos al incorporar los deportes de aventura al turismo tradicional dentro del mismo.

El 15% de los encuestados da una información buena de las empresas de turismo tradicionales, es decir su respuesta es muy satisfactoria con respecto a su experiencia al vacacionar utilizando sus servicios turísticos, esto nos da a entender que no todas las empresas son malas y si existe un buen manejo del turismo en un 11%, también esto nos da a entender que es un porcentaje muy bajo y poco aceptable para un país como Ecuador con un gran potencial turístico.

Sin embargo el manejo de las empresas tampoco ha sido pésimo o de la peor calidad ya que solo el 2% ha generado respuestas negativas, esto se da porque hay un gran interés por mejorar los servicios turísticos y cada vez progresar más.

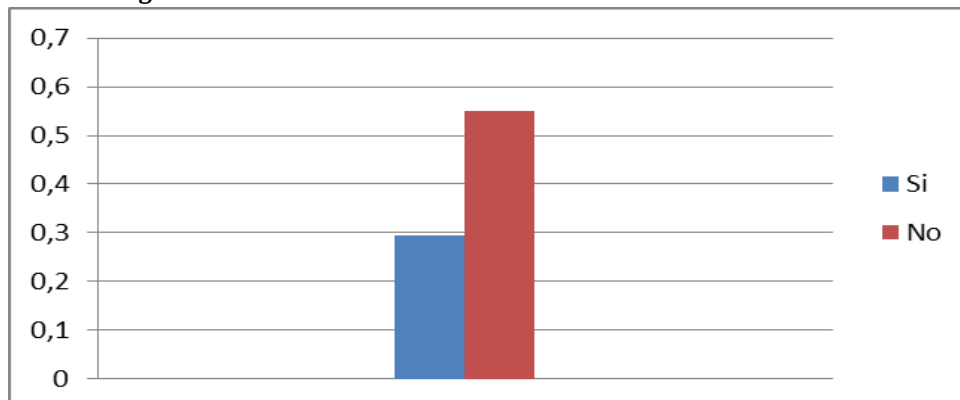
Tabla No. 6 Pregunta 2 encuesta

¿Ha estado por turismo en la provincia de Napo?	
Si	29,5%
No	55%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Gráfico No. 5. Pregunta 2 encuesta



Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Se obtuvo un resultado de un 55% de los encuestados no conoce la provincia, tomando en cuenta que está a no más de 3 horas en automóvil de la Capital “Quito” y a 4 horas de la ciudad de Ambato, que es otra ciudad importante del país. Esto ocurre por varios factores, la primera es que no existe una promoción adecuada de la provincia por parte de las mismas empresas y del gobierno; segundo, porque no se sabe el estado en el cual se encuentra dicha provincia, es decir en cuanto a vías de acceso e infraestructura; la provincia con su capital “Tena” ha crecido muchísimo y es apta para recibir a grandes flujos de gente.

Por otro lado, los encuestados que respondieron positivamente a la pregunta, es decir que si conocen la provincia suman un 29,5%, que no es un porcentaje bajo, pero que podría crecer, ya que la provincia tiene un gran potencial en cuanto a atractivos turísticos y varias propuestas de deportes de aventura, entre estos los más importantes y concurridos son el rafting, el kayak y el ciclismo de montaña, esto es un impulsador importante para incorporar los mismos al turismo tradicional.

Tabla No. 7 Pregunta 3 encuesta

Los servicios Turísticos en la Provincia de Napo son:	
Precios	
Altos	7,05%
Regulares	85,70%
Bajos	7,20%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Gráfico No. 6 Pregunta 3 encuesta

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Tomando en cuenta a las personas que si conocen la provincia de Napo, se hizo un análisis de cómo perciben los mismos el trato y otros aspectos importantes dentro del turismo y las empresas que lo manejan.

Los resultados reflejan que el 85,37% de las personas piensan que los precios son regulares, es decir ni bajos ni altos, esto es una respuesta muy alentadora y a la vez preocupante, ya que si bien es cierto si los precios son regulares y el turismo no se siente explotado y volverá en una ocasión futura.

Por otra parte es preocupante ya que los lugares que existen en esta provincia son únicos y aptos para muchísimos tipos de actividades, sean estos deportes o actividades tradicionales o deportes de aventura, por lo que se debería valorizar todo el contexto en el que el turismo se mueve en Napo, o estandarizar precios y regular permisos, certificados, cursos y mejoras de los que manejan los servicios turísticos, y de sus guías, instructores, entre otros.

Tabla No. 8 Pregunta 3 encuesta

Los servicios Turísticos en la provincia de Napo son:	
Atención al Cliente	
Buena	28,55%
Regular	48,67%
Mala	29,85%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Gráfico No. 7 Pregunta 3 encuesta



Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Tomando en cuenta el aspecto del servicio al cliente que se maneja por parte de las distintas empresas, operadoras turísticas, hoteles y transporte, resulta que el 28,55% piensa que es buena en una escala de “buena, regular y mala”. Este resultado positivo de los encuestados que conocen la provincia revela que cada vez más mejora el servicio que se está brindando, pero si bien es cierto si la proyección es llegar a ser una potencia turística no basta que el lugar este en óptimas condiciones y sea único, sino que el cliente se vaya con una imagen excelente del país, del servicio y del manejo de las actividades turísticas.

Por otro lado el 48,67% tiene una percepción de que el servicio al cliente es regular, es un porcentaje bastante alto y son consumidores que se pueden perder, eso no sería bueno para la provincia porque si bien es cierto la utilidad de un negocio sea cual sea el giro del mismo, está en la recompra, por lo que perder un 48,67% de los potenciales compradores del producto o servicio afectaría de sobremanera.

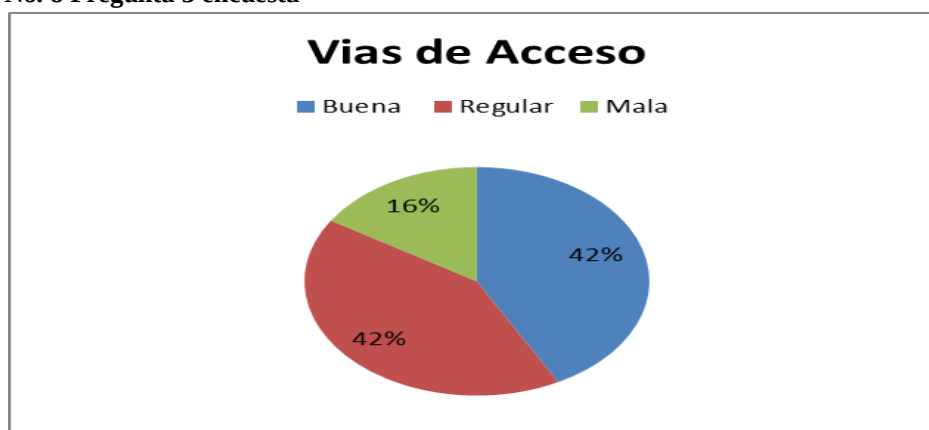
Tabla No. 9 Pregunta 3 encuesta

Los servicios Turísticos en la Provincia de Napo son:	
Accesibilidad	
Buena	42,12%
Regular	41,67%
Mala	16,04%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Gráfico No. 8 Pregunta 3 encuesta



Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 20 enero 2014

Como se explicó un poco en la pregunta anterior, la gente no va a la provincia de Napo porque no conoce su estado, carreteras, infraestructura y otros, por lo que hemos realizado una medición de lo importante que son las vías de acceso, tomando en cuenta también los encuestados que si conocen Napo, hay un 42,12% que revelan una información positiva en cuanto a la existencia de buenas vías y accesibilidad a las diferentes ciudades de la provincia de Napo.

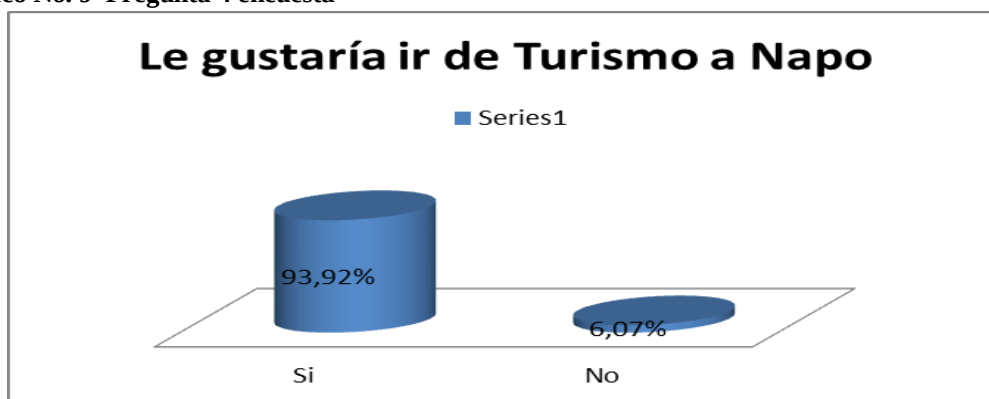
También existe un porcentaje alto que dicen que la accesibilidad es regular, esta asciende a 41,67%, es también un porcentaje que hay que tomar en cuenta porque es importante, pero también hay que tomar en cuenta que las vías de acceso continúan en construcción y no será en más de un año que las mismas estarán terminadas, pues la obra en carreteras por parte del gobierno ha sido exitosas en los últimos años.

Tabla No. 10 Pregunta 4 encuesta

¿Le gustaría ir de Turismo a la provincia de Napo?	
Si	93,92%
No	6,07%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

Grafico No. 9 Pregunta 4 encuesta

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

Analizando los gustos y preferencias de los encuestados, tomando en cuenta que en la pregunta dos de la encuesta el 55% de la gente respondió negativamente, es decir que no conocen la provincia de Napo.

La pregunta cuatro de la encuesta nos arroja un 93,92% de aceptación de que los consumidores les gustaría ir de turismo a Napo, es decir, del 55% que no conocen este lugar y sus alternativas turísticas están dispuestas a ir y el 29,5% de personas que si conocen están dispuestos a regresar.

El 93,92% es un muy alto porcentaje de aceptabilidad a la tendencia turística, por otro lado el 6,07% no está dispuesto a ir, esto puede ser por falta de información o malas experiencias anteriores, en fin al enfocarnos en un resultado positivo y alto podemos afirmar tentativamente que esta provincia tiene un muy buen potencial y tendencia al crecimiento.

Sabiendo esta tendencia, se puede deducir que lo que falta es un buen manejo de la información turística en el sector, como además cuales son las alternativas comunes y las nuevas que se puede practicar, de esta manera la gente interesada podrá acceder e inclinarse por la visita a los diferentes cantones de Napo.

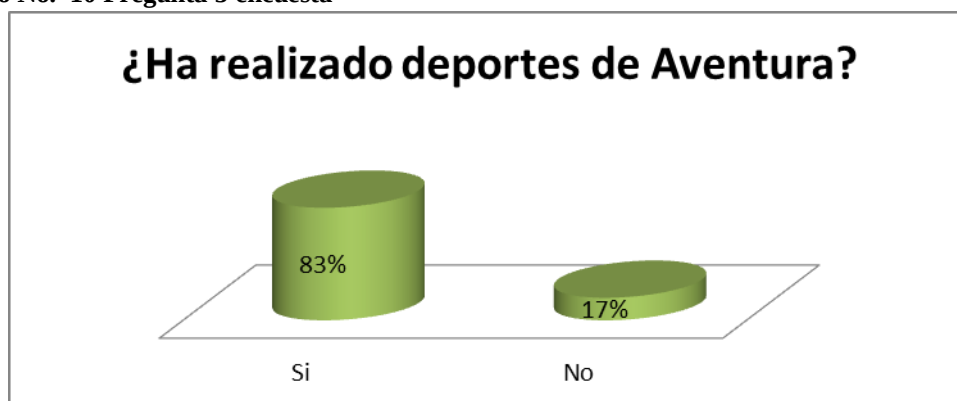
Tabla No. 11 Pregunta 5 encuesta

¿Ha realizado deportes de Aventura?	
Si	83,31%
No	16,68%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

Gráfico No. 10 Pregunta 5 encuesta



Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

Se analizó si la gente ha realizado deportes de aventura, ya que la propuesta es incorporar los mismos a los paquetes turísticos tradicionales.

El resultado fue positivo con un 83,31% de aceptación, la tendencia de realizar deportes de aventura se esta volviendo muy popular sin discriminar la edad de los participantes.

Tan solo un 16,68% de los encuestados respondieron que no han realizado estos deportes, dentro de esta alternativa existen dos posibilidades, tener un 16,68% de potenciales clientes, ya que las actividades que involucran ciertos tipos de riesgos, aunque estos sean controlados, llaman la atención; o no enfocarse en este grupo porque posiblemente sus gustos y preferencia sean otros.

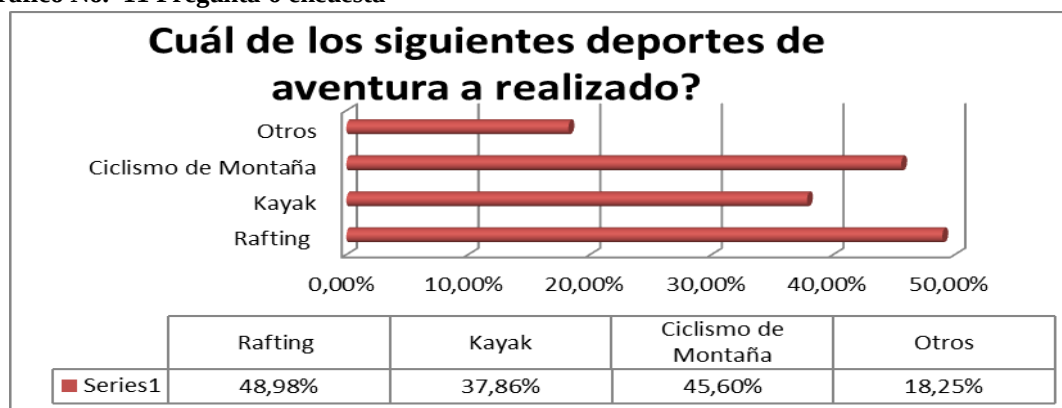
Tabla No. 12 Pregunta 6 encuesta

¿Cuál de los siguientes deportes de aventura ha realizado?	
Rafting	48,98%
Kayak	37,86%
Ciclismo de Montaña	45,60%
Otros	18,25%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

Gráfico No. 11 Pregunta 6 encuesta



Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

El rafting (descenso de ríos en botes inflables) con un 48,98% es el deporte que más se practica dentro de los deportes de aventura.

Entre los demás deportes propuestos el porcentaje de personas que los han realizado están entre el 18% y el 45% que no son porcentajes bajos, sino que dan a entender que existe una tendencia por realizar varios tipos de deportes en un mismo lugar.

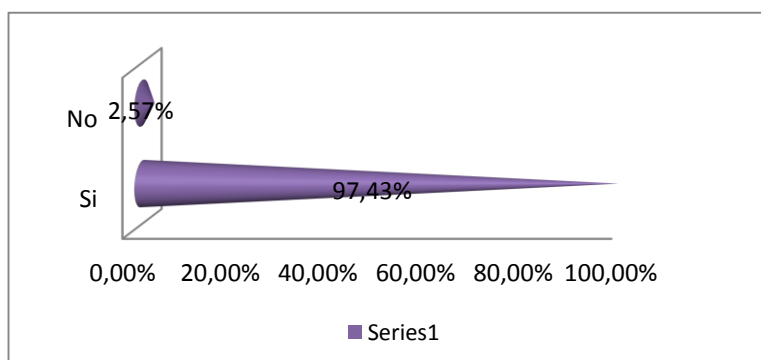
Además tomando en cuenta el alto porcentaje de realización de las otras alternativas como son el ciclismo, la escalada, el montañismo, el kayak y el rappel podemos demostrar el interés de los consumidores por realizar deportes de aventura, los cuales ya se brindan dentro de determinados paquetes en ciertas agencias de turismo.

Tabla No.13 Pregunta 7 encuesta

¿Le gustaría que las operadoras turísticas acoplen los deportes de aventura a sus servicios turísticos?	
Si	97,43%
No	2,57%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

Grafico No. 12 Pregunta 7 encuesta

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 24 enero 2014

Recordando preguntas anteriores, existen porcentajes altos de personas que desean ir de vacaciones a la provincia de Napo, seguido de altos porcentajes de gente que realiza o ha realizado deportes de aventura, pero también existen porcentajes como un 16,68% de las personas que no han realizado deportes de aventura y un 55% que no conocen la provincia, además de un 94,95% de persona que si desean ir a Napo a realizar deportes de aventura.

Pues en la siguiente pregunta basada en “si le gustaría a la gente que las operadoras u empresas turísticas incorporen esta nueva tendencia, a los servicios turísticos tradicionales” dio como resultado un 97,43% de aceptación.

Este alto porcentaje da una buena perspectiva de la potencialidad que tiene dicho sector para crecer y desarrollarse mediante el turismo y los deportes de aventura, utilizando buenos métodos de mejora en cuanto al servicio al cliente, estandarizando precios, capacitando a las personas involucradas en el negocio, certificando a la empresa bajo estándares de funcionamiento internacional, promocionando las empresas, operadoras y mejorando la infraestructura y estética del lugar que es uno de las 7P's del Marketing “Evidencia Física”, se puede potenciar el crecimiento de la provincia.

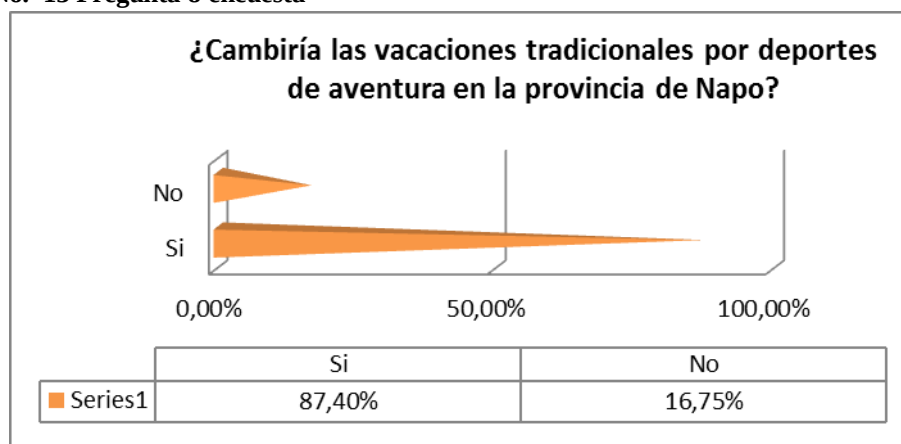
Tabla No. 14 Pregunta 8 encuesta

¿Cambiaría las vacaciones tradicionales por realizar deportes de aventura?	
Si	87,40%
No	16,75%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 26 enero 2014

Gráfico No. 13 Pregunta 8 encuesta



Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 26 enero 2014

Con referencia en el gráfico, un 87,40% de personas están dispuestas a cambiar sus vacaciones tradicionales por ir de turismo y realizar algún tipo de deporte de aventura en la provincia de Napo, esto es muy alentador, ya que los deportes de aventura le están dando una imagen positiva a la provincia.

El 16,75% no está dispuesto a cambiar sus vacaciones tradicionales, lo cual no afectaría a la potencialidad de Napo, ya que manejar un 87,40% ya es una masa grande y difícil de manejar, la cual requiere varios esfuerzos en inversión por parte de las empresas y del gobierno.

Al analizar estas primeras ocho preguntas notamos que la aceptación y el interés por parte de los potenciales clientes o encuestados en este caso, siempre supera por lo menos el 80%, por esto podemos deducir al momento, que incorporar los deportes de aventura a los paquetes de turismo tradicionales generará muchos ingresos y beneficios a las personas y empresas que desenvuelvan sus actividades en cualquiera de los cantones de Napo.

Por otro lado podemos deducir también que existe una potencialidad enorme en el sector, pero lo que no existe son medios de control para el buen manejo del turismo tradicional y de aventura.

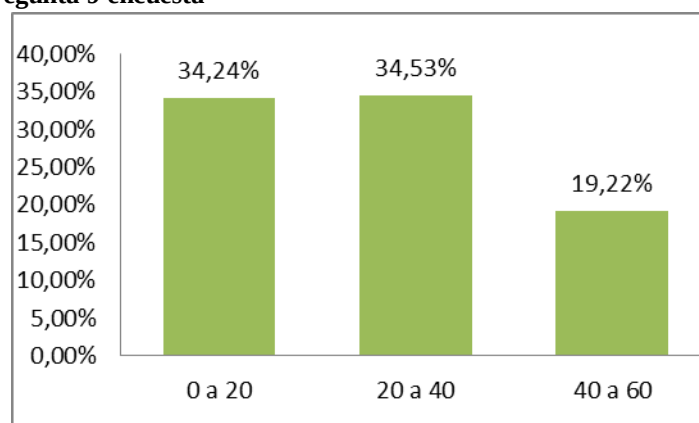
Tabla No. 15 Pregunta 9 encuesta

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar deportes de aventura como parte del paquete turístico?	
Ciclismo de Montaña	
0 a 20	34,14%
20 a 40	34,5%
40 a 60	19,22%

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 26 enero 2014

Gráfico No. 14 Pregunta 9 encuesta



Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre

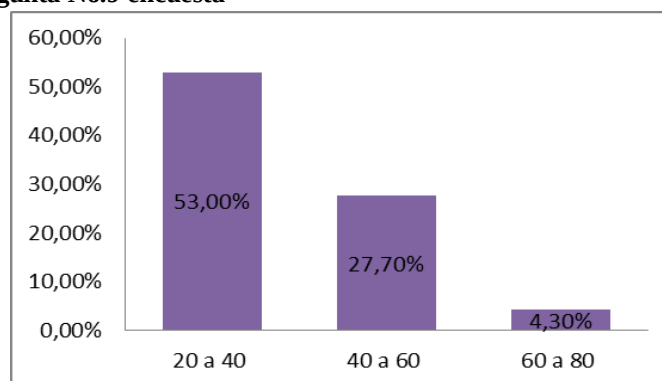
Fuente: Investigación de campo 26 enero 2014

Tabla No. 16 Pregunta No.9 encuesta

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar deportes de aventura como parte del paquete turístico?	
Rafting	
20 a 40	53,00%
40 a 60	27,70%
60 a 80	4,30%

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 28 enero 2014

Gráfico No. 15 Pregunta No.9 encuesta

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo 28 enero 2014

En cuanto a la cantidad de dinero que están dispuestas a pagar las personas que desean realizar estos deportes de aventura incorporados a sus servicios turísticos tradicionales, se oscila entre los 20 a 40 dólares por persona y solo por realizar dicho deporte, no por un paquete completo, esto es un resultado positivo, ya que son precios buenos, que generan ganancia para las empresas y no son exagerados, es decir que los clientes están dispuesto a pagar.

Si este precio se estandariza, y la promoción e inversión por parte del gobierno y las empresas se lo enfoca a un crecimiento conjunto, Napo se potenciará hacia un crecimiento económico grande.

Tabla No. 17 A (Pregunta 1 de la encuesta) vs D (Pregunta 4 dela encuesta)

	Ha ido a Napo	Le gustaría ir	Total
Si	95	302	397
No	177	20	197
Total	272	322	594

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo 15 Abril 2014

Del total de encuestados (322), se realizó una tabla de contingencia comparativa para poder extraer la mejor información sobre las respuestas de los mismos, arrojando resultados alentadores, de un total de respuestas de 594, sobre si los encuestados han ido a la provincia de Napo y si es que es de su interés visitarla, se descubrió que un total de 95 personas han ido a la provincia de Napo y 177 no lo han hecho, pero con un resultado alto , 302 respuestas indican que están interesados en ir a la provincia de Napo por turismo, lo cual es un gran afluente de personas que con la correcta información podrían llegar a dicha provincia.

Tabla No. 18 E (Pregunta 5 de la encuesta) vs G (Pregunta 7 de la encuesta)

	Ha realizado deportes de aventura	Le gustaría que se acoplen a los servicios turísticos	Total
Si	267	321	588
No	54	8	62
Total	321	329	650

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo 15 Abril 2014

Existe un total de 650 respuesta sobre una comparación entre si los encuestados han realizado deportes de aventura y si les gustaría que los mismos sean acoplados a los servicios turísticos tradicionales, con un resultado alto de 267 respuestas, los encuestados si han realizado deportes de aventura, eso quiere decir que conocen el funcionamiento del mismo y están familiarizados con el tema, de la mano de esto están 321 respuestas que aceptan y les gustaría que las operadoras acoplen los deportes de aventura a sus paquetes, es decir que al acoplar dichos deportes a los servicios turísticos podría aumentar la cantidad de consumidores que los adquieran y por ende la afluencia de personas a donde se los operen, para el presente estudio se ha enfocado a la provincia de Napo netamente.

Tabla No. 19 H (Pregunta 8 de la encuesta) vs A (Pregunta 1 de la encuesta)

	Cambiaría vacaciones tradicionales por deportes de aventura	Le gustaría ir de Turismo a la provincia de Napo	Total
Si	281	302	583
No	54	20	74
Total	335	322	657

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo 15 Abril 2014

Tomando en cuenta las tablas anteriormente mencionadas, a los potenciales consumidores les gustaría ir a Napo, realizar deportes de aventura y que las agencias y operadoras turísticas acoplen estos servicios turísticos a sus paquetes tradicionales; la siguiente comparación trata sobre si, además de los descrito anteriormente estarían dispuestos a cambiar totalmente sus vacaciones por realizar deportes de aventura dentro de sus paquetes, comparándola con las 302 respuestas que si quisieran ir de turismo a la

provincia de Napo y con un resultado positivo de 281 respuestas en contra de 54 negativas, los consumidores aceptan y están dispuestas a seguir esta tendencia de los deportes de aventura.

Tabla No. 20 I1 (Pregunta 9 de la encuesta) vs I2 (Pregunta 9 de la encuesta)

		PRECIO			Total
		20-40	40-60	60-80	
# Personas	Rafting	170	89	14	273
	Ciclismo de Montaña	110	111	62	283
	Total	280	200	76	556

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo 15 Abril 2014

Los deportes más practicados por el total de encuestados son el rafting y el ciclismo de montaña, para la provincia de Napo, en cuanto al precio que los potenciales consumidores están dispuesto a pagar oscila entre \$20 a los \$40 dólares con un total de 170 respuestas de 556, y 89 personas piensan que de \$40 a \$60 dólares es aceptable, hablando del rafting y de la misma manera 110 respuestas indican que la disposición para pagar es de \$20 a \$40 dólares y 200 respuestas dicen que es aceptable entre \$40 y \$60 dólares por realizar ciclismo de montaña en Napo.

Conclusiones de la investigación

- El turismo de aventura tuvo una gran aceptación en cuanto a ser incluido dentro de los paquetes turísticos tradicionales, con un 97,43% de aceptabilidad se entiende que la cantidad de personas (Consumidores) que desean realizar dichas actividades es realmente alta, por lo que podría ser factible invertir en el sector turístico de aventura.
- Con un 87,40% de aceptabilidad los potenciales clientes cambiarían sus actividades de turismo tradicional por ir a realizar deportes de aventura en alguna parte del país, es un porcentaje bastante alto que hay que tomar en cuenta para el aumento de clientela en los sectores turísticos, si los mismos son bien manejados.
- Debido a que los deportes de aventura están en crecimiento permanente, existió una aceptabilidad alta por parte de los potenciales clientes para realizar distintos deportes de aventura, entre los más aceptado se encuentran el ciclismo de montaña, el rafting, el kayaking y el senderismo.

- En cuanto al precio que los consumidores están dispuestos a pagar, la cantidad oscila entre los 20 y los 40 dólares por realizar un deporte de aventura dentro de su paquete tradicional turístico, y hasta los 60 dólares en varios deportes de aventura como el rafting y el kayak si el paquete contiene ríos de mayor riesgo.
- Alrededor de 56% del total de encuestados, han estado en alguna ocasión en la provincia de Napo y por el contrario el 45% no conocen la provincia, es un porcentaje bastante alto de cantidad de potenciales clientes a los que se debería enfocar los esfuerzos publicitarios. Por otro lado el 56% de encuestados que si conocen la provincia son un segmento importante, ya que conocen los privilegios de realizar actividades de cualquier tipo en Napo.
- Una cifra alentadora es que el 94,95% del total de encuestados acepto que si iría a la provincia de Napo por turismo, es decir que existe una aceptación importante por parte de los consumidores, si los esfuerzos se encuentran bien enfocados, es posible generar un crecimiento alto en los ingresos por turismo y turismo de aventura en la provincia.
- Tomando en cuenta que según los expertos encuestados, los deportes de aventura están recién empezando a crecer, no se encuentran bien manejados y posiblemente se corra riesgos innecesarios por el mismo tema, pero el potencial es bastante alto, el manejo es posible y las capacitaciones y buenas prácticas ya existen alrededor del mundo.
- Si los paquetes turísticos son creados adecuadamente y con varias alternativas para poder atacar a todos los segmentos implicados en los deportes de aventura, el crecimiento podría ser bastante grande e importante, siempre y cuando se brinde la seriedad, seguridad, excelencia servicio al cliente y utilización de las mejores prácticas que ya existen en el mercado mundial.
- Existe una demanda insatisfecha de los deportes de aventura en porcentajes que superan el 90%, debido a que no existen buenas prácticas por parte de las operadoras y agencias existentes y por falta de información por parte del sector público y de la inversión privada.

Capítulo IV

4. Modelo de Gestión

4.1. Creación de una agencia de turismo de Aventura ideal

4.1.1. Misión

Brindar el mejor servicio en el área de turismo de aventura, mediante el conocimiento distinguido de la provincia de Napo. Mediante el uso del mejor material técnico para garantizar la seguridad y diversión de nuestros clientes.

4.1.2. Visión

Convertirnos en la mejor empresa en la prestación de servicios de deportes de aventura, tanto para los clientes nacionales como internacionales, en la provincia de Napo para el año 2016

4.1.3. Objetivos

4.1.3.1. Objetivo General

Promover el desarrollo de la empresa “Deporte Aventura”, a través de estrategias de mercado y competitividad empresarial, acorde a las leyes que dicta la entidad reguladora y brindar servicios de calidad con seguridad, dentro de la provincia de Napo.

4.1.3.2. Objetivos específicos

- Generar nuevos paquetes completos, para atraer la atención de los potenciales clientes.
- Promover servicios de deportes de aventura, que cumplan con las expectativas del cliente y las normativas reguladoras.
- Generar conciencia en el manejo de los deportes de aventura, para que el desarrollo de estos, genere un cambio en la mentalidad del cliente.

4.1.4. Nombre de la Agencia

El nombre de la agencia es “Corporación Nuevaventura Cía. Ltda”, este nombre se escogió porque va de acuerdo a lo que se ofrece y es ideal para una empresa de este tipo.

4.1.5. Marca

La marca de la empresa es “Deporte Aventura”.

4.1.6. Logo



4.1.7. Slogan

“VIDA AL EXTREMO”

4.1.8. Organigrama



Alianzas Estratégicas

A través de contratos se realizarán alianzas estratégicas con distintas empresas, que se dediquen a realizar actividades que se necesitan para poder cumplir con los requerimientos de cada uno de los paquetes turísticos que ofrecerá la agencia Deporte-Aventura.

Entre estos están agencias y operadoras turísticas que constan con la infraestructura, manejo de la logística y los equipos necesarios para poder manejar la operación de las actividades, también se realizará dichas alianzas estratégicas con hoteles para poder manejar el hospedaje de la manera adecuada y con los requerimientos de los paquetes. Con restaurantes para que sean los que se encarguen de la alimentación de los consumidores durante el tiempo que duren los paquetes, si estos incluyen la alimentación.

También con el Ministerio de Turismo en la parte publicitaria y de apoyo mutuo para el crecimiento y desarrollo del turismo de aventura en el Napo y en Ecuador.

4.1.9. Alianzas de operación

Se realizará la operación con dos agencias turísticas que operan en la ciudad del Tena, estas estarán encargadas de todo el proceso de las actividades, sean estas la movilización hacia los lugares donde se vayan a realizar los deportes de aventura, la operación de los mismos y acompañarán a los consumidores a los restaurantes en donde recibirán la alimentación si es el caso o llevarán el box lunch a los lugares donde se alimentarán los consumidores si el paquete lo amerita y recogerán a los consumidores en los hoteles en los que se hospedan si de la misma manera el paquete lo amerita.

Estas operadoras son:

- TorrentDuck
- Caveman

Estas dos operadoras constan con guías especializados en los cuatro deportes de aventura que Deporte-Aventura manejará, guías naturalistas y además los mismos tienen certificaciones en primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA), curso de rescate en aguas rápidas SWR (Swift WaterRescue) y manejan los idiomas español e inglés.

4.1.10. Alianzas de hospedaje

Se realizará una alianza estratégica con un hotel el cual se encuentra ubicado en la ciudad del Tena, cerca de las agencias operadoras antes mencionadas, lo cual ayudará al proceso logístico de cada uno de los paquetes turísticos.

El hotel es “El Establo de Tomás”, se encuentra ubicado, vía Amuyuna a 10 minutos de la ciudad del Tena y consta de una capacidad para 50 personas.

4.1.11. Alianzas con restaurantes

Se realizará alianzas estratégicas con un restaurante en la ciudad del Tena y otro en el cantón Quijos, estos dos restaurantes se encuentran en lugares cercanos a donde se desarrollan los deportes de aventura pertinentes a cada uno de los paquetes de Deporte-Aventura.

Los restaurantes estarán a cargo de alimentación de los consumidores cuando estén en dicho restaurante y también serán los que provean el box lunch en caso de ser necesario.

El restaurante es “El Viejo”, ubicado en Baeza capital del cantón Quijos y “El Chozón”, ubicado en centro de la ciudad del Tena Capital de la provincia.

4.1.12. Proveedores

Proveedores de Operación

- TorrentDuck
- CaveMan

Proveedores de Alimentación

- Restaurante “El Viejo” (Baeza)
- Restaurante “La Chozón” (Tena)

Proveedores de Hospedaje

- El establo de Tomás

4.1.13. Perfil del cliente

Deporte Aventura se enfocará en personas de 18 a 60 años de edad, de la ciudad de Quito, de nivel económico medio alto y alto.

Viabilidad Mercadológica

4.1.14. Producto

La agencia Deporte Aventura manejará varios productos, los cuales se enfocarán en los gustos y preferencias de los potenciales clientes, según la información obtenida gracias a la investigación de mercados realizada, dichos productos están enfocados también de acuerdo a la capacidad de pago del segmento de mercado al que fue dirigida la encuesta.

Los productos se dividirán por cada deporte, es decir que habrá opciones de lugares y precios de cada uno de los cuatro deportes en los que la agencia Deporte Aventura se enfocará, que son: rafting, kayak, ciclismo de montaña y trekking. Además existirán dos productos que manejen circuitos entre los deportes antes mencionados, es decir que se podrá realizar más de un deporte de los que maneja Deporte Aventura en el mismo paquete.

Producto 1. Rafting nivel 1, 1+ y 2

El producto 1 cuenta con un descenso en el río Anzu, el mismo que tiene un tiempo aproximado de dos horas, es un río de nivel 1 a nivel 2, es decir que es para principiantes, no es necesario haber realizado antes este deporte.

El punto de encuentro es en la ciudad del Tena, está incluido el transporte desde el punto de encuentro hacia donde inicia el descenso del río y de la misma manera desde donde finaliza el descenso del río hacia la ciudad del Tena.

Incluye guía especializado en rafting, con manejo del idioma español e inglés, curso SWR (Swift Water Rescue; Rescate en aguas rápidas) y curso de primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA) y equipo especializado para realizar dicho deporte.

Producto 2. Rafting niveles 3, 3+ y 4

El producto dos cuenta con un descenso del río Jatunyacu, el mismo que tiene un tiempo aproximado de tres horas y media a cuatro horas, es un río de nivel 3 a nivel 4, por la forma del río, pueden acudir personas que no han realizado este deporte.

El punto de encuentro es en la ciudad del Tena, esta incluido el transporte desde el punto de encuentro hacia donde inicia el descenso del río y de la misma manera desde donde finaliza el descenso del río hacia la ciudad del Tena.

Incluye guía especializado en rafting, con manejo del idioma español e inglés, curso SWR (Swift Water Rescue; Rescate en aguas rápidas) y curso de primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA) y equipo especializado para realizar dicho deporte.

Además incluye un kayakero de seguridad, que acompaña al bote durante todo el trayecto y en la mitad del descenso un box lunch para los pasajeros en una de las playas del río.

Producto 3. Kayak Inicio

El producto tres cuenta con un curso de kayak básico, dura 4 horas en la mañana y 2 horas en la tarde, en la mañana se lo realiza en una piscina en la cual se enseñan los movimientos básicos del kayaking y en la tarde se realiza un descenso en el río Anzu, ubicado en la ciudad del Tena, el mismo que es de clase 2 y dura aproximadamente 2 horas el trayecto de descenso.

Incluye guía especializado en kayak, con manejo del idioma español e inglés, curso SWR (Swift water rescue; Rescate en aguas rápidas) y curso de primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA) y equipo especializado para realizar dicho deporte.

Producto 4. Kayak Intermedio

El producto cuatro cuenta con un curso medio de kayak, dura 2 días, en la mañana del primero se lo realiza en una piscina en la cual se enseñan los movimiento básicos del kayaking, en la tarde se realiza en descenso del río Anzu y el siguiente día se realiza el descenso del río Jatunyacu con aproximadamente 4 horas y media de descenso.

Incluye guía especializado en kayak, con manejo del idioma español e inglés, curso SWR (Swift water rescue; Rescate en aguas rápidas) y curso de primeros auxilios

avanzados en áreas agrestes (WAFA) y equipo especializado para realizar dicho deporte.

Además incluye box lunch el día dos en la mitad del descenso por el río Jatunmyacu y transporte desde la ciudad del Tena hacia el inicio de los dos ríos y de regreso.

Producto 5. Kayak Avanzado

El producto cinco es para personas que tienen noción del deporte “kayaking”, dura 3 días, el primero se lo realiza en la ciudad del Tena, en la mañana se prueban los conocimientos del pasajero en la piscina y en la tarde se realiza el descenso del río Anzu de clase 1 a 2, el segundo día se realiza el descenso del río Jatunmyacu de clase 3 a 4 y el tercer día se realiza el descenso del río Quijos de clase 4 a 5 ubicado en el cantón Quijos, uno de los cantones de la provincia de Napo.

Incluye guía especializado en kayak, con manejo del idioma español e inglés, curso SWR (Swift water rescue; Rescate en aguas rápidas) y curso de primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA) y equipo especializado para realizar dicho deporte.

Incluye Transporte desde la ciudad de Quito hacia la ciudad del Tena y de regreso desde Baeza hacia Quito, hospedaje de la noche 1 en la ciudad del Tena y de la noche 2 en la ciudad de Baeza, transportes internos hacia los ríos en los que se desarrolla el curso y alimentación de los tres días de curso.

Producto 6. Ciclismo básico

El producto seis es para personas con conocimientos básicos del ciclismo de montaña, dura aproximadamente 3 horas, se lo realiza en senderos y caminos aledaños a la ciudad del Tena.

- Costa Azul, ubicado en el Pano (Alto Tena)

El punto de encuentro es en la ciudad del Tena, incluye guía especializado en ciclismo de montaña, con manejo del idioma inglés y español, curso de primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA) equipo especializado para realizar dicho deporte.

Producto 7. Trekking – Senderismo

El producto siete no requiere previo entrenamiento ni conocimiento del trekking, se los realiza en senderos naturales aledaños a la ciudad del Tena y dura aproximadamente 3 a 5 horas.

Los senderos son:

- Camino del Dorado, Desde la virgen de los Guacamayos hasta Narupa ubicado, a una hora de la ciudad del Tena. (2 a 3 horas)
- Jatunsacha, ubicado a 30 minutos de la ciudad del Tena.(1 a 5 horas)

En punto de encuentro es en la ciudad del Tena, incluye guía naturalista, transporte hacia el inicio del sendero y de regreso y box lunch.

Producto 8. Circuito Agua y Tierra básico

Este circuito es un producto en el que se realizará dos tipos de deportes de aventura, rafting y trekking, el mismo dura 2 días, en el primero se realiza el trekking por el sendero “Camino del Dorado”, con aproximadamente 3 horas de trayecto, el segundo día se realiza el deporte rafting en el río Jatunyacu de clase 3 a 4 con un descenso de 4 horas.

El punto de encuentro es en la ciudad del Tena, incluye el transporte internos hacia los lugares de desarrollo de los dos deportes y el regreso hacia la ciudad del Tena, hospedaje y alimentación.

Para el rafting Incluye guía especializado, con manejo del idioma español e inglés, curso SWR (Swift Water Rescue; Rescate en aguas rápidas) y curso de primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA) y equipo especializado para realizar dicho deporte y para el trekking, incluye guía naturalista.

Producto 9. Circuito Agua y Tierra extremo

Este circuito es un producto en el que se realizará dos tipos de deportes de aventura, el rafting y el ciclismo de montaña, tiene una duración de 2 días, el primero se realiza Rafting en el río Quijos, ubicado el cantón Quijos, uno de los cantones de la provincia de Napo, con una duración de 4 horas de descenso.

El segundo se realiza ciclismo de montaña desde Baeza, capital del cantón Quijos, hasta llegar a la ciudad del Tena capital de la provincia de Napo, la duración aproximada es de 6 horas.

El punto de encuentro en la ciudad de Quito, incluye transporte desde la ciudad de Quito hacia el cantón Quijos, hospedaje, alimentación y transporte interno hacia los lugares de desarrollo de dichos deportes y de regreso y transporte de regreso desde la ciudad del Tena hacia la ciudad de Quito.

Para el rafting Incluye guía especializado, con manejo del idioma español e inglés, curso SWR (Swift Water Rescue; Rescate en aguas rápidas) y curso de primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA) y equipo especializado para realizar dicho deporte.

Para el ciclismo de montaña incluye guía especializado en ciclismo de montaña, con manejo del idioma inglés y español, curso de primeros auxilios WAFA (primeros auxilios avanzados en áreas agrestes) equipo especializado para realizar dicho deporte.

4.1.15. Precio

Los precios de cada uno de los productos que la agencia Deporte-Aventura utilizará, se basarán en la encuesta y las entrevistas realizadas en la investigación de mercados, de esta manera los productos serán atractivos en precio a los potenciales clientes.

Como demuestra la encuesta, el 34% y 53% de los potenciales clientes están dispuestos a pagar de 0 a 20 dólares y un 34,54% están dispuestos a pagar entre 20 y 40 dólares, por realizar uno de los deportes de aventura dentro de su paquete turístico, tomando en cuenta que un 87,40% están dispuestos a cambiar sus vacaciones tradicionales por realizar deportes de aventura, los precios de los paquetes de la agencia Deporte - Aventura están entre los 20 a 40 dólares por deportes a realizarse.

Rafting: El costo de operación que las empresas Caveman y Torrent Duck cobran por día guiado es de 80 dólares en niveles 1, 1+ y 2, el mínimo número de participantes es de 6 por bote.

En ríos de nivel 3 a 3+ y 4 es de 110 dólares por día guiado.

Kayak: El costo de operación que cobran los proveedores es de 60 dólares por día de enseñanza y guía en cualquier tipo de río.

Ciclismo: El costo de operación de los proveedores es 40 dólares por día guiado.

Alimentación: El costo de cada una de las comidas es de:

- Desayuno.- \$3
- Almuerzo.- \$4
- Cena.- \$3.5

Transporte: El precio del transporte dentro de cada uno de los cantones de la provincia del Tena es de 3 dólares por persona, si el transporte es solicitado desde la ciudad de Quito al paquete se le sumará dicho costo, será pagado directamente por el cliente.

Hospedaje: El costo de nuestros proveedores de dicho servicio es de 14 dólares por persona.

Los costos de toda la operación son bajos y tomando en cuenta que los paquetes tienen un mínimo de personas para poder venderlos, los costos se cubren fácilmente, dependiendo del producto, con uno a dos consumidores se podrían pagar los costos de operación obteniendo una ganancia de porcentajes altos por producto vendido.

Producto 1. Rafting nivel 1, 1+ y 2

El precio es de 25 dólares debido a que solo está incluido realizar el deporte y traslado hacia el lugar.

Se requiere un cupo mínimo de 6 personas para poder acceder al paquete.

Producto 2. Rafting niveles 3, 3+ y 4

El precio es de 40 dólares, debido a que el río es más complejo y el tiempo es mayor, además incluye el transporte hacia el lugar donde se inicia la realización del deporte y también incluye un box lunch.

Se requiere un cupo mínimo de 6 personas para poder acceder al paquete.

Producto 3. Kayak Inicio

El precio es de 40 dólares, debido a que solo está incluido realizar el deporte y traslado hacia el lugar.

Se requiere un cupo mínimo de 2 personas para acceder al paquete.

Producto 4. Kayak Intermedio

El precio es de 60 dólares, son dos días de realizar el mismo deporte en dos diferentes ríos, incluye los traslados a los lugares de realización del deporte.

Se requiere un cupo mínimo de 3 personas para poder acceder al paquete.

Producto 5. Kayak Avanzado

El precio es de 250 dólares, incluye hospedaje, alimentación y transporte interno y desde la ciudad de Quito y de retorno a la misma.

Se requiere un cupo mínimo de 2 personas para poder acceder al paquete.

Producto 6. Ciclismo básico

El precio es de 25 dólares, solo incluye la realización del deporte y el transporte si es necesario.

Se requiere un cupo mínimo de 4 personas para poder acceder al paquete.

Producto 7. Trekking – Senderismo

El precio es de 20 dólares, incluye box lunch y la realización del deporte.

Se requiere un cupo mínimo de 4 personas para poder acceder al paquete.

Producto 8. Circuito Agua y Tierra básico

El precio es de 150 dólares, incluye la realización de los dos deportes (Rafting y trekking o senderismo), incluye transporte, alimentación, hospedaje y dura dos días.

Se requiere un cupo mínimo de 6 personas para poder acceder al paquete.

Producto 9. Circuito Agua y Tierra extremo

El precio es de 200 dólares, incluye la realización de dos deportes (Rafting y ciclismo de montaña), incluye transporte desde la ciudad de Quito y de regreso a la misma, además transporte interno, alimentación y hospedaje.

Se requiere un cupo mínimo de 6 personas para poder acceder al paquete.

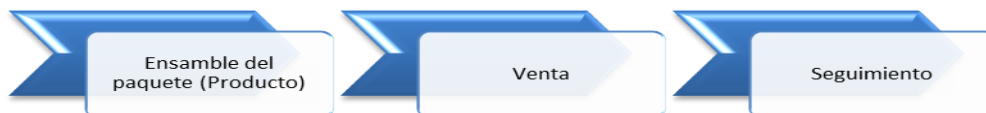
4.1.16. Plaza

El manejo de la agencia será por internet, este será el canal de distribución de la misma, es decir que la agencia será virtual, mediante una página web se podrá conseguir una mayor clientela y los costos fijos se reducen.

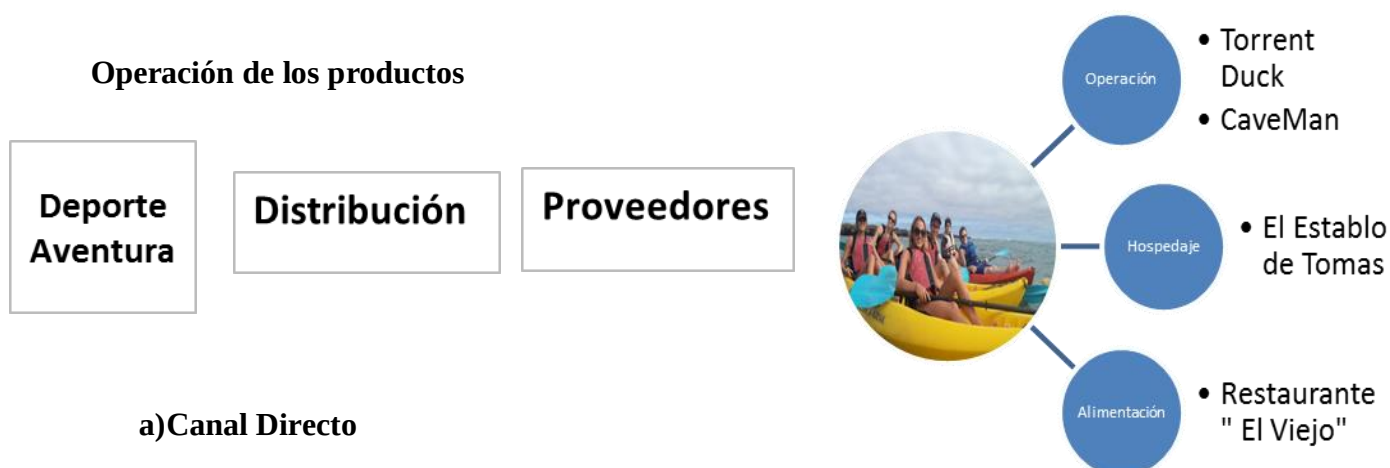
El objetivo es manejar desde la página web varios sitios en los cuales se publicarán los distintos anuncios, es decir que desde diferentes páginas se pueda acceder directamente a la página de Deporte-Aventura, de esta manera se podrá captar muchos más potenciales clientes y la información llegará más lejos.

Se realizarán alianzas con operados y agencias que ya estén instaladas en la ciudad del Tena, de esta manera se podrá utilizar la infraestructura y equipos de los mismos. Se utilizará dos tipos de canales para realizar la operación completa al brindar el servicio de los productos que ofrece Deporte Aventura.

Distribución del producto



Operación de los productos



Deporte-Aventura realizará el sistema de ventas, promoción y publicidad a través de la página web, además realizará el contacto con el cliente, entregará la información adecuada de los deportes y los lugares donde se van a realizar los mismos, dependiendo el producto elegido, además realizarán el cobro de las ventas y hará el seguimiento del cliente post venta.

a) Canal de Intermediarios (Proveedores)

Lo que se realizará por medio de los distintos proveedores es la operación de cada uno de los deportes de aventura que se realicen en los paquetes vendidos, es decir operarán rafting, kayak, ciclismo de montaña y trekking o senderismo.

Por otra parte, los mismos se encargarán de la logística del programa, es decir recibirán a los consumidores en los distintos puntos de encuentro, los llevarán al lugar de hospedaje si el producto lo incluye o directamente a realizar las actividades pertinentes del producto elegido y tendrán listos los equipos especializados para poder realizar los deportes de la manera más segura.

Además al finalizar las actividades los llevarán de regreso al punto de encuentro o al lugar previamente acordado con el cliente, en donde se terminarán los servicios que brindarán las agencias TorrentDuck y CaveMan.

También contaremos con proveedores para hospedaje y alimentación, los cuales se encargarán simplemente de recibir a los clientes en sus instalaciones, ya previamente informados de las fechas en las cuales estarán presentes.

Los pagos de dichos servicios se realizarán directamente desde Deporte-Aventura a los distintos proveedores, en el caso del servicios de restaurante y hospedaje se hará una semana antes con previa reservación del lugar y en el caso de la operación se realizará el pago del 50% con dos semanas de anticipación por posibles inconvenientes logísticos de operación y el 50% restante el día siguiente de finalizado el programa.

4.1.17. Promoción

La agencia Deporte-Aventura realizará la publicidad y promoción de los paquetes que se pondrán a disposición de varias maneras, con fines no sólo informativos sino también para enganchar visualmente al consumidor y crear posible interacción de los mismos antes y después de la venta, de esta manera se generará sin esfuerzos un boca a boca importante, debido al alcance que se podrá tener en los distintos tipos de medios, en los cuales se promocionará a la agencia.

Lo que se desea comunicar en las distintas campañas publicitarias es que la empresa “Deporte Aventura” realiza la mejor práctica en cuanto a los deportes de aventura que realiza, con seguridad y bajo estándares adecuados a los mismos.

El slogan propuesto es muy importante, ya que con el mismo se generarán las campañas publicitarias que se presentarán en los distintos sitios tradicionales y no tradicionales.

Se utilizarán medios ATL debido a que son medios fuertes en los cuales se puede llegar a una gran cantidad de personas que podrían convertirse en potenciales clientes.

También se utilizarán medios BTL ya que de esta manera se puede generar una segmentación de los consumidores a los que se desea llegar con el mensaje y también se generará interacción con los mismos.

4.1.17.1. Medios ATL

a) Radio

Debido a que es un medio masivo, existen muchas radios y éstas ya segmentan al mercado de acuerdo al tipo de música e información que transmiten, de esta manera podemos llegar a nuestro mercado objetivo.

En este caso el segmento al que nos enfocaremos es a jóvenes adultos entre los 16 y 30 años de edad, si bien es cierto los jefes de familia son los que pagan el servicio pero los usuarios son los hijos e hijas que desean realizar los deportes de aventura, en el caso de ser menores de edad o económicamente inactivos (Estudiantes de secundaria y universitarios) y por otro lado jóvenes adultos independientes y económicamente activos.

Se realizarán campañas publicitarias las siguientes radios y segmentos.

- La Metro Estación (88.5) en las mañanas en su programa “breakfast morning”.

4.1.17.2. Medios BTL

Con la utilización de los medios BTL se podrá estar enfocado en segmentos en los cuales la información es rápida y poderosa, además es de fácil acceso y está en constante crecimiento, por otro lado tiene un alcance grande lo cual es importante para la divulgación de la información de las distintas campañas que se lanzarán.

a) Anuncios en el punto de venta

La agencia “Deporte Aventura” se manejará directamente desde la página web, es por esto que el punto de venta no será físico sino cibernético. Los anuncios en el punto de venta serán por medio de videos de los distintos tipos de deportes de aventura con el fin de impactar y enganchar a los potenciales clientes.

Además se publicarán fotos y videos en tiempo real de los cuatro deportes de aventura que manejará Deporte Aventura durante el desarrollo de sus paquetes, esto generará expectativas y ganas de estar realizando dichos deportes, pues se los subirán a la plataforma en tiempo real.

Por otro lado se publicará información relevante de dichos cuatro deportes, es decir, en donde se practican, cual es el costo de realizar dicha actividad en otras partes de mundo, cuales son los mejores exponentes de dicho deporte, entre otros datos relevantes.

b) Anuncios en línea

- Facebook

Se creará un usuario de Facebook la cual pondrá información diaria de lo ocurrido en los distintos tours que realice Deporte-Aventura, además se lanzarán promociones por este medio, se subirán a dicha plataforma fotos y videos, en los cuales se podrá recibir información de consumidores que vea dicha información y se podrá interactuar con los mismos.

Esto generará confianza y aceptabilidad de la agencia por parte de los potenciales consumidores, y se creará una base de datos grande para poder informar sobre eventos mayores en cuanto al desarrollo de los deportes de aventura.

- Twitter

Además se creará una cuenta en Twitter, en la misma se pondrá información sobre lo que realice Deporte-Aventura, para que las personas que utilicen esta plataforma puedan comentar y seguir constantemente los movimientos realizados. Podrán poner información o pedirla de acuerdo a sus necesidades.

- Google

Se utilizará el paquete de publicaciones en PYMES, es decir un paquete en el cual se pague por el número de visitas que se hagan a la página web de la agencia Deporte-Aventura, de esta manera se podrá estar al alcance de muchos potenciales clientes. No solo del target de Quito al que fue dirigida la investigación de mercados, debido a que Google es una de las plataformas más importantes a nivel mundial, sino también a muchos potenciales clientes que estén interesados en realizar deportes de aventura en la provincia de Napo y estén dispuestos a pagar los precios especificados.

Estas plataformas son las más importantes a nivel mundial, al manejarlas adecuadamente se convertirán en una fuente de información masiva, por la que se podrá aumentar los ingresos económicos a pasos.

c) Marketing Gratis (por intercambio, por convenio)

Se realizará convenios con personajes públicos de televisión y radio, los cuáles participan en programas de farándula y de interés público, el convenio consistirá en realizar cualquiera de los tours o programas que realizará la agencia, de forma gratuita para los mismos y por dicho beneficios los mismos hablarán en sus programas sobre la agencia Deporte-Aventura, sobre los deportes de aventura en general, y sobre los deportes de aventura que se realizan en la provincia de Napo.

d) Alianzas con el Ministerio de Turismo de Ecuador

Debido a que el Ministerio de Turismo de Ecuador está constantemente realizando esfuerzos grandes por promocionar y apoyar al crecimiento del turismo y de los deportes de aventura, se realizará una alianza estratégica con el mismo, con el fin de que pueda aparecer un link (una conexión) de la agencia Deporte-Aventura en la página web del Ministerio y ser incluidos en la base de datos de empresas dedicadas a turismo de aventura. Por otra parte se promocionará a las actividades del Ministerio de Turismo, con publicidad de las mismas en los videos que se realicen por parte de la agencia Deporte-Aventura.

e) Demostraciones

- Se realizarán demostraciones de los deportes de aventura que la agencia manejará en distintos eventos sociales de universidades y colegios, es decir que se realizará convenios con distintas instituciones, dicha alianza le sirve a la agencia de tres maneras.
 1. Una gran masa de gente podrá ver y analizar lo que en realidad son el rafting, el kayak, el ciclismo de montaña y el trekking, de manera interactiva, con fotos, videos y escenarios de los deportes de aventura que

sea posible realizar como demostración, se evidenciará también la seguridad que se manejará en la ejecución de las actividades en los tours.

2. Se podrá conseguir potenciales clientes inmediatos en los distintos eventos sociales.
 3. Se generará un boca a boca de lo ocurrido y presentado.
- Por otro lado en Ecuador se realizará el mundial de aventura, el mismo que ocurrirá entre el 7 y el 19 de noviembre del 2014, en el cual participarán en una carrera de aventura 60 equipos élite de 30 países alrededor del mundo.

Por este motivo Deporte-Aventura estará presente en el lugar de inicio, puntos de abastos y finalización en el evento, se entregará información sobre los productos, precios y lugares donde se opere los deportes.

f) Alianzas con empresas del sector turístico de aventura

La empresa Afuera Producciones realiza anualmente el conocido “Cine de Aventura” el mismo que se lo presenta en el teatro Benalcázar en la ciudad de Quito.

Se realizará un convenio por el cual se pueda promocionar a la agencia Deporte-Aventura en dicho cine de aventura, pues de esta manera se podrá dar a conocer el nombre de la empresa entre las personas interesadas en dichos deportes y entre la gente que trabaja en el medio, de esta manera se posesionará a la agencia Deporte de Aventura en la mente de los consumidores de manera paulatina.

Tablas demostrativas ATL y BTL: Plan de medios: lanzamiento de producto.

Tabla No. 21. ATL

	Medios	Lugar	Precio x Segundo	# repeticiones diarias	Cantidad de días	Total
ATL	Radio	La Metro Estación"	16 USD x 30 segundos	3	60 días (3 meses)	2880 USD

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Tabla No. 22. BTL

	Medios	Lugar	Precio	Número de visitas	Cantidad de veces diarias	Cantidad de días	Total USD
BTL	Anuncios en el punto de Venta	Página Web "Deporte Aventura"	0	No aplica	3	180	0
BTL	Anuncios en Línea						
		Facebook	30	Indefinida	Indefinida	180	180
		Twitter	0	No aplica	3	180	0
		Google (Plan PYME)		800	No aplica	No aplica	253
BTL	Marketing Gratis	Plazas de operación	150	1	No aplica	1	150
BTL	Alianzas MINTUR	Página Web Mintur	0	Indefinida	No aplica	180	0
BTL	Demostraciones	Universidades y Colegios	100	10	No aplica	10	1000
TOTAL							1583

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo 17 Marzo 2014

Alianzas Estratégicas

A través de contratos se realizarán alianzas estratégicas con distintas empresas, que se dediquen a realizar actividades que se necesitan para poder cumplir con los requerimientos de cada uno de los paquetes turísticos que ofrecerá la agencia Deporte-Aventura.

Entre estos están agencias y operadoras turísticas que constan con la infraestructura, manejo de la logística y los equipos necesarios para poder manejar la operación de las actividades, también se realizará dichas alianzas estratégicas con hoteles para poder manejar el hospedaje de la manera adecuada y con los requerimientos de los paquetes. Con restaurantes para que sean los que se encarguen de la alimentación de los consumidores durante el tiempo que duren los paquetes, si estos incluyen la alimentación.

También con el Ministerio de Turismo en la parte publicitaria y de apoyo mutuo para el crecimiento y desarrollo del turismo de aventura en el Napo y en Ecuador.

4.1.18. Alianzas de operación

Se realizará la operación con dos operadoras turísticas que operan en la ciudad del Tena, estas estarán encargadas de todo el proceso de las actividades, sean estas la movilización hacia los lugares donde se vayan a realizar los deportes de aventura, la operación de los mismos y acompañarán a los consumidores a los restaurantes en donde recibirán la alimentación si es el caso o llevarán el box lunch a los lugares donde se alimentarán los consumidores si el paquete lo amerita y recogerán a los consumidores en los hoteles en los que se hospedan si de la misma manera el paquete lo amerita.

Estas operadoras son:

- TorrentDuck
- Caveman

Estas dos operadoras constan con guías especializados en los cuatro deportes de aventura que Deporte-Aventura manejará, guías naturalistas y además los mismos tienen certificaciones en primeros auxilios avanzados en áreas agrestes (WAFA), curso de rescate en aguas rápidas SWR (Swift WaterRescue) y manejan los idiomas español e inglés.

4.1.19. Alianzas de hospedaje

Se realizará una alianza estratégica con un hotel el cual se encuentra ubicado en la ciudad del Tena, cerca de las agencias operadoras antes mencionadas, lo cual ayudará al proceso logístico de cada uno de los paquetes turísticos.

El hotel es:

El Establo de Tomás, se encuentra ubicado, vía Amuyuna a 10 minutos de la ciudad del Tena y consta de una capacidad para 50 personas.

4.1.20. Alianzas de restaurantes

Se realizarán alianzas estratégicas con un restaurante en la ciudad del Tena y otro en el cantón Quijos, estos dos restaurantes se encuentran en lugares cercanos a donde se desarrollan los deportes de aventura pertinentes a cada uno de los paquetes de Deporte-Aventura.

Los restaurantes estarán a cargo de alimentación de los consumidores cuando estén en dicho restaurante y también serán los que provean el box lunch en caso de ser necesario.

El restaurante es:

- El Viejo, ubicado en Baeza capital del cantón Quijos
- La Choza, ubicado en el malecón de la capital Tena

Capítulo V

5. Factibilidad Financiera

5.1. Introducción

Por medio del Estudio Financiero se puede determinar los principales indicadores financieros que permitirán especialmente establecer la factibilidad que puede llegar a tener el proyecto.

El Estudio Financiero ayuda también establecer cuál sería la inversión inicial y como va a estar distribuida dentro de los bienes del establecimiento y planes de financiamiento.

Objetivo del Estudio Financiero

- Determinar los principales indicadores financieros para establecer la viabilidad o la no factibilidad del proyecto.
- Establecer la inversión total y como se distribuirá está en el proyecto.
- Establecer Punto de Equilibrio para saber cuánto se deberá vender para no salir en pérdida.

5.1.1. Presupuesto de Inversión

La inversión inicial es aquella que indica la estructura del capital en valor y carácter para el arranque de una empresa y el desarrollo de las actividades económicas de la misma.

5.1.2. Activos fijos

Los Activos Fijos son todos aquellos bienes que pertenecen a la empresa y que su vida útil es mayor a un año y su principal finalidad es proporcionar las condiciones necesarias para que las actividades puedan ser llevadas a cabo.

Los Activos Fijos son los siguientes:

Construcción

El proyecto no necesita construcciones ni instalaciones ya que funcionará mediante una página Web y logística telefónica.

Tabla No. 23. Activos Fijos

Equipos de computación y celulares	\$ 2.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 2.000,00

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo, 19 Marzo 2014

5.1.3. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son inversiones que se realizan en bienes y servicios intangibles pero que son indispensables al momento de iniciar un proyecto, sin embargo estos no intervienen directamente con la producción.

Tabla No. 24. Gastos administrativos

Concepto	Costo
Constitución Cia. Ltda.	\$ 800,00
Página Web	\$ 500,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.300,00

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo, 19 Marzo 2014

5.1.4. Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo es una inversión imprescindible debido a que atienden las actividades operativas, es el monto que se requiere para dar inicio a las actividades productivas de la empresa antes de recibir ingresos.

A pesar de que el capital de trabajo es parte de la inversión inicial, es diferente de los activos fijos y diferidos ya que estos pueden ser recuperados mediante la depreciación y amortización, a diferencia del capital de trabajo que no puede ser recuperado por estos medios por ser capital circulante este será recuperado a corto plazo.

Para el cálculo del capital de trabajo se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Capital} = \frac{\text{Costos y Gastos} - \text{Depreciacion y Amortizacion}}{365 \text{ días}} * \text{periodo de desface}$$

Tabla No. 25. Inversión

Capital trabajo	
Costos y gastos	20.700,31
Deprecia	1.966,66
Capital trabajo	4.619,26

Elaborado por: Paúl Rueda y Luis Felipe Aguirre

Fuente: Investigación de campo, 24 Marzo 2014

Los costos y gastos que se generen dentro de la agencia durante los tres primeros meses serán cubiertos por este capital, periodo en el que se espera que se empiece a generar ingresos, los valores de depreciación y amortización no están incluidos dentro de este monto ya que no representa un desembolso real de dinero.

5.1.5. Inversión total

La inversión total para el inicio de las actividades económicas es de \$7.919,26 dólares resultante de la suma de activos fijos, administrativos y el capital de trabajo.

Tabla No. 26. Inversión

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE
Activos fijos	2.000,00	25%
Gastos Administrativos	1.300,00	16%
Capital de trabajo	4.619,26	58%
TOTAL	7.919,26	100%

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 19 Marzo 2014

5.1.6. Depreciación

La Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno estipula la depreciación de los activos fijos de acuerdo a la naturaleza de los mismos, técnica contable y vida útil.

Los porcentajes para el gasto deducible no podrán superar los siguientes porcentajes anual:

Inmuebles: 5%

Instalaciones, Maquinarias, Equipos y Muebles: 10%

Vehículos: 20%

Equipos de Computación y Software: 33%

Tabla No. 27. Inversión

Depreciación	MONTO	%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Equipos computación y Celulares	2.000,00	33,33%	666,66	666,66	666,66
TOTAL	2.000,00		666,66	666,66	666,66

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 18 Marzo 2014

5.1.7. Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos

La elaboración de la proyección de los ingresos, costos y gastos; constituyen la parte fundamental para la obtención de los estados financieros.

Para los cálculos de la determinación de ingresos, costos y gasto se tomará en cuenta la vida útil del proyecto que será de 5 años.

Tabla No. 28. Inflación

Inflación Promedio		
2012	4,16%	3,43%
2013	2,70%	

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 19 Marzo 2014

Presupuesto de Ingresos

Para determinar el presupuesto de ingresos se ha considerado el número de turistas que están dispuestos a realizar deportes de aventura en la provincia de Napo.

Tabla No. 29. Potenciales clientes

TURISTAS POTENCIALES	87.758
% turistas dispuesta a ir al Napo	93,92%
Potenciales Visitantes Napo	82.422
% Turistas dispuesto hacer deportes de aventura	87,40%
Potenciales clientes de deportes de aventura	72.037

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

De acuerdo a nuestra campaña publicitaria se estima que el 5% de los potenciales clientes de deportes de aventura compren los paquetes sugeridos. Los paquetes tienen un costo promedio de \$87, teniendo un 10% de utilidad para la empresa la cual da \$8,70 de ingreso para la empresa.

Con esta información obtenemos el siguiente cálculo:

Tabla No. 30. Paquetes turísticos

Potenciales consumidores de deportes de aventura	72.037
TOTAL POTENCIALES CLIENTES	3601,85

Inflación Promedio		
2012	4,16%	3,43%
2013	2,70%	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquetes Turísticos	3.602	3.602	3.602	3.602	3.602
Precio promedio paquete con 10% de utilidad	\$ 8,70	\$ 9,00	\$ 9,31	\$ 9,63	\$ 9,96
Total Ventas (INGRESOS)	\$ 31.336,12	\$ 32.410,95	\$ 33.522,65	\$ 34.672,47	\$ 35.861,74

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

5.1.8. Proyección de Costos

Para el desarrollo de las actividades e la empresa se producirán una serie de costos operacionales como los que se menciona a continuación:

Tabla No. 31. Costos

	MENSUAL	ANUAL
Internet	60	720
Servicio celular	50	600
Servicios Basicos	40	480
suministros y materiales	20	240
Total Costos	170	2040

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

Tabla No. 32. Margen Bruto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	31.336,12	32.410,95	33.522,65	34.672,47	35.861,74
Costos	2.040,00	2.109,97	2.182,34	2.257,20	2.334,62
MARGEN BRUTO	29.296,12	30.300,98	31.340,30	32.415,27	33.527,12

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

5.1.9. Proyección de Gastos Operacionales

Para el desarrollo de las actividades de la empresa se producirán una serie de gastos operacionales como los que se menciona a continuación:

Para el cálculo anual se tomará en cuenta un incremento de la inflación que es del 3,43%.

Tabla No. 33. Gastos

	MENSUAL	ANUAL
publicidad y promocion	371,92	4463
Varios	20,00	240

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 19 Marzo 2014

NOMINA

Descripción	Precio Unitario	Precio Total Anual	Fuente	Tipo de gasto
1 Administrador	340,00	4.080,00	Ministerio de Trabajo	Corriente
1 Asistente Operativo y Logistico	340,00	4.080,00	Ministerio de Trabajo	Corriente

DECIMO CUARTO	680,00
DECIMO TERCERO	680,00
PAGO IESS	909,84

TOTAL SALARIOS	10.429,84
-----------------------	------------------

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

RESUMEN GASTOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nómina	10.429,84	11.467,58	11.860,92	12.267,75	12.688,54
publicidad y promocion	4.463,00	4.616,08	4.774,41	4.938,17	5.107,55
Varios	240,00	248,23	256,75	265,55	274,66
Depreciación	666,66	666,66	666,66	-	-
Gastos administrativos	1.300,00				
TOTAL GASTOS	17.099,50	16.998,56	17.558,74	17.471,48	18.070,75

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

5.1.10. Evaluación económica-financiera

La Evaluación Económica-Financiera de un proyecto permite determinar los beneficios y costos futuros durante el periodo de operación proyectado, partiendo de la Inversión Inicial, con la finalidad principal de determinar la rentabilidad del mismo.

Siendo así el propósito principal de este estudio es determinar la factibilidad de emprender o no un proyecto determinado.

5.1.11. Estado de Situación Inicial

El Estado de Situación Inicial es el documento contable en el que se refleja la condición patrimonial de una empresa al inicio. Partes del Estado de Situación Inicial:

Activo: Es el bien tangible o intangible que posee la empresa.

Pasivo: Son las deudas o compromisos que ha adquirido la empresa, el financiamiento o deudas.

Tabla No. 34. Estado de situación Inicial

Activos	Año 0
Activo Circulante	4.234,40
Caja	4.234,40
Activos Fijos	2.000,00
Inmuebles	-
Equipos, muebles y enseres	-
Equipos computación	2.000,00
Depreciación Acumulada	
Gastos administrativos	1.300,00
Gastos administrativos	1.300,00
TOTAL ACTIVOS	7.534,40
Pasivos	0
Pasivo a Largo Plazo	
Préstamo Bancario	
Patrimonio	7.534,40
Capital	7.534,40
Utilidades Retenidas	
Resultado del Ejercicio	
Total Pasivo y Patrimonio	7.534,40

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

5.1.12. Estado de resultados

El Estado de Resultados o de Pérdidas y Ganancias sirve para calcular la utilidad y los flujos netos de un proyecto, se toman en cuenta los ingresos, valores que constituyan costo y gastos en el desarrollo de actividades e impuestos por pagar.

Tabla No. 35. Estado de resultados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	31.336,12	32.410,95	33.522,65	34.672,47	35.861,74
Costos	2.040,00	2.109,97	2.182,34	2.257,20	2.334,62
MARGEN BRUTO	29.296,12	30.300,98	31.340,30	32.415,27	33.527,12
GASTOS OPERACIONALES					
Nómina	10.429,84	11.467,58	11.860,92	12.267,75	12.688,54
publicidad y promocion	4.463,00	4.616,08	4.774,41	4.938,17	5.107,55
Varios	240,00	248,23	256,75	265,55	274,66
Depreciación	666,66	666,66	666,66	-	-
Gastos administrativos	1.300,00				
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	17.099,50	16.998,56	17.558,74	17.471,48	18.070,75
UTILIDAD OPERACIONAL	12.196,62	13.302,42	13.781,56	14.943,79	15.456,37
Particip.Trabajad 15%	1.829,49	1.995,36	2.067,23	2.241,57	2.318,46
Imp.Renta 23%	2.280,77	2.487,55	2.577,15	2.794,49	2.890,34
UTILIDAD NETA	8.086,36	8.819,51	9.137,17	9.907,74	10.247,57

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 26 Marzo 2014

En este caso, la empresa es la propia inversionista, los gastos financieros son cero, por lo tanto la empresa responde por su propia inversión.

5.1.13. Flujo de Caja Proyectado

Basándose en la información de ingresos y egresos mensuales establecidos para este proyecto se elaboró el flujo de caja anual:

Tabla No. 36. Flujo de Efectivo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS/ VENTAS	31.336,12	32.410,95	33.522,65	34.672,47	35.861,74
COSTOS	2.040,00	2.109,97	2.182,34	2.257,20	2.334,62
GASTOS	17.099,50	16.998,56	17.558,74	17.471,48	18.070,75
Particip.Trabaj. E Imp.Renta	4.110,26	4.482,92	4.644,39	5.036,06	5.208,80
UTILIDAD FINAL	8.086,36	8.819,51	9.137,17	9.907,74	10.247,57
(+) Depreciaciones	666,66	666,66	666,66	-	-
FLUJO DE EFECTIVO	8.753,02	9.486,17	9.803,83	9.907,74	10.247,57

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

Mediante el flujo de caja realizado podemos ver que la empresa tiene un flujo positivo, mediante esto podemos saber si la empresa puede responder positivamente en sus ingresos.

5.1.14. Evaluación del Proyecto

El objeto de la evaluación del proyecto, es comparar algunas reglas de decisión generalmente utilizadas para decidir cuando un proyecto de inversión debe llevarse a cabo o no. Estas reglas de decisión son el valor actual neto (VAN), el periodo de recupero de la inversión y la tasa interna de retorno (TIR).

En primer lugar es necesario definir estos indicadores.

Evaluación Económica

Una cantidad futura de dinero convertida a su valor equivalente ahora tiene un monto de valor presente siempre menos que el flujo de efectivo real, debido a que para cualquier tasa de interés mayor que 0 se tiene un factor de dicho valor futuro menor que uno.

Por tal razón se aplicará los cálculos de valor actual neto (VAN) empleando una tasa i (tasa de descuento), tomando en cuenta todos los flujos de efectivo que se encuentran descritos anteriormente.

5.1.15. VAN

La técnica del (VAN) o VALOR ACTUAL NETO es la que se utiliza con mayor frecuencia para tomar decisiones de inversión en activos fijos.

Al (VAN) se lo define como la diferencia entre el valor actual de los flujos netos de efectivo de un proyecto y su inversión neta.

En este caso utilizaremos el factor P/F conocido como el factor de valor presente de pago único. Tal expresión determina el valor presente P de una cantidad futura dada F después de n años a una tasa de interés i .

La fórmula para el valor actual es:

$$P = \frac{F}{(1+i)^n}$$

La tasa de interés o tasa de retorno estimada para este proyecto se estimará en 18,43% anual ya que es la tasa a la que espero se descuenta el dinero en el tiempo para el proyecto, es un valor que se ha calculado considerando los siguientes aspectos:

Para calcular la tasa de descuento del proyecto, se tomó el índice inflacionario promedio del año 2012 y 2013 la cual dio como resultado 3,43%.

Además, se tomó el riesgo país 2013 el cual es 9,2% ⁷⁹

Se dio como tasa de retorno para el inversionista el 4,5%, la cual es la misma tasa que ofrece el Banco de Pichincha para pólizas de inversión ⁸⁰

TMAR = % índice inflacionario + % de riesgo país + % tasa pasiva promedio

Calculo

TMAR = 3,43+ 9,20 + 4,50

TMAR = 17,13%

Tabla No. 37. VAN

Concepto	%
Premio al riesgo	9,20%
Inflación	3,43%
kp	4,50%
TMAR	17,13%

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 27 Marzo 2014

Tabla No. 38. VAN

AÑO	Flujo Caja	Factor V.A.	V.A.
INVERSION INICIAL	- 7.534,40		-\$ 7.534,40
1	8.753,02	0,8538	\$ 7.472,91
2	9.486,17	0,7289	\$ 6.914,40
3	9.803,83	0,6223	\$ 6.100,87
4	9.907,74	0,5313	\$ 5.263,83
5	10.247,57	0,4536	\$ 4.648,15
Valor Actual Neto			\$ 22.865,76

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 27 Marzo 2014

Por medio del cálculo de este indicador se pudo determinar que el proyecto es viable debido a que el Valor Actual Neto es superior a cero.

⁷⁹ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/riesgo-pais-del-ecuador-entre-mas-altos-de-america-latina-486019.html>

⁸⁰ Investigación de campo, directamente en el Banco de Pichincha (Marzo 4 del 2013)

En el caso de “Deporte Aventura” el VAN para el inversionista es el mismo que el de la empresa ya que la inversión es interna.

5.1.16. Periodo de Recuperación de la Inversión (Pay Back)

El periodo de recuperación de la inversión o Pay Back es el cálculo que señala el tiempo para recuperar el capital invertido en base a los 5 años de evaluación.

Se reflejarán en los flujos netos acumulados los primero negativos y posteriormente cambiarán a positivos en el tiempo que se empiece la recuperación del capital.

Tabla No. 39. Recuperación de Inversión

Años		1	2	3	4	5
Valores Presente de cada período:	(7.534)	7.473	6.914	6.101	5.264	4.648
Valor presente Acumulado		7.473	14.387	20.488	25.752	30.400
Cálculo meses		-	12,568			

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 27 Marzo 2014

De acuerdo a este cálculo se puede ver que la inversión a realizar en el proyecto se lo recuperaría a los 12,68 meses.

El inversionista recuperara el dinero en el mismo tiempo que la empresa, ya que la inversión es interna.

5.1.17. TIR

La TIR constituye otro de los métodos ajustados en el tiempo para evaluar inversiones. A la TIR se lo define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir que el (VP) de las entradas de efectivo sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

Para calcular la tasa interna de retorno se hará un método de prueba y error. A continuación se muestra la tabla de la tasa interna de retorno anual.

Tabla No. 40. TIR

TIR	119,13%		
Año	Flujo Caja	Factor V.A.	V.A.
Inversión inicial	-\$ 7.534,40		-\$ 7.534,40
1	\$ 8.753,02	0,4564	\$ 3.994,49
2	\$ 9.486,17	0,2083	\$ 1.975,59
3	\$ 9.803,83	0,0950	\$ 931,76
4	\$ 9.907,74	0,0434	\$ 429,72
5	\$ 10.247,57	0,0198	\$ 202,83
Valor Actual Neto			\$ 0,00

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

Este cálculo también nos muestra que es un proyecto rentable ya que el TIR (119,41%) es superior a la tasa de descuento que hemos considerado (17,13%).

Este valor positivo que nos demuestra el TIR, entrega al proyecto la rentabilidad para recuperar el dinero del inversionista antes del tiempo propuesto de 5 años.

Punto de equilibrio

Estudia la relación entre costos variables, costos fijos el volumen de ventas y las utilidades de operación.

El punto de equilibrio es aquel que mide el nivel que una empresa necesita de ingresos para poder cubrir sus costos y gastos.

En el punto de equilibrio la utilidad antes de participación laboral el cero

COSTOS VARIABLES

Tabla No. 41. VAN

	MENSUAL	ANUAL
Internet	60	720
Servicio celular	50	600
Servicios Básicos	40	480
suministros y materiales	20	240
Total Costos	170	2040

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 23 Marzo 2014

COSTOS FIJOS

Tabla No. 42. VAN

CONCEPTO	AÑO 1
Nómina	10.429,84
publicidad y promocion	4.463,00
Varios	240,00
Depreciación	666,66
Gastos administrativos	1.300,00
TOTAL GASTOS	17.099,50

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

Tabla No. 43. Punto de equilibrio

CONCEPTO	INGRESOS	COSTOS	MARGEN CONTRIBUC.	% MARGEN CONTRIBUC.
Ingresos Agencia	31.336,12	2.040,00	29.296,12	93,49%
Otros ingresos	-	-	-	
Total	31.336,12	2.040,00	29.296,12	93,49%

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

Fórmula del Punto de Equilibrio

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Costo por paquete} \times \text{Margen de contribución}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{17.099,50}{8,70 \times 0,9349}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 2012 \text{ PAQUETES VENDIDOS}$$

El punto de equilibrio se da cuando se vendan 2.102 paquetes, generando un ingreso de \$18.290,20 (es cuando se cruzan la línea de ingresos con la línea de costos totales)

El punto de equilibrio es cuando los ingresos cubren el total de los costos, en este caso es a los 2102 paquetes, de ahí en adelante todo lo que se venda es utilidad para el negocio.

A continuación mostramos el punto de equilibrio

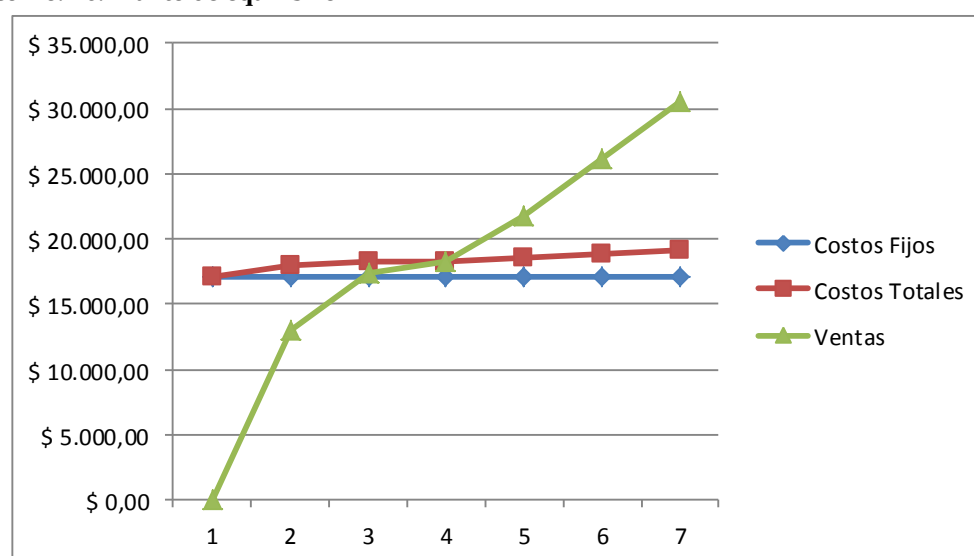
Tabla No. 44. Punto de equilibrio x Paquetes

Cantidad Paquetes	Costos Fijos	Costos Totales	Ventas
0	\$ 17.099,50	\$ 17.099,50	\$ 0,00
1500	\$ 17.099,50	\$ 17.949,06	\$ 13.050,00
2000	\$ 17.099,50	\$ 18.232,25	\$ 17.400,00
2102	\$ 17.099,50	\$ 18.290,20	\$ 18.290,20
2500	\$ 17.099,50	\$ 18.515,44	\$ 21.750,00
3000	\$ 17.099,50	\$ 18.798,63	\$ 26.100,00
3500	\$ 17.099,50	\$ 19.081,81	\$ 30.450,00

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

Gráfico No. 16. Punto de equilibrio



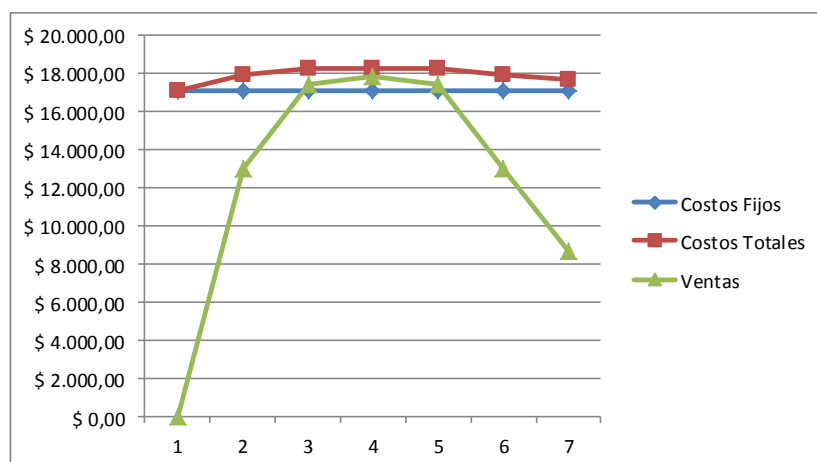
Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

5.1.18. Análisis de Sensibilidad

Mediante un análisis de sensibilidad, podremos ver en qué punto la empresa saldrá en pérdida o ganancia, de acuerdo a las unidades vendidas.

Si la empresa vende menos de 2102 unidades, la empresa saldrá a pérdida ya que no podrá cubrir los costos que esta necesita.

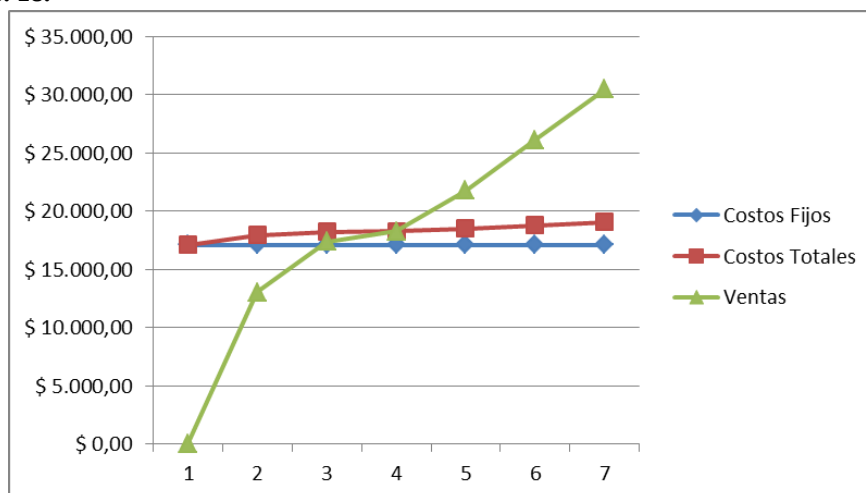
Gráfico No. 17.

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 25 Marzo 2014

Como podemos ver en el gráfico si la curva de ventas se encuentra por debajo de los costos totales de la empresa, ésta tendrá pérdida y por lo tanto quebrará.

Si la empresa vende sobre el punto de equilibrio, que en este caso es 2102 paquetes, esta saldrá con una utilidad por ventas la cual generara rentabilidad en el negocio

Gráfico No. 18.

Elaborado por: Paúl Rueda S. y Luis Felipe Aguirre Ch.

Fuente: Investigación de campo, 28 Marzo 2014

Como podemos ver en el cuadro, el proyecto es rentable, por lo tanto es viable hacerlo porque generará una utilidad mayor a los costos totales.

Conclusión del estudio Financiero

Como podemos ver en el estudio financiero, la empresa es rentable por las siguientes razones:

- Los gastos son menores a los ingresos por lo tanto la empresa cumple un funcionamiento positivo, dejando una utilidad en el primer año de \$8.086,36 la cual es mayor a la inversión que es de \$7.534,40, esto hace que la empresa demuestra una idea de rentabilidad.
- El margen de contribución es de 93,49%, el cual demuestra al inversionista que la empresa no presenta demasiados gastos variables, haciendo que se quiera invertir en un negocio que da un margen alto.
- El punto de equilibrio es alcanzable, ya que es bajo en comparación a lo que se espera vender, por esta razón la empresa es rentable.

Capítulo VI

6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

- Ecuador es apto para realizar casi cualquier tipo de deportes de aventura debido a sus zonas geográficas óptimas para los mismos.
- Los deportes más realizados en el país son el kayak, rafting, trekking y ciclismo, por lo que es adecuado incorporarlos a los paquetes de la nueva agencia “Deporte Aventura”.
- Su clima estable, permite que se pueda realizar turismo durante todo el año.
- La aceptación de los deportes de aventura esta en constante crecimiento en Ecuador y principalmente en la provincia de Napo.
- La infraestructura hotelera, vial y de restaurantes es de nivel medio en la provincia de Napo, debido a esto podría existir algún tipo de traba para el crecimiento del sector; pero debido a que en un porcentaje alto el nivel socio económico de Ecuador es de nivel medio, en un principio este posible problema no generará repercusiones.
- Con un 96,90% de aceptación, a los potenciales clientes les gustaría que las operadoras turísticas acoplen deportes de aventura a los paquetes tradicionales.
- Al desarrollar los deportes de aventura de manera adecuada se generará plazas de trabajo para la gente del sector.
- Si se hace una empresa modelo, la competencia se estandarizará, ya que si no se asemeja a esta, todo dependerá de cómo se hagan conocer y no de la seguridad u otro tipo de factor.

- Debido a la geografía apta de Ecuador los deportes de aventura podrían llegar a ser parte importante del producto interno bruto (PIB) como lo es en otros países en Sudamérica.
- Existen cada vez más consumidores que desean realizar deportes de aventura de cualquier tipo en las vacaciones o tiempo libre.
- Las competencias de carreras de aventura, están haciendo que los deportes de aventura cada vez sean más importantes en la mente del ecuatoriano, haciendo que cada vez más gente quiera subir una montaña o descender un río.
- Deporte Aventura maneja un sistema de alianzas para su operación, debido a esto genera ingresos económicos para otras operadoras además de generar ingresos propios.
- Los potenciales clientes están dispuestos a pagar precios que oscilan entre los 20 y los 40 dólares por realizar un solo deporte de aventura.
- La provincia de Napo con su Capital Tena, es potencialmente un destino turístico de aventura que generará ingresos económicos grandes mediante los deportes de aventura.
- Existe un 92,90% de aceptabilidad por ir de turismo a la provincia de Napo, por lo que es óptimo para crear una operadora de altos estándares de calidad en dicha provincia.
- Por lo tanto es viable la implementación de un modelo de gestión para determinar las potencialidades y los beneficios de los deportes de aventura al ser incorporados al sector turístico tradicional en la provincia de Napo, en Ecuador en el año 2014.

6.2. Recomendaciones

- Es recomendable iniciar el modelo de gestión para formar la operadora de turismo incorporando los deportes de aventura al turismo tradicional, basado en los datos que arroja la encuesta y la factibilidad financiera, el negocio sería rentable.
- El Ministerio de Turismo, se encuentra desarrollando un plan de publicidad Internacional, este es el momento en el que las empresas de turismo de

aventura deben atacar el mercado, ya que prácticamente el gobierno está poniendo en las manos de las operadoras campañas publicitarias gratuitas. De esta forma las empresas deben buscar la forma de conectarse con estos y la forma más fácil, es haciendo alianzas con las empresas que ya están cerca o acercándose a este mercado.

- Existe infraestructura para el turismo de aventura, por lo tanto existe en la provincia de Napo, por lo que se debería utilizarla para reducir costos.
- El apoyo gubernamental (para el crecimiento económico, micro-créditos), hará que las pequeñas operadores puedan entrar en los estándares de la empresa modelo, haciendo que se vuelvan competitivas ante las grandes operadoras.
- Una buena publicidad, logrará que las empresas aumenten sus posibles clientes, además de generar un crecimiento en la provincia de Napo.
- Se debe analizar constantemente las leyes, ya que en Ecuador, se vive un periodo cambiante en cuanto a las normativas para el funcionamiento de las empresas, agencias u operadoras.
- Estandarizar los reglamentos de operación, permitirá que las empresas pequeñas puedan crecer, generando empleo y haciendo que el manejo de los deportes de aventura sea totalmente seguro dentro de las capacidades del guía.
- La agencia modelo “Deporte Aventura”, hará que las empresas que trabajan informalmente, tengan una imagen de crecimiento o de lo que se puede implementar para generar nuevos ingresos económicos, convirtiéndose indirectamente en un modelo a seguir.
- La planificación de paquetes turísticos, hará que las pequeñas empresas puedan tener un control financiero, ya que si arman paquetes tendrán un mayor número de clientes y sabrán cuanto será el rendimiento de sus productos.
- La promoción de los deportes de aventura y de la agencia “Deporte Aventura” es un cimiento importantísimo para poder desarrollar los deportes de aventura, además de asegurar el funcionamiento y crecimiento de la empresa.

- El manejo de estándares internacionales dentro de los deportes de aventura son de vital importancia, para la seguridad de las actividades, haciendo que éstas funcionen como usualmente el turista internacional está acostumbrado en otras partes, así se generará una imagen mental dentro del consumidor, que el Ecuador no se encentra fuera de las normas internacionales y por ende su manejo ya es seguro.

BIBLIOGRAFÍA

Páginas web:

- 5.5 millones de personas tienen acceso a internet en Ecuador.
<http://andes.info.ec/2009-2011.php?p=141153>. Acceso (21/Ene/2014)
- Agencia Pública de noticias del Ecuador y Sudamérica. El PIB Ecuatoriano se acercará a los 100000 millones de dólares en el 2014.
<http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-acercara-100000-millones-dolares-2014.html>. Acceso (02/Feb/2014)
- Alan Valdez. ¿Cuál es el significado del método descriptivo de investigación?
http://www.ehowenespanol.com/significado-del-metodo-descriptivo-investigacion-sobre_135646. Acceso (14/Ene/2014)
- Ama la vida, rafting Napo, <http://www.amalavida.tv/novedades/rafting-en-napo>. Acceso (08/feb/2014)
- América Economía, Ministro argentino destaca crecimiento sólido del turismo,
<http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/ministro-argentino-destaca-crecimiento-solido-del-turismo>. Acceso (02/Feb/2014)
- Aporte del turismo en PIB de países de Sudamérica
<http://www.arecoa.com/destinos/2013/05/17/los-aportes-del-turismo-al-pib-de-los-paises-latinoamericanos>. Acceso (01/Feb/2014)
- Banco Central del Ecuador,
http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion. Acceso (27/Nov/2012) –
- <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/07/nota/1997356/ecuador-registro-inflacion-270-2013>. Acceso (21/Ene/2014)
- Banco Mundial, Argentina, <http://www.bancomundial.org/es/country/argentina>. Acceso (02/Feb/2014)
- Banco Mundial, Chile, <http://www.bancomundial.org/es/country/chile>. Acceso (02/Feb/2014)

- Capital de turismo de aventura <http://www.barilocheturismo.gob.ar/actividades/aventura/capital-nacional-del-turismo-de-aventura>. Acceso (21/Ene/2014)
- Cien mil Personas trabajan en el sector Turístico en Ecuador. <http://www.turismo.gob.ec/cien-mil-personas-trabajan-en-el-sector-turistico-en-ecuador>. Acceso (21/Ene/2014)
- Costo. <http://definicion.de/costo>. Acceso (14/Ene/2014)
- Dirección Nacional de Migración, Boletín estadístico Agosto 2013, http://www.captur.travel/web2011/estadisticas_turisticas/estadistica.html. Acceso (02/FEB/2013)
- Dolarización, <http://www.hoy.com.ec/especial/dolar/dolar10.htm>. Acceso (31/Ene/2014)
- Ecofinanzas. Ingreso Económico. http://www.eco-finanzas.com/diccionario/I/INGRESO_ECONOMICO.htm. Acceso (14/Ene/2014)
- Ecuador espera una visita de 1,2 millones de turistas en el 2013, Ecuador Inmediato. http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=192611&umt=ecuador_espera_visita_12_millones_turistas_en_2013. Acceso (21 / Ene/2014)
- Ecuador está viviendo un momento estelar en el Turismo. <http://www.turismo.gob.ec/author/turismo>. Acceso (21/Ene/2014)
- Ecuador registró inflación de 2,70% en 2013, <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/07/nota/1997356/ecuador-registro-inflacion-270-2013>. Acceso (21/Ene/2014)
- El Estudio de Mercado, <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/facultad%20de%20ciencias%20human%20y%20sociales/carrera%20de%20bibliotecolog%20y%20ciencias%20de%20la%20informaci%20n/09/mercadeo%20de%20informacion/8448169298.pdf>. Acceso (07/ene/2014)
- El Portal Empresarial Ltda., Que es el Análisis PEST, <http://decisionempresarial.com/ec/index.php/84-inteligencia-empresarial/120-analisis-pest>. Acceso (05/Abril/2014)

- El uso del internet avanza más rápido que el crecimiento en el mundo <http://elmundo.com.sv/uso-de-internet-avanza-mas-rapido-que-crecimiento-economico>. Acceso (24/Ene/2014)
- Epturismo, Chile busca elevar al 6% del PIB el aporte del turismo para 2014 <http://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-chile-busca-elevar-pib-aporte-turismo-2014-20130503120238.html>. Acceso (23/Ene/2014)
- Extranjeros en Ecuador quitan trabajo a nacionales. <http://foro.univision.com/t5/Comunidad-Ecuatoriana/extranjeros-en-ecuador-quitan-trabajo-a-nacionales/td-p/452110676>. Acceso (02/FEB/2013)
- Geografía cultural de Chile <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-3435.html>. Acceso (19/Ene/2014)
- Gustavo F, Cabeza. Gestión para Pymes. <http://gfcabeza.com/2009/09/27/que-es-y-para-que-sirve-la-matriz-foda>. Acceso (08/Ene/2014)
- Hened. Métodos Empíricos. <http://es.scribd.com/doc/21229743/metodos-empiricos>. Acceso (14/Ene/2014)
- Hexagon Consultores. Cifras Empleo – Desempleo – Subempleo en Ecuador <http://www.hexagon-group.net/files/MEILS/59.pdf>
- Peru un lugar ideal para la práctica de deportes de aventura <http://blogs.elcomercio.pe/puraaventura/2012/06/peru-un-lugar-ideal-para-la-pr.html>. (5/Ene/2014)
- Deportes de aventura en el mundo <http://deportes-aventura.es/deportes-de-aventura>. (14/Ene/2014)
- Brasil el mejor destino para turismo de aventura <http://termometroturistico.es/brasil-mejor-destino-para-turismo-de-aventura.html>. Acceso (02/FEB/2013)
- Los mejores lugares del mundo para practicar deportes extremos <http://turismoonline.com/turismo-extremo/mejores-lugares-mundo-deporte-extremo>. (24/Ene/2014)
- Turismo de aventura <http://www.amalavida.tv/clases-de-turismo/turismo-de-aventura>. (29/Ene/2014)

- Campeonato mundial de aventura 2014
<http://www.amalavida.tv/noticias/campeonato-mundial-de-aventura-ecuador-2014>. (28/Ene/2014)
- Rafting en Napo <http://www.amalavida.tv/novedades/rafting-en-napo>. (5/Ene/2014)
- Turismo en Tena <http://www.ecuador-turistico.com/2013/03/turismo-en-tena-lugares-turisticos.html>. (23/Ene/2014)
- Ecuador entre los 10 destinos del mundo para practicar deportes de aventura
<http://www.elmercurio.com.ec/332767-ecuador-entre-los-diez-mas-importantes-destinos-para-turismo-de-aventura/#.UsxcitLuI2s>. (3/Feb/2014)
- Destino de aventura Perú
http://www.go2peru.com/spa/destinos_aventura_peru.htm (Destino de deportes de aventura en el Perú). Acceso (23/Ene/2014)
- ¿Qué es el deporte de aventura? [://www.mi-web.org/miembros/5-eric/textos/56271-que-es-el-deporte-de-aventura](http://www.mi-web.org/miembros/5-eric/textos/56271-que-es-el-deporte-de-aventura). (4/Ene/2014)
- Turismo de aventura en Chile <http://www.welcomechile.com/turismo-aventura>. (18/Ene/2014)
- Inca Rural, Diseño de Proyectos de Desarrollo,
http://blog.unach.mx/vicente_castro/files/2011/11/Proyeccion_de_ingresos_y_egresos.pdf. Acceso (06/abril/2014)
- Javier Iturrioz del Campo, Diccionario Economico, TIR,
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>. Acceso (05/Abril/2014)
- Javier Iturrioz del Campo, Diccionario Economico, VAN,
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>. Acceso (05/Abril/ 2014)
- Julio Ochoa, Miguel Ortiz, Lorena Gallón, Jessica Arroyave. Investigación de Monitoreo de Desempeño. <http://www.slideshare.net/xisspano/expo-tipos-de-investigacin-presentation>. Acceso (14/ene/2014)
- La investigación exploratoria como alternativa.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/jimenez_r_mc/capitulo3.pdf f. (Robson, 1997: 167,42). Acceso (07/01/2014)

- La Revolución Ciudadana le entregó estabilidad política al país.<http://www.presidencia.gob.ec/la-revolucion-ciudadana-le-entrego-estabilidad-politica-al-pais>. Acceso (31/Ene/2014)
- Ley de turismo <http://www.feptce.org/doc/marco-legal/01-ley-de-turismo.pdf>. Acceso (20/05/2013)
- Lic David Guiu. Qué es el plan de Marketing y para qué sirve el plan de Marketing. <http://www.socialetic.com/definicion-de-plan-de-marketing-partes-del-plan-de-marketing.html>. Acceso (07/Ene/2014)
- Liliana Marlene Arriaga Huerta, Ma. Aurora Avalos Bazana y Mayra Alejandra de la Torre de la Fuente. Marketing mix: La fortaleza de las grandes empresas. <http://www.eumed.net/ce/2012/marketing-mix.html>. Acceso (11/03/2013)
- Los mejores destinos de turismo de aventura en Sudamérica,<http://www.viaje.info/destinos/los-mejores-destinos-de-turismo-de-aventura-de-sudamerica>. Acceso (23/Ene/2014)
- Los mejores destinos de turismo de aventura,http://www.portaldeluruguay.com/index.php?option=com_content&task=view&id=10431&Itemid=94. Acceso (23/Ene/2014)
- Los resultados más visibles. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/obras-los-resultados-mas-visibles-453130.html>. Acceso (02/Feb/2014)
- Mankiw, N Gregory. Principios de Economía. McGraw Hill, <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>. Acceso (18/Nov/ 2012)
- Manual de deportes de aventura, ministerio de turismo.
- Mauricio Torres. Planificación estratégica. <http://es.scribd.com/doc/50917397/Planificacion-Estrategica>. Acceso (28/Nov/2012)
- Metodología de la Investigación <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>. Acceso (14 /Ene/2014)
- Metodología de la Investigación. <http://encontexto.com/temas/investigacion/metodologia-de-la-investigacion-2-328.html>. Acceso (14/Ene/2014)

- Miniwatts Marketing group, Estadísticas mundiales del internet <http://www.exitoexportador.com/images/mundo2012FB.png>. Acceso (24/Ene/2014)
- Modelo De Gestión Administrativo. BuenasTareas.com. de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Modelo-De-Gestion-Administrativo/595372.html>. Acceso (28/Nov/2012)
- Norma O. Silvestre, El turismo de aventura algunos aspectos jurídicos <http://www.derechodelturismo.net/contenidosVer.php?contenidoID=279>. Acceso (22/Ene/2014)
- Norma Oficial Mexicana NOM-011-TUR-2001 http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=723685&fecha=22/07/2002. Acceso (21/Ene/2014)
- Secretaria Nacional de planificación y desarrollo. El Buen vivir en la constitución del Ecuador. <http://plan.senplades.gob.ec/3.3-el-buen-vivir-en-la-constitucion-del-ecuador>. Acceso (02/Feb/2014)
- Siglo XXI: nuevos valores, nuevas profesiones. Una perspectiva del ocio deportivo en la naturaleza integrado en el turismo <http://www.efdeportes.com/efd50/turismo.htm>. Acceso (23/Ene/2014)
- Turismo y PIB en Argentina, México y Chile <http://eldiario.com.uy/2012/07/19/turismo-y-pbi-en-argentina-mexico-y-chile>. Acceso (01/Feb/2014)
- Un fenómeno llamado Facebook. <http://especiales.elcomercio.com/2012/02/facebook>. Acceso (21/Ene/2014)
- Universidad de León. Campus Irapuato. Tipos de Investigación de Mercados. <http://generaciongoogleinstein.blogspot.com/2009/07/tipos-de-investigacion-de-mercados.html>.
- Deportes de Aventura, ¿Cuáles son los más practicados?, Overblog, http://es.overblog.com/Deporte_de_aventura_cuales_son_los_mas_practicados-1228321799-art333481.html Acceso(26/Feb/2014)
- Turismo de Aventura en Chile, 7 Lagos, <http://www.welcomechile.com/turismo-aventura/> Acceso (15Ene/2014)

- Los mejores lugares del mundo para practicar deportes extremos, Turismo online, <http://turismoonline.com/turismo-extremo/mejores-lugares-mundo-deporte-extremo> Acceso (15/Ene/ 2014)
- El método Analítico, Enciclopedia Virtual, <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1.htm> Acceso (23/Ene/2014)
- Metodología de la investigación, http://profesores.fi-b.unam.mx/jlfl/Seminario_IEE/Metodologia_de_la_Inv.pdf Acceso (23/Ene/ 2014)
- Estefanía Gonzales, Técnicas, Métodos Empíricos y tipos de investigación y de observación, <http://www.slideshare.net/MAGDAGONZALEZP/tcnicas-mtodos-empricos-y-tipos-de-investigacin-y-de-observacin-por-magda-gonzalez-p> Acceso (23/Ene/2014)
- Norma O. Silvestre, El turismo de aventura algunos aspectos jurídicos <http://www.derechodelturismo.net/contenidosVer.php?contenidoID=279> Acceso (22/Ene/2014)
- Norma O. Silvestre, El turismo de aventura algunos aspectos jurídicos <http://www.derechodelturismo.net/contenidosVer.php?contenidoID=279> Acceso (22/Ene/2014)
- Norma Oficial Mexicana NOM-011-TUR-2001 http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=723685&fecha=22/07/2002 Acceso (21/Ene/2014)
- El uso del internet avanza más rápido que el crecimiento en el mundo <http://elmundo.com.sv/uso-de-internet-avanza-mas-rapido-que-crecimiento-economico> Acceso (24/Ene/2014)
- Ministerio de Turismo, Ecuador, <http://www.turismo.gob.ec/>, Acceso (25/Ene/2014)
- Confederación de nacionalidades indígenas del Ecuador, Nacionalidades, <http://www.conaie.org/nacionalidades-y-pueblos/nacionalidades/amazonia>, Acceso (26/Ene/2014)
- Riesgo país de ecuador <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/riesgo-pais-del-ecuador-entre-mas-altos-de-america-latina-486019.html> (Enero 26 del 2014)

ANEXOS

ANEXO 1

TÉCNICA ENTREVISTA

ING. EVA RODRÍGUEZ Y MBA. CARLOS RTOLDÁN

Universidad Internacional del Ecuador (UIDE)

Buenos días estamos con Eva y Carlos de la Universidad Internacional del Ecuador, para conversar sobre el tema turismo y deportes de aventura

1. ¿Cuál es la competencia que tú puedes identificar en los deportes de aventura para Napo?

Eva: Bueno pues yo creo que uno de los destinos que tiene más potencial en cuanto a Turismo de aventura sería Baños, ofrece bastante lo que es trekking, rafting y kayak y después tal vez el Tena, en Napo por su proximidad y porque tiene todas las características que Napo ofrece, y luego tal vez como competencia secundaria Mindo.

Carlos: Bueno la competencia de Napo a mi parecer como dijo igual Eva puede ser un poquito más a las afueras del sector norte, noroccidente, Mindo, también puede ser la ciudad del Tena por su ubicación estratégica, de igual manera también puede ser Baños que tiene bastante acogida y tanta afluencia de gente.

Otro de los lugares donde se pueden hacer rafting en Ecuador es en Santo Domingo de los Tsachilas, en el río Toachi y en el río Blanco.

2. ¿Cuáles creen que son los hábitos de consumo de los potenciales clientes o consumidores?

Eva: Yo creo que algo que tiene mucho éxito aquí en el Ecuador es el trekking, todo lo que es senderismo, la gente viene mucho no solamente porque está la cordillera de los Andes, sino que vienen a ver los volcanes y andar sino incluso en la zona de la selva también, les gusta mucho pasear por ver la flora de allí que es endémica que es muy diferente a todo el resto de cosas que vemos y luego aparte deportes extremos también, el rafting se lleva bastante aquí en el Ecuador y kayak también.

Carlos: Existe un mercado creciente del tema de kayak, le he podido ver en una agencia que lo publicita mucho o lo promociona es “Ecuador Adventure”, conozco a uno de los guías, tengo que poder hacerlo, la gente también prefiere todos los

deportes de montaña como el trekking en toda la cordillera sur del Ecuador, Y bueno hay varias agencias especializadas, hay que enfocarse, hay que publicitar y hay que tomar las medidas respectivas en el tema de seguridad.

3.- ¿Creen ustedes que dentro de los deportes de aventura existen inductores o restrictores de la compra? ¿Cuáles serían?

Eva: Bueno para mí uno de los factores más importantes es la seguridad cuando vas a hacer deportes de aventura, ir con algún guía experimentado, que conozca del tema, que sea experto y que sea profesional y otro de los temas importantes es el atractivo que tenga el lugar, que sea un lugar en el que no solamente vas a vivir una experiencia extrema sino que vas a conocer un lugar diferente.

Carlos: Es importante tomar en cuenta que el ministerio de turismo saco una regulación para todos los guías de alta montaña, deben tener una licencia de guías, tienen que seguir su curso y es importante que los grupos se manejen dependiendo el número de personas con dos o tres guías, las vías de acceso es importante, los materiales que tengo que llevar, los equipos que tenga que llevar y bueno enfocarse un poquito en el control de esto, de esta nueva regulación que saco el ministerio de Turismo para que se desarrolle la actividad sin ningún inconveniente.

4. ¿Cuáles creen ustedes que son los términos de compra, la exigencia de los clientes sobre el servicio?

Eva: Exijo que sea un producto completo, que incluya todo; Guía, la actividad en sí, si dura varias horas quisiera que me den algo de comer, que sea un paquete turístico completo lo que me ofrecen, que yo no me tenga que preocupar de nada, transporte ni de equipo, es decir que me den todo, que esté en buenas condiciones y que me ofrezcan algún tipo de seguro también, es decir que a mí no me va a pasar nada y que si me pasa algo las agencias me van a cubrir de alguna forma o me van a apoyar de alguna manera.

Carlos: Concuerdo mucho con lo que dice Eva, en este sentido lo resumiría con la logística que maneje la empresa, el punto de encuentro, por lo general las empresas lo realizan la partida en la Shyris o en la plaza Foch, hay que salir temprano, hay que salir temprano, hay que tomar en cuenta ya que la puntualidad es un punto importante para desarrollar una actividad de aventura, que nos den un briefing, por lo general en la mañana siempre te dan una charla donde se indica todo lo que se va a hacer, es importante la comunicación entre la persona que oferta y el demandante, el transporte es bien importante, yo e participado en otros deportes de aventura, donde una agencia no tenía el transporte y nos tocaba ir en carro y a veces una persona se

perdía, entonces tal vez manejar un bus o una van o algún medio de transporte para ir en grupo y regresar en grupo, es importante un refrigerio, tal vez llevar “gatorade”, agua, se lleva en bidones y esto ayuda a hidratar a la gente, en este caso el tour que hice en bicicletas, el bus nos esperaba en un determinado puesto con “gatorade” con agua y con sánduches, es importante eso.

5. ¿Cuál creen ustedes que es la frecuencia de compra del ecuatoriano y del extranjero?

Eva: Bueno yo creo que para los dos el verano es un punto fuerte, ya sabes nacional o extranjero generalmente cuando tienes tus vacaciones de verano que son las vacaciones más largas y gusta salir a algún lugar donde te puedas ir unos días, ya sea con la familia la pareja, etcétera, los deportes de aventura lo bueno es que es una actividad que puedes desarrollar solo, con familia, pareja o con quien esté interesado en verano. Luego tal vez para la clientela extranjera la navidad, por lo que aquí en Ecuador hace buen clima y afuera suele hacer más frío y carnaval y semana santa.

Carlos: Siendo un poco más específico en los días festivos, en carnaval, en semana santa, hay un segmento de mercado que ya conoce los deportes de aventura y se van a realizar este tipo de actividad al norte, al sur del Ecuador, con sus compañeros de trabajo, por lo general por el tema del teambuilding, (Trabajo en equipo), se reserva lugares, se hace la contratación de los servicios, se organiza este tipo de actividades en estas fechas, en el verano también y como dijo mi compañera a fin de año también pueden venir muchos clientes extranjeros para demandar estos servicios y hay que tomar en cuenta que está creciendo este segmento de mercado y habría que publicitar y aplicar tanto el tema de seguridad como el tema de logística.

6. ¿Es importante que el cliente conozca el mix de marketing (Precio, Producto, Plaza y Promoción) de la empresa que contrate?

Eva: Es indispensable, es un trabajo de la operadora, porque en función de la comunicación y la promoción que la operadora hace el cliente va a ir o no va a ir a ese lugar, es primordial que la operadora haga una promoción, enfocada al público que está buscando y que sea conocida, o sea que la gente conozca qué es lo que se está ofertando ahí, a ver si elige o no determinada operadora. Y aparte pues el precio y el producto es indispensable que se conozca, pues el precio es uno de los factores que hace que se elija un lugar, un producto u otro. En cuanto al producto tienes que conocer todo lo que te está ofreciendo, que puedes hacer con ella, que te incluye y que no te incluye el paquete, esto va a hacer que el cliente decida si va o no a consumir ese tipo de producto.

Carlos: En el tema del producto las agencias tienen que diferenciarse, cada agencia tiene que tener un elemento diferenciador, ya sea en el servicio, logística, materiales, transporte, en el tema precio, debe tener precios accesibles para el consumidor, segmentando al consumidor nacional del consumidor internacional, manejar estos dos niveles de precios, la plaza tiene que ser específica del punto donde se encuentra la gente, tal vez en la plaza Foch, tal vez en baños, tal vez en Napo en la ciudad del Tena, en lugares específicos, obviamente con una infraestructura accesible que permita brindar seguridad al cliente y en cuanto a la promoción, a través de todos los temas de la globalización se puede promocionar todo a través del internet y en este sentido el contacto se lo hace a través de internet, entonces brindar toda la información respectiva a los clientes para tener un proceso de seguimiento para poder realizar la compra.

7. ¿Creen ustedes que los deportes de aventura están bien manejados en Ecuador y creciendo de manera adecuada?

Eva: Yo creo que han sido muy mal manejados los deportes de aventura aquí hasta ahora, por suerte ya se está tomando conciencia de eso por parte del ministerio, hicieron como tú mencionas un manual para regular todo el tema, pero la pena es que toda regulación que se está haciendo fue a partir de ciertos accidentes que tuvieron lugar, que se hicieron muy famosos y causó una mala publicidad para Ecuador incluso en el extranjero, pero claro, que están empezando a manejar mejor, estando conscientes que hay empresas que se han encargado de hacerlo muy bien, no son muchas, la mayoría son pequeñas empresas o pequeñas operadoras que lo han hecho un poco anárquicamente pero si hay empresas grandes que se han ocupado de tener buenas prácticas, pero no creo que sea lo general y ahora se las está impulsando por parte de gobierno.

Carlos: En esta pregunta concuerdo igual con Eva, hace muchos años se manejaba de mala manera, con temas muy irregulares, ahora se ha estado viendo algunos resultados o frutos de la gestión del ministerio que es el ente que regula esto con sus diferentes coordinaciones en el país, logrando así traer el mundial de aventura este año a Ecuador a través de la empresa proyecto aventura, que maneja Santiago. Eso va a ser una acción de promoción de Ecuador hacia el mundo, entonces no hay que desaprovechar esta oportunidad para reunirse entre todas las agencias, medio de comunicación y la universidad a través de los estudiantes involucrados en esta carrera para el beneficio de todos y para traer más gente a que conozca el Ecuador.

Eva: Y para formar a los profesionales, darles mayor capacitación, incluso en las universidades también darles a los alumnos protagonismo, que capten la importancia

que tienen las seguridades en el manejo de aventura, que no es cualquier cosa y que hay que ser profesional también.

Carlos: Hay un concepto en ingles que se llama Entrepreneurship (emprendedor), que tienen sus agencias y tienen mucha demanda como Paypawasi tour, Ruta Cero, que son agencias que ya están posesionándose y buscamos más emprendedores para que promocionen el país de una manera adecuada y segura.

ANEXO 2

ING. ANDRÉS CHARPENTIER

1. ¿A qué parte del sector turístico pertenece su negocio?

- Turismo de aventura

2.- Cree que los precios ofertados son:

- Bajos

3.- ¿Por qué cree que los precios son como los califica?

Porque desde que se iniciaron los deportes de aventura, no existido un acuerdo del sector para subirlos, ni tampoco ha existido diferenciación de los productos entre unos y otros para poder cobrar por el valor agregado que da la diferenciación y el sector privilegiado en el que trabajamos.

4.- ¿Cuál es el precio que considera justo para su negocio? ¿Porque?

Considero justo un promedio dependiendo el paquete, entre los 75 a 95 dólares, porque el nivel de guías es bueno y el paquete incluye por lo general: “rafting de todo el día, alimentación, zonas geográficas increíbles, y diseños de tour.

En otros países los precios oscilan entre los 100 dólares y el viaje es de 1 hora; además en Napo los ríos son limpios, que es otro extra positivo para el rafting que es uno de mis paquetes.

5.- ¿Cree usted que el sector turístico está bien manejado en la provincia de Napo?

No, está muy desorganizado.

6.- ¿Cómo podría mejorar el sistema que se lo maneja actualmente?

Mediante la integración y participación de los actores turísticos en todos sus niveles.

7.- ¿Sabe todos los requisitos que en la actualidad se necesitan para poder trabajar en Turismo?

Si los tengo muy claros, solo se debe pagar por todos los permisos, sin importar cuál sea la preparación de la persona que va a realizar las actividades que mencionamos.

8. ¿Cómo ve el manejo de los deportes de aventura?

Los veo “En Pañales”, recién está empezando a desarrollarse esta nueva tendencia, existe gente que ha aprendido a la “Criolla” y que trabaja ilegalmente, lo cual nos perjudica a todo.

9. La seguridad dentro de los deportes de aventura le parece:

- Satisfactoria

10. ¿Cuál es la razón de su calificación sobre la seguridad del manejo de los deportes de aventura?

Porque ha existido un boom de todos los deportes de aventura, siendo estos, carreras de aventura, carreras por buenas acciones o incluidos en los paquetes turísticos; esto a generado que muchísimas personas lo practiquen levándolos a que siempre mejoren.

11. ¿Le gustaría que exista una entidad, aparte del estado, que regule todas las certificaciones y acreditaciones que deben tener las empresas operadoras de deportes de Aventura? ¿Porque?

Si me gustaría, pero espero que no se vuelva un papeleo más, un sistema burocrático inservible.

Esto debería darse de arte de cada una de las empresas para si mismos, es decir, que cada una de las empresas capacitara a sus trabajadores con todas las herramienta necesarias y siempre estuviera renovándose.

Solo para personas que se desempeñen en “Turismo Tradicional” o “Turismo de Aventura”

12. ¿Es dueño de una operadora, agencia u otro tipo de entidad que realiza turismo tradicional o de aventura?

Si

13. ¿Trabaja para una operadora, agencia u otro tipo de entidad que realiza turismo tradicional o de aventura?

No

14. ¿Cómo considera los ingresos de los guías de cada uno de los determinados deportes de Aventura? ¿Por qué?

- Bajos

15. ¿Cuál considera un ingreso justo en dólares?

Si existen los aumentos de precios y siendo estos justos para la empresa y los clientes considero que deberían ser:

Rafting de 60 a 80 dólares

Bicis de 40 a 60 dólares

Selva de 40 a 80 dólares

16. ¿Le gustaría que la entidad de la que es dueño o para la cual trabaja, pasara por un proceso completo, en el cual además de cumplir con todos los requisitos de ley para su funcionamiento, capacitara a sus funcionarios?

Si Claro, pero la capacitación si no le llega a la gente no sirve: se necesita enseñar prácticamente y teóricamente, que sea constante, no simplemente llenar un puesto en cierto tipo de capacitación.

17. Estaría de acuerdo en que estas capacitaciones fueran:

- WFR o WAFA (Primeros Auxilios Avanzados en Áreas Rupestres)
- SWR (Rescate en Aguas Rápidas o Abiertas)
- Cursos de manejo de cuerdas, actividades en altura y manejo de equipo técnico)
- Curso de ciclismo de montaña, técnica de ciclismo, manejo de equipo técnico)
- Curso de Navegación y senderismo

- Curso de rescates y evacuaciones
- Curso de Servicio al Cliente

Si seguro, pero se debe en cierto curso a que se practique siempre, después del curso, “Hay que hacerlo constante”.

Se debe hacer todos los meses internamente después de haber recibido los cursos en la sede de las empresas o en lugares importantes.

En estados unidos se realiza tres veces al mes, así se lo aplica y se lo tiene al día

18. ¿Considera que si Napo tuviera un control más minucioso en cuanto al manejo de deportes de aventura, seguridad y excelente servicio la economía crecería, ya que aumentaría la demanda?

No creo que fuera una influencia grande simplemente dar los cursos, pero si existen además sistemas de promoción por parte de dicha entidad conjuntamente con las operadoras turistas sí. Ya que el sector está acreditándose y entrenando para que los consumidores se sientan seguros.

ANEXO 3

Sr. Santiago Miño

Asesor del Ministro de Turismo.

Ministerio de Turismo

1. ¿Cuál es la competencia que tú puedes identificar en los deportes de aventura para Napo?

En el Napo en la actualidad tiene ninguna competencia, porque es la única provincia que está organizada en el desarrollo de deportes de aventura, ya que los viene haciendo durante bastante tiempo. Sin embargo en el Puyo se realiza la competencia Pastaza Adventure de organización local que representa un buen potencial para el desarrollo del Turismo de Aventura y la integración de estos deportes fuertemente en su desarrollo turístico.

Otras provincias hacen deportes de aventura, pero ninguna tiene el entorno natural que tiene Napo, volviéndola prácticamente única.

2. ¿Cuáles creen que son los hábitos de consumo de los potenciales clientes o consumidores?

En el Napo la actividad de aventura más buscada es el rafting, la razón es porque tienen los mejores ríos para el desarrollo de este deporte, no obstante la mayoría de los turistas internacionales van por las caminatas en la selva, ellos van prácticamente a observar el ecosistema.

3. ¿Creen ustedes que dentro de los deportes de aventura existen inductores o restrictores de la compra? ¿Cuáles serían?

El mayor restrictor de compra es el dinero, esta razón se da porque los ecuatorianos que pueden adquirir o participar de estas actividades son un porcentaje relativamente bajo, además el temor a realizar estas actividades es grande, haciendo que esta combinación de restrictores, sea un factor problema para el turismo de aventura. Con la creación de ciertas regulaciones, hará que el factor miedo disminuya mejorando el crecimiento del turismo de aventura, porque el crecimiento económico es obvio.

En este momento, el principal inductor de compra son las carreras de aventura, la razón es que se han hecho muy comunes y cada vez más personas se une a este tema,

esto hace que se quiera participar de este tipo de actividades. La mayor información de actividades de aventura la tiene Napo.

4. ¿Cuáles creen ustedes que son los términos de compra, la exigencia de los clientes sobre el servicio?

Los posibles clientes y especialmente los ecuatorianos, siempre buscan el paquete completo, esto quiere decir, transporte, comida y tour.

La seguridad es parte de los términos, pero no influyen tanto a la hora de buscar un paquete, como los antes dichos. Lo que busca el ministerio de turismo, es que se logre hacer estas actividades de aventura con la seguridad adecuada para que el cliente se lleve una buena experiencia, mientras disfrutan de su paquete completo.

5. ¿Cuál creen ustedes que es la frecuencia de compra del ecuatoriano y del extranjero?

No existe un indicador de frecuencia de compra, pero se puede evidenciar de la siguiente forma:

Los extranjeros usualmente ingresan al país por turismo entre mayo-agosto y diciembre-febrero, estas son las fechas de mayor afluencia, ya que son fechas de vacaciones para distintas partes del mundo, esta sería la frecuencia de compra para el extranjero.

En la parte nacional, el turista frecuenta en días feriados y vacaciones de verano, que en el Ecuador se dividen en dos: verano de la sierra y verano de la costa. En estas fechas crece el turismo interno, en el Ecuador en general.

De estas dos formas se puede saber, que tan frecuentemente se puede promocionar los productos de turismo de aventura.

6. ¿Es importante que el cliente conozca el mix de marketing (Precio, Producto, Plaza y Promoción) de la empresa que contrate?

Es muy importante que se conozca el mix de marketing, pero hay muchas empresas ilegales que no los dan a conocer, estas empresas funcionan del boca a boca por ejemplo:

El cliente va al Napo y hace rafting, a este cliente le gusta mucho y el guía le dice “vuelve yo te hago un descuento, si vienes con tus amigos”. Esto ya le da mucha informalidad, fuera de que no saben si el guía tiene licencia, pero igual vuelven.

Pocas empresas tienen un buen mix de marketing, las que lo tienen están creciendo de buena forma ya que se dan a conocer y dan a conocer la provincia.

Se está realizando un nuevo reglamento donde se solicita a las empresas que especifiquen el Mix de Marketing para cada uno de sus tours.

7. ¿Creen ustedes que los deportes de aventura están bien manejados en Ecuador y creciendo de manera adecuada?

No existe en la actualidad un estudio que especifique esto, sin embargo es innegable que los deportes de aventura están creciendo; incluso este año se realizará en noviembre el Mundial de Aventura.

ANEXO 4

Nombre: Roberto Rueda S

(5 años trabajando en deportes de agua y 10 en otros deportes d aventura)

Edad: 27 años

Fecha: 2013-09-20

1. ¿A qué parte del sector turístico pertenece su negocio?

Turismo de aventura

2. Cree que los precios ofertados son:

Bajos

3. ¿Por qué cree que los precios son como los califica?

Porque es muy complicado subirlos si no existe una asociación de empresas y guías que se pongan de acuerdo. Como no hay entidades que regulen entonces no nos diferenciamos a imagen de la gente y tampoco existe apoyo del gobierno en regulaciones constantes.

4. ¿Cuál es el precio que considera justo para su negocio y porque?

Un promedio de 70 a 90 dólares, porque el servicio es bueno, la operación es caray el destino turístico es excelente.

5. ¿Cree usted que el sector turístico está bien manejado en la provincia de Napo?

No, no existe un control real de lo que está pasando en Napo, y tampoco hay entidades o empresas que junten al sector turístico.

6. ¿Cómo podría mejorar el sistema como se lo maneja actualmente?

Debería existir una reestructuración del funcionamiento administrativo, de imagen como país y como provincia.

7. ¿Sabe todos los requisitos que en la actualidad se necesitan para poder trabajar en Turismo?

Si

8. ¿Cómo ve en manejo de los deportes de aventura?

Mal manejado, debido a un crecimiento sin orden ni planificación

9. La seguridad dentro de los deportes de aventura le parece:

Ni satisfactoria ni insatisfactoria

Existen buenos y malos.

10. ¿Cuál es la razón por la que califica así a la seguridad en el manejo de los deportes de aventura?

Porque no es controlado, no se maneja bien, no hay capacitación y no hay quien regule.

11. ¿Le gustaría que exista una entidad aparte del estado que regule todas las certificaciones y acreditaciones que deben tener las empresas operadoras de deportes de Aventura? ¿Porque?

Sí, porque si es que es externo el que califique se dará mayor credibilidad, ya que el estado no tiene gente con las capacidades para evaluar y avalar, de esta manera si existen expertos haciéndolo la credibilidad será mayor.

Solo para personas que se desempeñen en “Turismo Tradicional” o “Turismo de Aventura”

12. ¿Es dueño de una operadora, agencia u otro tipo de entidad que realiza turismo tradicional o de aventura?

No

13. ¿Traba para una operadora, agencia u otro tipo de entidad que realiza turismo tradicional o de aventura?

Si

14. ¿Cómo considera los ingresos de los guías de cada uno de los determinados deportes de Aventura? ¿Por qué?

Bajos

Porque no justifica el trabajo y esfuerzo del día a día.

15. ¿Cuál considera un ingreso justo en dólares?

Rafting de 70 a 100 dólares

Bicis de 40 a 50 dólares

Selva 50 dólares

Cabalgatas de 70 a 100 dólares

16. ¿Le gustaría que la entidad de la que es dueño o para la cual trabaja pasara por un proceso completo, en el cual además de cumplir con todos los requisitos de ley para su funcionamiento, capacitara a sus funcionarios?

Sí, porque el nivel profesional de los que trabajamos subiría, seríamos más competitivos y mejor pagados.

17. Estaría de acuerdo en que estas capacitaciones fueran:

- WFR o WAFA (Primeros Auxilios Avanzados en Áreas Rupestres)
- SWR (Rescate en Aguas Rápidas o Abiertas)
- Cursos de manejo de cuerdas, actividades en altura y manejo de equipo técnico)
- Curso de ciclismo de montaña, técnica de ciclismo, manejo de equipo técnico)
- Curso de Navegación y senderismo
- Curso de rescates y evacuaciones
- Curso de Servicio al Cliente

Si porque sube el nivel en general y el estándar se vuelve más alto.

18. ¿Considera que si Napo tuviera un control más minucioso en cuanto al manejo de deportes de aventura, seguridad y excelente servicio la economía crecería, ya que aumentaría la demanda?

Sí, pero debe ir a la par con todo lo que involucra el sector turístico, mejores servicios enfocados a más mercados, entre ellos “las familias, los jóvenes entre 16 a 30 años, niños”.

ANEXO 5

Nombre: Abilene Dent

(8 años trabajando en deportes de agua y 10 en otros deportes de aventura)

Edad: 28años

Fecha: 2013-09-25

1. ¿A qué parte del sector turístico pertenece su negocio?

Turismo de aventura

2. Cree que los precios ofertados son:

Justos

3. ¿Por qué cree que los precios son como los califica?

Porque tenemos un buen servicio, bien organizado, guías de calidad y no abusamos de que son extranjeros viajando.

4. ¿Cuál es el precio que considera justo para su negocio y porque?

Ya que tenemos varios servicios, tenemos varios precios, pero el más común que es el viaje del río Jatunyacu que tiene un costo de 55 dólares por persona y el del río Jondachi y Hollin en 70 dólares por persona. Creo que esto es justo uno porque pagamos a nuestros guías un buen sueldo y nos preocupamos de que nuestros guías estén felices para que puedan rendir un mejor servicio, además damos un servicio de alimentación de primera.

5. ¿Cree usted que el sector turístico está bien manejado en la provincia de Napo?

No lo creo, estamos empezando y debería tener una organización clara.

6. ¿Cómo podría mejorar el sistema como se lo maneja actualmente?

Teniendo un control de precios de las empresas, guías de calidad, y excelencia en el servicio que se brinda, además de armar un programa de “conservación” para los

atractivos que aún no los ha destruido el ser humano y están disponibles para el turismo.

Un ejemplo claro es el de Baños:

La ciudad de Baños tiene un programa de manejo de plásticos reciclables por parte de las empresas de rafting en las calles, solo como aporte a la sociedad y al turismo, dando así un grano de arena para el entorno en el que desempeñan sus servicios turísticos.

7. ¿Sabe todos los requisitos que en la actualidad se necesitan para poder trabajar en Turismo?

Si, de hecho en “River People” que es donde trabajo actualmente cumplimos con todos los requisitos que la ley pide.

8. ¿Cómo ve en manejo de los deportes de aventura?

No muy bien, existe inseguridad e irresponsabilidad de muchas personas que se dedican a hacer deportes de aventura.

9. La seguridad dentro de los deportes de aventura le parece:

Insatisfactoria

10. ¿Cuál es la razón por la que califica así a la seguridad en el manejo de los deportes de aventura?

Hablando en general de los deportes de aventura, existe demasiadas imprudencias y accidentes o casi accidentes que pueden ser evitados; Por otra parte existe una rebaja de precios por parte de compañías no legítimas, lo cual afecta a la estandarización de precios y control de los mismos en el sector turístico, perjudicando gravemente a las empresas que si rinden un servicio. Además terminan cometiendo errores graves hacia los consumidores por no tener a su disposición suficiente dinero generado para tomar los cursos requeridos.

11. ¿Le gustaría que exista una entidad aparte del estado que regule todas las certificaciones y acreditaciones que deben tener las empresas operadoras de deportes de Aventura? ¿Porque?

Si, para que puedan tener más tiempo para controlar lo que está pasando y que sean personas que saben de la materia, no solo alguien del estado que va a ver solo permisos de funcionamiento. No sería tarea fácil Paúl pero alguien debería hacerlo.

12. ¿Es dueño de una operadora, agencia u otro tipo de entidad que realiza turismo tradicional o de aventura?

No, soy administradora y guía

13. ¿Trabaja para una operadora, agencia u otro tipo de entidad que realiza turismo tradicional o de aventura?

Si

14. ¿Cómo considera los ingresos de los guías de cada uno de los determinados deportes de Aventura? ¿Por qué?

En RiverPeople son justos

15. ¿Cuál considera un ingreso justo en dólares?

Depende de que operación turística se está haciendo, debería ser por lo menos de 50 dólares el día, pero varía por actividad.

16. ¿Le gustaría que la entidad de la que es dueño o para la cual trabaja pasara por un proceso completo, en el cual además de cumplir con todos los requisitos de ley para su funcionamiento, capacitara a sus funcionarios?

Definitivamente que sí.

17. Estaría de acuerdo en que estas capacitaciones fueran:

- WFR o WAFA (Primeros Auxilios Avanzados en Áreas Rupestres)
- SWR (Rescate en Aguas Rápidas o Abiertas)
- Cursos de manejo de cuerdas, actividades en altura y manejo de equipo técnico)
- Curso de ciclismo de montaña, técnica de ciclismo, manejo de equipo técnico)
- Curso de Navegación y senderismo
- Curso de rescates y evacuaciones
- Curso de Servicio al Cliente

Todas las mencionadas, es muy necesario cumplir con los requisitos expuestos para poder funcionar, generando crecimiento a las instituciones que se dediquen a la aventura y poder brindar seguridad al turista.

18. ¿Considera que si Napo tuviera un control más minucioso en cuanto al manejo de deportes de aventura, seguridad y excelente servicio la economía crecería, ya que aumentaría la demanda?

Si por supuesto, espero que esto realmente ayude al turismo y genere seguridad en los deportes de aventura.

ANEXO 6

Nombre: Juan Espinoza Chiriboga

Guía: Alta montaña, senderismo, ciclismo y escalada en roca.

Edad: 33 años

Juan Espinoza es un reconocido guía a nivel nacional el cual cuenta todos los certificados de cursos que se necesitan para ejercer como tal, tiene 12 años viviendo de esto y de los pocos que tienen trabajo todo el año.

Preguntas

1. ¿Qué tipos de clientes frecuentan los deportes de riesgo?
2. ¿Entre qué edades se encuentran estos?
3. ¿Por qué razón frecuentan el turismo en el Ecuador?
4. ¿Cómo llegan a ti los turistas para los cuales trabajas?
5. ¿Qué tipo de turismo prefieren?

Respuestas

1. En el caso de la mayoría de los guías que nos dedicamos a los deportes de aventura normalmente tenemos consumidores que son hombres y mujeres, la gran mayoría ecuatorianos y extranjeros de Canadá, Italia, Francia, USA y España que son los que más frecuentan mis servicios y normalmente los de los otros guías.
2. Se encuentran entre los 12 a 60 años sin descartar personas mayores a estos que también.
3. La mayoría por su diversidad de ecosistemas pero una pequeña pero representativa cantidad vienen por hacer deportes de riesgo.
4. Ellos se contactan conmigo a través de agencias que se dedican a esto y la gran mayoría provienen de los lugares ya mencionados y también por medio de mi hermana que vive en Europa.
5. La mayoría vienen a conocer la diversidad cultural del Ecuador y a observar la flora y la fauna, pero los restantes vienen para participar en actividades de riesgo incluyendo algunos que se salen de la rutina cultural uniéndose a los que quieren participar en deportes de aventura.

ANEXO 7

Edad ____; Genero, M ____ F ____; Fecha _____

1. ¿Qué opina usted de las empresas de turismo en Ecuador?

Muy satisfactorias _____
 Ligeramente satisfactorias _____
 Ni satisfactorias Ni insatisfactorias _____
 Ligeramente insatisfactorias _____
 Muy insatisfactorias _____

2. ¿Ha ido de turismo a la provincia de Napo?

Sí ____ No ____

Si su respuesta es positiva responda la siguiente pregunta, si es negativa pasa a la número 4.

3. Los servicios turísticos en la provincia de Napo (Tena, El Chaco, Quijos, Archidona, Calor Julio Aroseme Tola) son:

Marque con una X las características que crea convenientes.

Buenos	____	Excelentes	____	Rápidos	____	Atención eficiente	____
Accesibles	____	Malos	____	Pésimos	____	Lentos	____
Mala atención al cliente	____	inaccesibles	____	Costoso	____	Baratos	____

4. ¿Le gustaría ir de turismo a la provincia de Napo?

Sí ____ No ____

5. ¿Ha realizado deportes de aventura?

Sí ____ No ____

Si su respuesta es positiva continúe con la pregunta 6, si es negativa continúe con la pregunta 7.

6. ¿Cuáles de estos deportes de aventura ha realizado?

Rafting	___	Kayak	___	Ciclismo de montaña	___	Escalada	___
Rappel	___	Canyoning	___	Montañismo	___	Cabalgatas	___
Cannopy	___	Otros	___				

7. ¿Le gustaría que las operadoras turísticas acoplen estos deportes de aventura a sus servicios turísticos?

Sí ___ No ___

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por realizar deportes de aventura como parte del paquete turístico?

Solo por el deporte de aventura no por el paquete completo.

0 a 20usd	___;	20 a 40usd	___;	40 a 60usd	___;
60 a 80usd	___;	80 a 100usd	___	Más de 100	___

9. Compare a la provincia de Napo con las vacaciones tradicionales que realice usted, calificando de 1 al 10 cada uno de los siguientes aspectos.

Napo: Vacaciones Tradicionales suyas

Atractivos Turísticos	___	Atractivos Turísticos	___
Precios	___	Precios	___
Distancia	___	Distancia	___
Servicio al cliente	___	Servicio al cliente	___
Clima	___	Clima	___
Variedad de actividades	___	Variedad de Actividades	___
Alimentación	___	Alimentación	___