



FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN
DE UN CENTRO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA LAGUNA DE
YAHUARCOCHA,
CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras
y Turísticas.

PROFESOR GUIA

Walter Ocaña Z.

AUTORA

LEONELA ALEJANDRA CORONEL MURIEL

2012

DECLARACION DEL PROFESOR GUÍA

“Yo, Walter Ocaña declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante Leonela Alejandra Coronel Muriel, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

.....
Lcdo. Walter Ocaña

1716003940

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Yo, Leonela Alejandra Coronel Muriel, declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

.....

Leonela Alejandra Coronel Muriel

C.I. 1717554198

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme sabiduría, para poder cumplir una meta más en mi vida. A mis padres por darme la oportunidad de tener una carrera y por haberme apoyado incondicionalmente a lo largo de mi vida estudiantil. A mi tutor que fue una persona fundamental en el desarrollo de mi proyecto y que tuvo la paciencia y dedicación a guiarme de la mejor manera en el desarrollo del mismo. Y finalmente a mi supervisor de trabajo, que me supo ayudar y comprender cuando más lo necesite.

DEDICATORIA

A mis padres, a mi hermano Paúl y a mi abuelito René que desde el cielo me cuidan, y a mi familia en general, a mis profesores, así como también a mis compañeros que a lo largo de mi vida universitaria se volvieron verdaderos amigos.

RESUMEN

El presente es un estudio de pre factibilidad el cual ha sido orientado a la implementación de un “Centro de actividades turísticas en el sector de Yahuarcocha”, enfocándose en la realización de turismo de deportes y aventura y a la diversificación de la oferta de las actividades turísticas en el área de intervención, en el cantón de Ibarra y para la provincia de Imbabura.

En esta investigación es preciso tener claro las definiciones del turismo en general, para así poder centrarse en el turismo de deportes y aventura, se hizo un análisis del mismo tanto a nivel nacional como local, detallando así, que deportes son los que forman parte de la Norma Técnica Ecuatoriana de Turismo de Aventura. (MINTUR 2011) y con los cuales se va a trabajar.

Se estableció el estado actual del territorio tanto a nivel macro como micro, para de esta manera identificar que productos serian innovadores y acordes para implementar en la zona.

El estudio de mercado reflejo claramente que existe una gran demanda potencial insatisfecha, que con adecuadas estrategias de mercadeo podría ser captada. Así mismo estos datos nos ayudaron para poder establecer el tamaño del proyecto, la infraestructura y los productos (en este caso los deportes de aventura) que prefiere el visitante de la Laguna de Yahuarcocha.

En la ingeniería del proyecto se enfocó en la investigación del área de Lake Adventure, es decir la distribución de las áreas físicas, los insumos y materia prima que necesitaba para el funcionamiento del mismo, y por último el itinerario a realizar en cada deporte.

Por medio de la organización empresarial se identificó con cuanto personal se contará para que el centro de actividades turísticas “Lake Adventure” pueda funcionar prestando un servicio de calidad, estableciendo así también las funciones de los mismos, se identificó las políticas de la empresa.

El estudio financiero demostró que este estudio si es factible, donde se logró

determinar que el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad durante el periodo horizonte que tiene el proyecto.

Por éste y los demás estudios realizados se finaliza con las debidas conclusiones y recomendaciones que ameritan el desarrollo del mismo.

ABSTRACT

This is a pre-feasibility study which has been focused on the implementation of a "center of tourist activities in the field of Yahuarcocha", focusing on the conduct of sports and adventure tourism and diversification of supply of tourism in the intervention area in the canton of Ibarra and for the province of Imbabura.

In this research must be clear definitions of tourism in general, in order to focus on tourism and adventure sports, an analysis was made of the same at both the national and local detailing and that sports are part of Ecuadorian Technical Standard Adventure Tourism. (MINTUR 2011) and which will work.

Established the current status of the territory at both macro and micro, to thereby identify which products would be to implement innovative and chords in the area.

The market clearly reflects that there is great potential demand unmet, with appropriate marketing strategies could be captured. Also these data helped us to establish the size of the project, infrastructure and products (in this case the adventure sports) which prefers the visitor Yahuarcocha Lagoon.

In engineering the project is focused on research in the area of Lake Adventure, ie the distribution of natural areas, inputs and raw materials needed for the operation thereof, and finally the route to perform in each sport.

Through the business organization was identified to be counted as staff for the center of tourist activities "Lake Adventure" can function to provide a quality service, setting also functions the same as to identify company policies.

The financial study showed that this study if practicable, where it was determined that the project has solid foundations to ensure its profitability during the period which is planning horizon.

For this and other studies are completed with appropriate conclusions and recommendations that merit development.

INDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|-----------|
| CAPITULO I | 1 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... | 2 |
| 1.1.1 OBJETIVO GENERAL..... | 2 |
| 1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO..... | 2 |
| 1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 3 |
| 1.3.1 PROBLEMAS COMPLEMENTARIOS..... | 3 |
| 1.4 HIPÓTESIS | 4 |
| 2. MARCO TEÓRICO | 4 |
| 2.1 TURISMO..... | 4 |
| 2.1.1 CONCEPTO..... | 4 |
| 2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO. | 7 |
| 2.2 MODALIDADES DEL TURISMO DE NATURALEZA..... | 8 |
| 2.3 TURISMO ALTERNATIVO | 8 |
| 2.3.1 CONCEPTO..... | 8 |
| 2.4 TURISMO DE AVENTURA..... | 9 |
| 2.4.1 CONCEPTO..... | 9 |
| 2.4.2 TURISMO DE AVENTURA EN EL ECUADOR. | 9 |
| 2.4.3 NORMA TÉCNICA ECUATORIANA DE TURISMO DE AVENTURA. | 10 |
| 2.5 CENTRO TURÍSTICO..... | 12 |
| 2.5.1 CONCEPTO..... | 12 |
| 2.6. CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO | 12 |
| 2.6.1 CONCEPTO..... | 12 |
| CAPITULO II | 13 |
| 2. CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO | 13 |
| 2.1 CARACTERIZACIÓN FÍSICA - AMBIENTAL DE LA PROVINCIA | 13 |
| 2.1.1 UBICACIÓN..... | 13 |
| 2.1.2 CLIMA..... | 14 |
| 2.1.3 PISOS ALTITUDINALES | 14 |
| 2.1.4 BIODIVERSIDAD..... | 14 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.5 SISTEMAS LACUSTRES | 15 |
| 2.1.6 HIDROGRAFÍA..... | 17 |
| 2.2 CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL | 17 |
| 2.2.1 HISTORIA DE LA PROVINCIA DE IMPABURA | 17 |
| 2.2.8 LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROVINCIA..... | 20 |
| 2.2.8.1 POBLACIÓN POR CANTONES | 21 |
| 2.2.8.2 PUEBLOS Y NACIONALIDADES EN LA PROVINCIA..... | 21 |
| 2.3 CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA..... | 22 |
| 2.3.1 DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA PROVINCIA..... | 22 |
| 2.4 TURISMO EN IMBABURA..... | 23 |
| 2.4.1. GASTRONOMÍA..... | 25 |
| 2.4.2 LA ARTESANÍA, IDENTIDAD IMBABUREÑA..... | 25 |
| 2.4.3 PRINCIPALES FIESTAS CULTURALES DE GRAN ATRACCIÓN TURÍSTICA | 26 |
| 2.5 LAGUNA DE YAHUARCOCHA | 26 |
| 2.5.1 CARACTERIZACIÓN | 26 |
| 2.5.2 TURISMO EN YAHUARCOCHA | 28 |
| CAPITULO III | 31 |
| 3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO | 31 |
| 3.1 OBJETIVOS..... | 31 |
| 3.1.1 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO..... | 31 |
| 3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO..... | 31 |
| 3.2 METODOLOGÍA | 31 |
| 3.2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | 31 |
| 3.2.2 INSTRUMENTOS Y FUENTES | 32 |
| 3.2.3 LÍNEAS DE ACCIÓN | 33 |
| 3.3 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO | 33 |
| 3.3.1 DETERMINACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA..... | 35 |
| 3.3 DESARROLLO DE LA MUESTRA..... | 37 |
| 3.3.1 INFORMACIÓN PRIMARIA..... | 37 |
| 3.3.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA..... | 37 |
| 3.3.3 APLICACIÓN DE LA MUESTRA..... | 38 |
| 3.3.4 PERFIL DEL VISITANTE A LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO..... | 38 |
| 3.5 DEMANDA ACTUAL | 40 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | 41 |
| 3.5.2 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA | 42 |
| 3.6 OFERTA ACTUAL..... | 42 |
| 3.6.1. PROYECCIÓN DE LA OFERTA..... | 43 |
| 3.6.2 ANÁLISIS DE COMPETENCIA | 44 |
| 3.6.3. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA. | 45 |
| CAPITULO IV..... | 49 |
| 4. INGENIERÍA DEL PROYECTO..... | 49 |
| 4.1 LOCALIZACIÓN | 49 |
| 4.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN..... | 49 |
| 4.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN | 49 |
| 4.2 COBERTURA Y DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS | 50 |
| 4.2.1 BÁSICOS..... | 50 |
| 4.2.2 ACCESIBILIDAD | 50 |
| 4.2.3 COSTO Y DISPONIBILIDAD DE TERRENO | 50 |
| 4.3 INGENIERÍA DEL PROCESO | 51 |
| 4.3.1 TAMAÑO DE LA EMPRESA | 51 |
| 4.3.2 LISTA DE EQUIPO, MAQUINARIA, HERRAMIENTAS, ENSERES. | 52 |
| 4.3.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN..... | 53 |
| 4.3.4 CUADRO DE INVERSIONES | 56 |
| CAPITULO V..... | 57 |
| 5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL..... | 57 |
| 5.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO..... | 57 |
| 5.2 FILOSOFÍA EMPRESARIAL | 57 |
| 5.2.1 LA EMPRESA..... | 57 |
| 5.2.1.1 MISIÓN | 58 |
| 5.2.1.2 VISIÓN | 58 |
| 5.2.1.3 LOGOTIPO DE LA EMPRESA..... | 58 |
| 5.2.1.4 SLOGAN..... | 59 |
| 5.2.1.5 VALORES..... | 59 |
| 5.2.1.6 POLÍTICAS EMPRESARIALES HACIA LOS TURISTAS..... | 59 |
| 5.2.1.6.1 POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE..... | 59 |
| 5.2.1.7 ORGANIGRAMA EMPRESARIAL | 60 |
| | 60 |

| | |
|--|-----------|
| 5.2.1.7.1 GERENCIA | 61 |
| 5.2.1.7.2 ÁREA DE CONTABILIDAD | 61 |
| 5.2.1.7.3 ÁREA DE OPERACIONES..... | 62 |
| 5.2.1.7.4 RECEPCIONISTA..... | 62 |
| 5.2.1.7.4 GUÍA DE DEPORTES..... | 62 |
| 5.2.1.7.5 ÁREA DE VENTAS..... | 63 |
| 5.2.1.7.6 ÁREA DE SNACK BAR..... | 63 |
| 5.3 ASPECTOS LEGALES..... | 64 |
| 5.3.1 CONSTITUCION DE LA EMPRESA..... | 64 |
| 5.3.1.1 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN | 65 |
| 5.3.2 LICENCIA ÚNICA DE FUNCIONAMIENTO | 66 |
| 5.3.2.1 REQUISITOS PARA LA LICENCIA UNICA DE FUNCIONAMIENTO | 67 |
| CAPITULO VI..... | 68 |
| 6. ANALISIS FINANCIERO..... | 68 |
| 6.1 PROPUESTA DE INVERSIÓN | 68 |
| 6.1.1 INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA | 68 |
| 6.1.2 CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE | 70 |
| 6.2 CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD | 71 |
| 6.2.1 COSTO DE OPORTUNIDAD | 71 |
| 6.2.2. CÁLCULO DEL TRM (Tasa de Rendimiento Medio) | 72 |
| 6.3 PROYECCIONES | 72 |
| 6.3.1 INGRESOS | 72 |
| 6.3.1.1 VENTAS PROYECTADAS | 72 |
| 6.4 GASTOS PROYECTADOS | 73 |
| 6.5 ROL DE PAGOS DEL RECURSO HUMANO DEL PROYECTO..... | 73 |
| 6.6 PROYECCION DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS..... | 74 |
| 6.6.1 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS | 74 |
| 6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO..... | 75 |
| 6.8. FLUJO DE CAJA..... | 75 |
| 6.9 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN VAN Y TIR | 76 |
| Tabla 29..... | 76 |
| VAN O VALOR ACTUAL NETO..... | 76 |
| Tabla 30..... | 77 |
| TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)..... | 77 |

| | |
|---|-----------|
| CAPITULO VII..... | 81 |
| 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 81 |
| 7.1 CONCLUSIONES | 81 |
| 7.2 RECOMENDACIONES | 82 |
| REFERENCIAS..... | 83 |
| ANEXOS | 84 |

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación nace de la necesidad de ofertar en la laguna de Yahuarcocha, una propuesta técnica de turismo de deportes y aventura como una actividad relativamente nueva dentro de la tradicional oferta turística del lugar.

En tiempos actuales, el turista no busca un simple viaje, por el contrario, busca una experiencia que contribuya a su desarrollo y le brinde nuevos conocimientos, mejore su salud y le haga sentir útil realizando un bien a la humanidad o lugar que visita, según la publicación de Lisbona, Medina y Sánchez (2008) ; “El actual turista busca actividades deportivas que sean un reto personal, que realizándolas ayuden a mejorar su auto estima, de igual manera el turista actual tiene una mayor conciencia ambiental y tiende a utilizar servicios amigables con la naturaleza que tengan procesos de conservación o que sus operaciones no afecten los entornos naturales donde se desarrollan y además incentiven el desarrollo local”.

El turismo de deportes y aventura es un mercado creciente en la Industria Turística en todo el mundo, ya que ahora no solo se lo limita para los jóvenes, sino personas de todas las edades lo quieren practicar, generando amplias expectativas de desarrollo del mercado en esta modalidad turística.

El turismo de deportes y aventura es un mercado creciente en la Industria Turística en el mundo, como puede considerarse el caso del Ecuador que en el año 2010 de las 23 áreas naturales que tiene el país, fueron visitadas por 569.323 personas, de las cuales 337.092 fueron nacionales y 232.233 extranjeras, lo que representa un incremento del 2,4% respecto al año 2009; como indica el Boletín de Estadísticas Turísticas 2006 -2010 emitido por el Ministerio de Turismo; ya que ahora no solo se lo limita para los jóvenes, sino

personas de todas las edades lo quieren practicar, generando amplias expectativas de desarrollo del mercado en esta modalidad turística.

Actualmente el proyecto precisa de los estudios técnicos pre-operativos necesarios para la puesta en marcha, es así que el desarrollo de la presente investigación brinda la información requerida para determinar la factibilidad de un centro de actividades turísticas.

1.1 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar el estudio de pre factibilidad para la implementación de un centro de actividades turísticas, en la Laguna de Yahuarcocha, perteneciente a la Parroquia La Dolorosa del Priorato, de la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ◆ Determinar la oferta y demanda turística actual y potencial del segmento deportes y aventura en la cuenca baja de la Laguna de Yahuarcocha.
- ◆ Determinar la viabilidad técnica, organizacional y legal para la implementación del centro turístico.
- ◆ Realizar la evaluación financiera para la implementación del centro turístico en la laguna de Yahuarcocha.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto es una nueva alternativa de desarrollo turístico para las comunidades aledañas y para la ciudad de Ibarra por su cercanía, con la cual se busca incluir a todos los habitantes de Ibarra, hacerles notar que el turismo de deportes y aventura puede brindarles una nueva oportunidad económica, además de conservar el medio ambiente del sector y aprovechar los recursos naturales con que cuentan.

La Laguna de Yahuarcocha, es una zona natural y a su alrededor se tiene un autódromo internacional donde se realizan competencias automovilísticas. Existe una variedad de flora y fauna, por lo que se busca explotar este atractivo turístico sin alterar el ecosistema y siempre manteniendo la sustentabilidad y conservación de la laguna.

Según el catastro de establecimientos turísticos del Cantón de Ibarra se cuenta con dos hoteles en Yahuarcocha; “Imperio del Sol” y “El Conquistador” para brindar hospedaje a los visitantes, cuya capacidad de alojamiento es de 100 personas, existiendo servicio de restaurante y discoteca denominada “Estudio 54”.

En este sitio se pueden realizar todas aquellas actividades vinculadas con el turismo de deportes y aventura, como camping, cabalgatas, ciclismo, caminatas por los senderos, kayak y un sin número de actividades que se irán creando en función de los requerimientos de la demanda.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Escasa oferta turística relacionada a los deportes de aventura, limitando la permanencia de los visitantes, turistas nacionales y extranjeros en la laguna de Yahuarcocha.

1.3.1 PROBLEMAS COMPLEMENTARIOS

- Para la comunidad local el turismo está siendo explotado de una forma incipiente y tradicional, sin una diversificación que permita el aprovechamiento adecuado de los recursos naturales y culturales del sector, limitando su aprovechamiento como una potencial fuente económica.

- ♣ Deficiente aprovechamiento de las condiciones naturales y paisajistas de la Laguna de Yahuarcocha para realizar actividades de recreación, esparcimiento y ocio.
- ♣ Las y los visitantes que arribaron a la Laguna de Yahuarcocha limitan su estadía en el lugar debido a que no cuenta con una adecuada infraestructura y facilidades turísticas, así como un poco diversificada oferta de actividades turísticas.
- ♣ Limitado conocimiento de operadoras turísticas en el cantón que ofrezcan turismo de deportes y aventura.

1.4 HIPÓTESIS

Con la implementación del “Centro Turístico en la laguna de Yahuarcocha” se espera poner en valor al atractivo, así como la diversificación de la oferta turística actual, recuperando de esta manera el posicionamiento de la ciudad de Ibarra como destino turístico.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 TURISMO

2.1.1 CONCEPTO

La acción de viajar tuvo inicio desde la prehistoria cuando los seres humanos se desplazaban en busca de alimento. De un mejor clima y para evitar peligros con la finalidad de sobrevivir. Con el paso del tiempo, las personas se volvieron sedentarias y su motivación para viajar era la de comerciar sus cultivos a través de trueques de bienes. No obstante con el surgimiento de los grandes imperios en África, Asia y Medio Oriente, se crearon caminos y vías navegables, como también se desarrollaron vehículos sencillos para facilitar el desplazamiento de un lugar a otro, dando origen a los viajes organizados.

Los viajes organizados de los imperios; Persas, Asirios, Griegos, Egipcios y Romanos, regularmente, tenían fines militares, gubernamentales o de comercio para mantener una comunicación entre el gobierno emisario para observar el progreso de las guerras en sus imperios o para recolectar impuestos de sus ciudadanos; en ese entonces, el viajar no solo era un grupo de la sociedad, era también necesario para los arquitectos y artesanos, debido a las importaciones de sus diseños y construcciones que actualmente se pueden visitar en todo el mundo.

El término de turismo surgió como consecuencia del fenómeno que se generó con el desplazamiento de turistas ingleses a Europa continental durante las postrimerías del siglo XVIII y principios del siglo XIX.

Es en Inglaterra, donde por primera vez se le define y aparece en 1811 como; “La teoría y la práctica del viaje de placer” (Lanquar: 1978,8).

Posteriormente y conforme la actividad turística se va incrementando, surgen estudiosos, quienes describen y definen al turismo en concordancia con su especialización o profesión. Es de este modo como en Alemania aparece en 1929 “La Escuela Berlinesa” representada por investigadores del turismo, quienes, entre otras cosas, brindan definiciones más completas como es la siguiente de Schwink: (Fernández: 1978,28): Movimiento de personas que abandonan temporalmente el lugar de su residencia permanente por cualquier motivo relacionando con el espíritu, su cuerpo o su profesión.

Esta y otras definiciones de autores pertenecientes o no a esta escuela, hacen énfasis en el concepto de traslado temporal de personas por diversos motivos (cultura, placer, comercio, etc.) que no fueran a laborar o a fijar su residencia en el destino (inmigrantes), pues el carácter mismo de turista es viajar con regreso (vuelta) al lugar de origen, es decir, implica un ir y venir.

Otros investigadores, comprende en su definición aspectos distintos, que surgen del carácter multidisciplinario del turismo, el que ejerce un impacto socioeconómico relevante en el destino. Es así como en 1942, los expertos

suizos Hunziker y Krapf emiten su definición, la cual es quizás la más universalmente aceptada "Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa "(Fernández: 1978, 27).

Esta definición, sin embargo, no considera como turistas a quienes viajen por motivos de trabajo, lo cual hoy en día si es aceptado, por considerarse que estas personas demandan y utilizan servicios turísticos y del mismo modo, practican o participan en actividades consideradas como turísticas.

Lo que está claro, es que en la actualidad, turismo no solo implica el viaje de turistas, sino también todo el complejo proceso de organización, promoción y prestación de los múltiples servicios por ellos demandados, tanto en el origen como en el destino, lo cual implica evidentemente diversidad de relaciones y efectos (positivos y negativos) entre quienes participan en este fenómeno, sea de manera directa como indirecta. (Quesada: 2007, 7,8).

Existen muchas definiciones de turismo, las cuales presentan enfoques muy variados (migratorios, socioeconómicos, estadísticos, etc.) e incluso confusos, pues incluyen conceptos erróneos y hasta superficiales que consideran a esta actividad como industria o ciencia, o que atribuyen el carácter de turista a quienes viajan únicamente por placer o por recreación, pero no a los que lo hacen por negocios, trabajo, estudios, etc.

Por estas consideraciones, las definiciones se han venido dando y adaptando al que hacer y al ámbito de acción del fenómeno turístico de tal manera que las primeras únicamente nos referían a motivos de placer, a los que posteriormente se incorporaron otros elementos como: temporalidad (más de veinticuatro horas, menos de seis meses), traslado de personas, relaciones socioeconómicas y culturales que produce, etc. La organización Mundial del Turismo (OMT), propuso en 1991 una definición según la cual el turismo comprende "Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de

tiempo consecutivo o inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocio o por otros motivos” (OMT, 1995, 11)

Dentro de este contexto y considerando el carácter multidisciplinario y evolutivo del turismo es probable que los conceptos que definen a esta actividad en el presente, se modifiquen en el futuro.

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO.

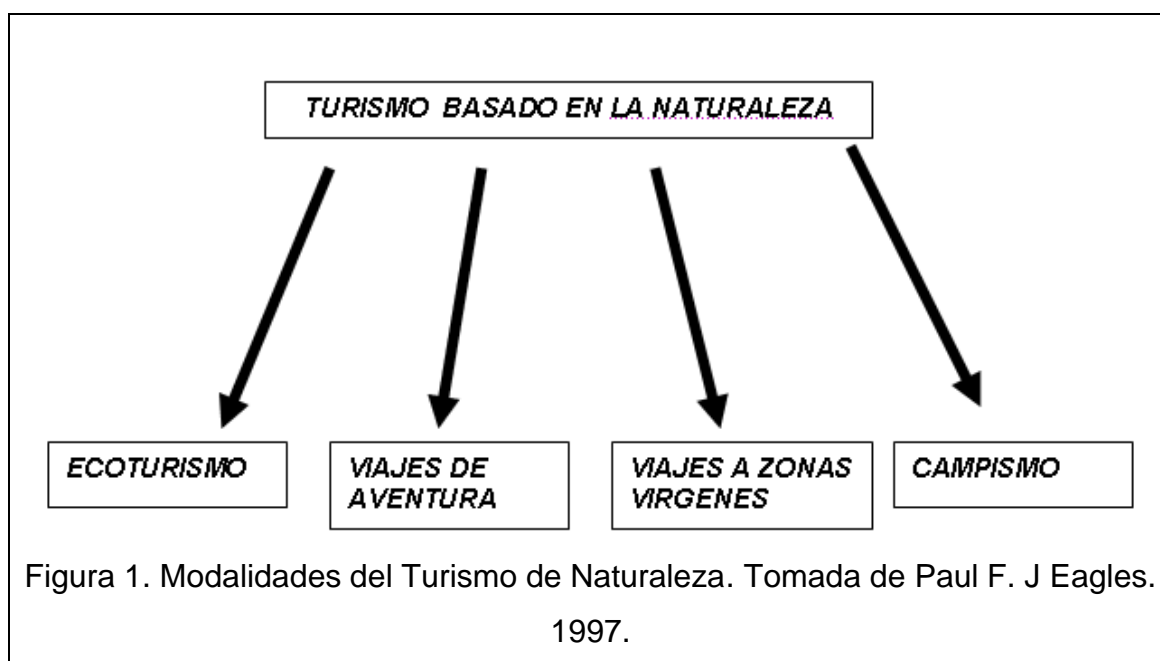
Las iniciativas turísticas están necesitadas de modelos de desarrollo turísticos, adecuados a las características fisiográficas, naturales- paisajísticas, medio ambientales, socioeconómicas y culturales de sus espacios, que permitan a través de su cohesión un desarrollo equilibrado y sostenible de los mismos. Así pues, como componentes básicos del producto turístico y su trascendencia en la socioeconómica de ciertos espacios, es necesario activarlos y extraer rentas de todos ellos, sobre todo de los que se consideran estáticos.

Los nuevos modelos de desarrollo turístico deben potenciar todos los elementos que componen un sistema y entre ellos los recursos territoriales turísticos constituyéndose, junto con el resto de elementos que conforma el sistema turístico, el “producto turístico” de un territorio.

Es el caso de los recursos naturales-paisajísticos, fiestas, acontecimientos culturales, religiosos programados, etc., para ir haciendo más compleja la actividad, a la vez que esta facilite una mayor especialización funcional, e ir introduciendo progresivas mejoras técnicas y tecnológicas, que permitan la oferta de productos sea más competitivo.

A su vez, una articulación entre los recursos turísticos del territorio frente a la demanda de las y los turistas y sus motivaciones ha generado diferentes modalidades turísticas, entre las modalidades más representativas destacan las relacionadas con las actividades culturales, religiosas, recreativas y fundamentalmente las vinculadas con la naturaleza.

2.2 MODALIDADES DEL TURISMO DE NATURALEZA.



Al turismo de naturaleza se lo ve como una forma de turismo netamente enriquecedora, siempre y cuando se respete el patrimonio natural y de la población local y se rijan al margen de capacidad de ocupación del lugar para que no se cometa ningún tipo de contaminación al lugar o lugar turísticos.

Como lo afirma el PLANDETUR 2020, Ecuador tiene una localización muy privilegiada para desarrollar turismo de naturaleza en todas sus ramas debido a su mega diversidad, además cuenta con 45 áreas protegidas, innumerables paisajes naturales, etc. éstos y muchos aspectos más, hace que “Los Sitios Naturales” sean los preferidos del turismo interno y receptivo. (PLANDETUR 2020, pág.11)

2.3 TURISMO ALTERNATIVO

2.3.1 CONCEPTO

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales que le envuelven, con

una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.” (SECTUR México, 2011)

“Turismo alternativo es el término que se utiliza, generalmente, para referirse a formas de turismo que buscan evitar cambios adversos sobre el patrimonio natural y cultural, pero intensificando positivamente los impactos sociales, culturales y medioambientales”. (Montaner, Jordi, 1998, pág.371)

Las personas cuando realizan el turismo alternativo, lo hacen en busca de aventura, deporte o conocimiento de nuevas culturas, esto les hace sentirse enriquecidos, formando parte de su crecimiento personal.

2.4 TURISMO DE AVENTURA

2.4.1 CONCEPTO

“Se entiende por actividades de turismo de aventura a aquellas actividades recreativas que involucren un nivel de habilidades físico-deportivas con riesgo identificado y en contacto directo con la naturaleza.” (Normativa Técnica de Turismo de Aventura del Ecuador. 2011)

2.4.2 TURISMO DE AVENTURA EN EL ECUADOR.

Gracias a la ubicación única que se encuentra el Ecuador hace posible que se pueda realizar todo tipo de deportes de aventura. En la cordillera de los Andes se puede realizar escalada, *trekking*, *canopy*, ciclismo, entre otros. Así también practicar *rafting*, *kayak* y demás deportes acuáticos en el mar, ríos, lagos y lagunas del país.

El Ministerio de Turismo afirma que el turismo de deportes y aventura se encuentra entre las 11 principales líneas de productos.

Así también, el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014 determina al turismo de deportes y aventura como uno de los tres productos claves y nuevo eje dinamizador en cuanto a turismo en el Ecuador se refiere, junto con

el ecoturismo y turismo cultural. (PIMTE, 2014, pág.55).

Algunos de los lugares que se encuentran como preferencia a la hora de realizar turismo de deportes y aventura encontramos destinos como; Baños de Agua Santa siendo el principal, Mindo, Lita, entre otros.

Entre las actividades más comunes que se realizan en el país se encuentran; ciclismo, cabalgata, *trekking*, escalada, exploración en la jungla, *kayak*, canoa, buceo, *snorkeling*, *windsurf*, *rafting*, *rapell*, 4 x 4, parapente, entre otros.

2.4.3 NORMA TÉCNICA ECUATORIANA DE TURISMO DE AVENTURA.

Según la Norma Técnica Ecuatoriana de Turismo de Aventura, se dividen a los deportes de aventura por líneas de producto:

Tabla 1

Clasificación de los deportes de aventura según línea de producto.

| CLASIFICACIÓN | DEPORTE Y AVENTURA | EN QUÉ CONSISTE |
|---------------|-----------------------------------|---|
| Terrestres | Cabalgata | Montando a caballo. Se requiere seguridad específica para el animal y el jinete |
| | Cicloturismo/ <i>biking</i> | Recorrido en bicicletas de alta montaña o carretera. El <i>biking</i> se lo practica en bicicletas todo terreno por terrenos irregulares con diferentes grados de dificultad. |
| | Montañismo (media y alta montaña) | Disciplina deportiva que consiste en realizar excursiones por las montañas. Es también el conjunto de técnicas, conocimientos y habilidades |

| | | |
|------------------|--|---|
| | | orientadas a la realización de este objetivo. |
| | <i>Trekking</i> o senderismo | Actividad deportiva no competitiva que se realiza sobre caminos naturales. |
| | <i>Canyoning</i> o descenso de barrancos | Deporte en los cañones con una variedad de técnicas que pueden incluir caminatas, trepar, escalar, saltar, rappel, y/o natación. |
| | <i>Hiking</i> o excursionismo | Muy asociado a actividades de recorrido largo. Consiste en realizar campamentos estacionales en zonas de alta exigencia física y mental. |
| Fluviales | Kayak de Río | Actividad similar al <i>rafting</i> , solo que para la navegación se usa kayak, igual que en el kayak de mar. |
| | <i>Rafting</i> o descenso de río | Actividad deportiva y recreativa que consiste en recorrer el cauce de ríos en la dirección de la corriente en embarcación o balsa. Por lo común los ríos que se navegan tienen algún grado de turbulencia (rápidos) y proveen grados de dificultad. |
| Fluvial/Oceánico | <i>Tubing</i> | Actividad recreativa donde un individuo se monta sobre un globo de aire y es arrastrado sobre agua, nieve o por aire. En Ecuador se lo realiza sobre lagunas y mares. |
| Oceánicos | Kayak de mar | El kayak de mar es un deporte de aguas abiertas. Se lo practica en embarcaciones llamadas kayak que son pequeñas embarcaciones marinas |

| | | |
|--------|--------|---|
| | | con cubierta, donde el palista va sentado en el interior y semi cubierto por una faldón propulsándose con una pala de dos hojas. |
| Aéreos | Canopy | Es un cable con polea suspendida por dos cables montados con inclinación que permiten el transporte a lo largo de quebradas, copas de los árboles, etc. |

Adaptado de la Norma Técnica Ecuatoriana de Turismo de Aventura. (MINTUR 2011).

2.5 CENTRO TURÍSTICO

2.5.1 CONCEPTO

“Es todo conglomerado urbano, que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de jerarquía, suficientes para motivar un viaje turístico.” (Terminología turística, pág. 2)

2.6. CENTRO TURÍSTICO RECREATIVO

2.6.1 CONCEPTO

Debido que en nuestro país no hay un concepto claro de lo que es un centro turístico recreativo, se puede decir que es un lugar o espacio dentro de una ciudad, destinado a actividades recreativas el cual puede ser público o privado y cuyo fin es otorgar un espacio de entretenimiento.

Siendo Yahuarcocha, un atractivo turístico natural que gracias a sus condiciones de ubicación geográfica, topográfica, así como de flora y fauna hace de este, el lugar ideal para la recreación, ocio y distracción de los visitantes, turistas nacionales y extranjeros.

2.1.2 CLIMA

La provincia de Imbabura posee varios tipos de climas, que constituyen la base del desarrollo productivo y turístico.

La temperatura media anual oscila entre 9,9 °C (Estación Meteorológica Inguincho) y 22,9 °C (Estación Meteorológica Lita).

Los rangos de precipitación media anual varían entre 310,3 mm (Estación Meteorológica Salinas) y 3.598 mm (Estación Meteorológica Lita).

2.1.3 PISOS ALTITUDINALES

Tabla 2

Pisos altitudinales de las cabeceras cantonales de la provincia de Imbabura.

| Altitud media de la capital provincial y cabeceras cantonales | |
|--|----------------|
| Ibarra | 2.220 m.s.n.m. |
| Otavalo | 2.460 m.s.n.m. |
| Atuntaqui | 2.240 m.s.n.m. |
| Cotacachi | 2.360 m.s.n.m. |
| Urcuquí | 2.270 m.s.n.m. |
| Pimampiro | 2.080 m.s.n.m. |

Tomado del Plan de desarrollo del Gobierno Provincial de Imbabura 2009.

2.1.4 BIODIVERSIDAD

La provincia tiene importantes áreas protegidas, con variados ecosistemas, especies vegetales, animales, recursos genéticos y sistemas lacustres para su aprovechamiento sostenible, con fines productivos y turísticos.

Las potencialidades productivas de Imbabura tienen en el turismo un eje articulador del desarrollo estratégico de la provincia.

Tabla 3
Áreas Protegidas de Imbabura.

| Áreas Protegidas de Imbabura | |
|------------------------------|------------------|
| Descripción | Superficie (has) |
| Reserva Cotacachi-Cayapas | 17 |
| Reserva Cayambe Coca | 855 |
| Fuera | 10.315 |
| Total | 11.187 |

Adaptado del Ministerio del Ambiente. 2010.

“Las áreas protegidas representan en total apenas el 6.47% del territorio provincial de Imbabura” (Ministerio del Ambiente, 2010, Imbabura). En estas áreas existe una alta biodiversidad representada por numerosas especies vegetales, animales y recursos genéticos, poseen además abundantes recursos hídricos y minerales.

2.1.5 SISTEMAS LACUSTRES

Tabla 4
Sistemas lacustres más importantes de Imbabura.

| | ALTITUD | ÁREA | ESTADO | TURISMO |
|--------------------|---------------|--|----------------------------|--|
| LAGUNA | 2.185 msnm | 187,5 hectáreas de superficie y | Deterioro Ambiental | Oferta Gastronómica Alquiler de cuadrones Paseos en lanchas |
| YAHUARCOCHA | | 5.5 metros de profundidad. | | Competencias en el Autódromo Internacional |

| | | | | |
|---|---------------|---|--------------------------------|---|
| LAGO SAN PABLO | 2.625 msnm | 615.6 hectáreas de superficie y 30 metros de profundidad. | Deterioro Ambiental | Paseos en lancha, competencias de vela y tradicional cruce al lago San Pablo. |
| LAGUNA CUICOCHA | 3.060 msnm | 403.12 hectáreas de superficie y 150 metros de profundidad. | Ligeramente Intervenido | Paseos en lancha, autódromo, pesca recreativa |
| LAGUNA MOJANDA | 3.714 msnm | 256.7 hectáreas de superficie y 150 metros de profundidad. | Ligeramente Intervenido | Pesca de Truchas |
| PIÑAN, CUNRRO CUBILCHE, PURUHUANTA, CRISTONCOCHA | | | Sin intervención humana | practica la pesca. |

Adaptado por el Plan de desarrollo del Gobierno Provincial de Imbabura 2009.

2.1.6 HIDROGRAFÍA.

En lo que respeta a los recursos hídricos se los utiliza en la generación de energía eléctrica, agua para riego, agua para el consumo humano y otros usos entre ellos el turístico, se constituyen en la base para un sostenido crecimiento económico y social.

Las cuencas de los ríos Mira y Esmeraldas son las más importantes redes hidrográficas de la región norte y tienen sus orígenes en las estribaciones altas de la Sierra Norte.

2.2 CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL

2.2.1 HISTORIA DE LA PROVINCIA DE IMPABURA

El Congreso Gran colombiano, reunido en Bogotá, el 25 de junio de 1824, creó la Provincia de Imbabura, de tal manera que en un inicio la Provincia de Imbabura, se extendía desde Rumichaca al norte hasta el Río Guayllabamba, al sur, su capital siempre fue Ibarra; y, formaban parte de esta provincia en un principio los cantones Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Cayambe, pero posteriormente, Cayambe pasó a formar parte de Pichincha y se creó la Provincia de Veintimilla, lo que hoy se conoce como Provincia del Carchi, de manera que separándose ese territorio, Imbabura quedó con los cantones que hoy se conocen añadiéndose el cantón Antonio ante, el 2 de marzo de 1938, el cantón Pimampiro, el 26 de mayo de 1981 y el cantón Urcuquí, el 9 de febrero de 1984.

Desde un inicio esta provincia se ha caracterizado por tener guerreros valientes y rebeldes, los señoríos de Quito, Cayambe y Caranqui, pusieron una gran resistencia a la invasión inca, tal es así que la lucha duró hasta la catastrófica derrota en Yahuarcocha, pese a la alianza de Huayna Cápac con la legendaria Quilago, a la construcción del templo del sol y de su palacio en

Caranqui y al hecho de que su hijo Atahualpa nació aquí, es por ello, que la huella cultural del incario en esta región fue menor a la de otras provincias.

En la década de 1530, los españoles se asientan en Otavalo, imponiendo de esta manera, su lengua, costumbres y religión, además de los obrajes, la encomienda y la mita, convertidos en crueles sistemas de explotación de hombres, mujeres y niños.

Las condiciones inhumanas de trabajo y las enfermedades extrañas, como la viruela, ocasionaron la acelerada disminución de la población indígena.

Con la presencia española los indígenas pasaron a la servidumbre, su asimilación étnica por medio del mestizaje fue paulatina, cuando la población aborígen disminuyó, se importaron los esclavos negros para reemplazar a los indios en el trabajo de los valles cálidos de Salinas y el Chota.

El cobro exagerado de tasas e impuestos, el maltrato de autoridades y encomenderos provocaron sublevaciones, tal es así que en 1679, once mil indios de Pimampiro huyeron en una noche a las montañas y nunca más regresaron; y, en 1777, se dio la “sublevación espantosa y sangrienta” de Otavalo, San Pablo, Cotacachi, Auntauqui y Caranqui.

Esta provincia así mismo, se ha destacado desde un inicio por ser muy productiva, ya en el siglo XVIII, fue muy fértil, con abundantes frutos, especialmente trigo, ganados mayores y menores, con excelentes pastos, abundante caña de azúcar, tiene una gran variedad de grandes fábricas de paños, telas de lana y algodón.

Fabrica lienzos ordinarios y otras telas llamadas macanas, unas lisas y adamascadas otras, unas de mota menuda, llamadas confitillo y otras de felpa, todas muy estimadas, que hacen considerable comercio. Aquí se hacen

petaquillas y otros utensilios curiosos de juncos partidos, y teñidos de diversos colores.

Es decir, no todo fue explotación y maltrato, con la presencia española hubo desarrollo que dio importancia a la educación y al comercio.

El 28 de septiembre de 1606, se fundó la ciudad de Ibarra y el corregimiento del mismo nombre que se extendía desde el puente de Rumichaca, por el norte, por el occidente hasta el pueblo de Otavalo, por el sur oriente hasta la laguna de Cochicaranqui; y, por el nor-occidente hasta los pueblos de Lita, Quilca y Cahusquí.

El 10 de agosto de 1809, cuando Quito proclamó su independencia, los cabildos de Ibarra y Otavalo plegaron al movimiento, es así que la Junta Suprema dio a Ibarra la categoría de ciudad y a Otavalo, la de villa.

La reacción española no se hizo esperar y venció a las tropas de la Junta de Gobierno en San Antonio de Ibarra el 27 de noviembre de 1812 y en Yahuarcocha, el 1 de diciembre, Sámano apresó al Comandante Francisco Calderón y lo fusiló en la plaza mayor de Ibarra, el 3 de diciembre.

En 1820 se reanudó la guerra libertaria, los pueblos de Imbabura, apoyaron con hombre, vituallas y dinero a la causa de la independencia.

El hecho más trascendente fue la Batalla de Ibarra, el 17 de julio de 1823, cuando el Ejército patriota, comandado por el propio Bolívar, triunfó sobre el general Agustín de Agualongo. El Libertador, reconoció el apoyo de los imbabureños y otorgó a Otavalo e Ibarra, el estatuto de ciudad.

El 16 de agosto de 1868, un terrible terremoto destruyó totalmente Ibarra, así mismo, hubo grandes daño en Otavalo y Cotacachi, muriendo 20.000

imbabureños en esta tragedia, es así que la capital provincial fue reconstruida a partir de 1872.

Esta provincia ha vivido un permanente desarrollo social, económico y educativo, manteniéndose hoy como una de las provincias más importantes del Ecuador.

En 1829 el ferrocarril llegó a Ibarra.

2.2.8 LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROVINCIA

Según el censo poblacional del 2010, la población de Imbabura es de 398.244 habitantes, en el siguiente cuadro se podrá estimar como está conformada la misma en cuanto a sexo y edad.

Tabla 5
Población de Imbabura por sexo y edad

| GRANDES GRUPOS DE EDAD | SEXO | | |
|------------------------|---------|---------|--------|
| | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
| DE 0 A 14 AÑOS | 64295 | 62673 | 126968 |
| DE 15 A 64 AÑOS | 114565 | 124484 | 239049 |
| DE 65 AÑOS Y MAS | 14804 | 17423 | 32227 |
| TOTAL | 193664 | 204580 | 398244 |
| | | | |

Tomado del CENSO POBLACIONAL 2010

Las mujeres representan un mayor número con respecto a los hombres de la provincia de Imbabura, es así que existen 204.580 mujeres y 193.664 hombres.

2.2.8.1 POBLACIÓN POR CANTONES

La mayor población de Imbabura se registra en el cantón Ibarra con el 45.5%, seguida del cantón Otavalo que representa el 26.3% como se lo expresa en el siguiente gráfico:

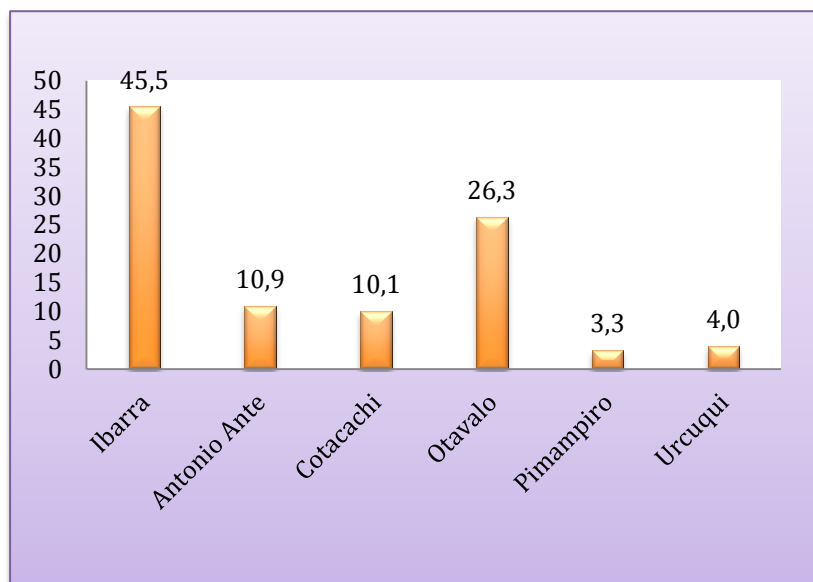
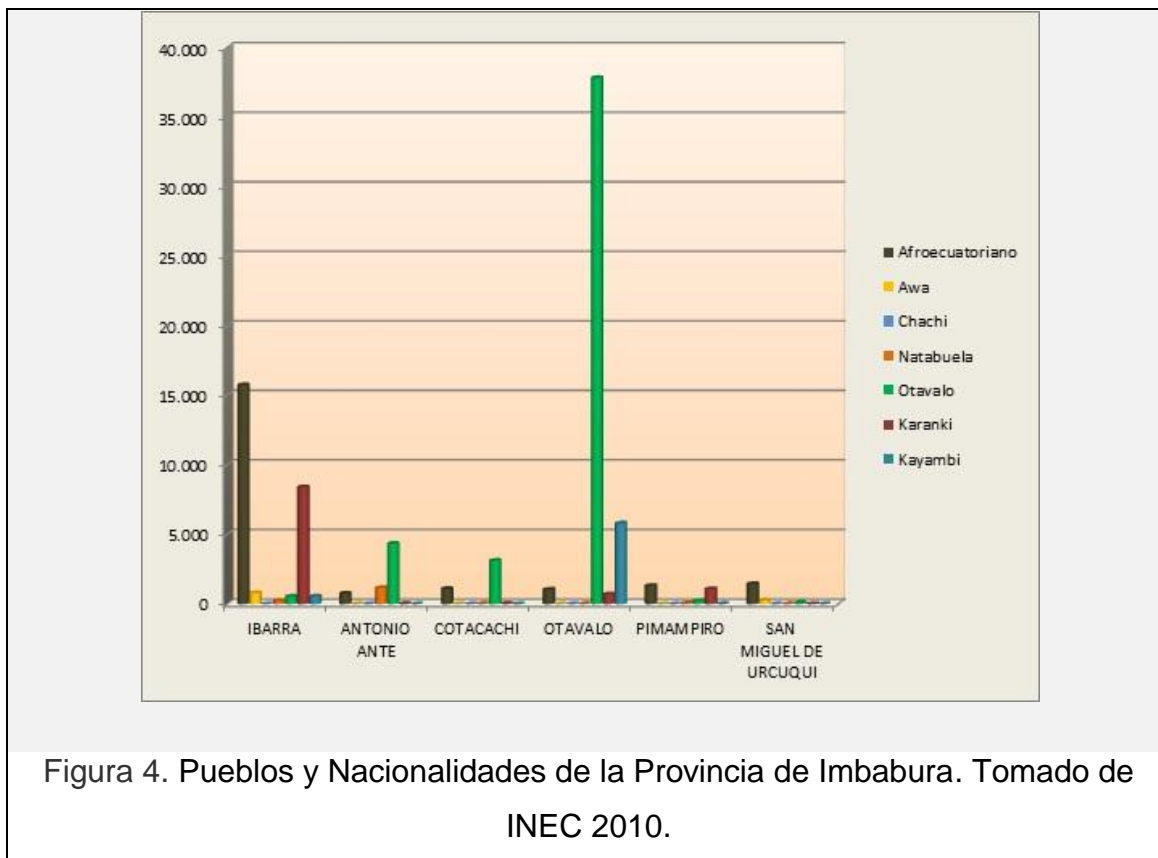


Figura 3. Porcentaje de la población de Imbabura por cantones. Adaptado del Censo Nacional de población y vivienda 2010.

2.2.8.2 PUEBLOS Y NACIONALIDADES EN LA PROVINCIA.

En el censo 2010, la composición étnica en la provincia, está comprendida por varias nacionalidades y pueblos indígenas, con una predominancia en los pueblos de: Otavalo, Kayambi, Natabuelas, Awa, Chachis, Karanki y Afroimbabureños. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico;



2.3 CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA

2.3.1 DESCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA PROVINCIA.

Tabla 6
Sectores Productivos de la Provincia de Imbabura.

| | |
|---|----------------------|
| Provincia de Imbabura | 2.474.923.305 |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. | 6.251.218 |
| Industrias manufactureras. | 171.406.144 |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado. | 695.676 |
| Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento. | 27.659.961 |

| | |
|---|---------------|
| Construcción. | 1.380.573 |
| Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas. | 1.117.500.948 |
| Transporte y almacenamiento. | 4.433.596 |
| Actividades de alojamiento y de servicio de comidas. | 51.252.942 |
| Información y comunicación. | 35.845.480 |
| Actividades financieras y de seguros. | 179.032.127 |
| Actividades inmobiliarias. | 9.027.945 |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas. | 22.760.339 |
| Actividades de servicios administrativos y de apoyo. | 6.398.549 |
| Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria. | 439.754.140 |
| Enseñanza. | 338.024.585 |
| Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social. | 35.932.206 |
| Artes, entretenimiento y recreación. | 18.353.893 |
| Otras actividades de servicios. | 9.212.984 |

Adaptado por el Censo Nacional Económico 2010

El turismo, como parte de sector servicios, es un eje fundamental del proceso productivo Imbabureño, por la larga cadena de actividades involucradas: hotelería, artesanías, gastronomía, comunicaciones, transporte, entre otros.

2.4 TURISMO EN IMBABURA

Imbabura, después de Quito y Guayaquil es la provincia más visitada del país por turistas extranjeros, siendo su principal el mercado colombiano. Así también es uno de los destinos turísticos preferidos por el turismo interno, especialmente Quito.

Los atractivos turísticos de Imbabura se los ha caracterizado en “Sitios Naturales” y “Manifestaciones Culturales”. La categoría de Manifestaciones

culturales representa el 70% de la provincia, siendo los Sitios naturales el 30% restante. (Gobierno Provincial de Imbabura, 2009)

Sin embargo estas afirmaciones por parte del Gobierno Provincial de Imbabura toma muy poco en cuenta a la gran cantidad de atractivos y escenarios naturales que tiene la provincia, dando como resultado la limitada diversificación de la oferta en esta modalidad, por su parte Mindo y Baños de Agua Santa han logrado utilizar sus atractivos naturales para ofrecer actividades como el turismo de deportes y aventura lo que permite que los visitantes se conviertan en turistas ya que sus estadías se prolongan.

Tabla 7

Principales Atractivos Naturales más visitados en la Provincia.

| Nombre del atractivo turístico | Cantón |
|--|---------------|
| Volcán Cotacachi | Cotacachi |
| Volcán Imbabura | Ibarra |
| Laguna de Yahuarcocha | Ibarra |
| Lago San Pablo o Imbakucha | Otavalo |
| Laguna de Cuicocha | Cotacachi |
| Valle del Chota | Ibarra |
| Valle de Ambuqui | Ibarra |
| Zuleta – Ibarra | Ibarra |
| Termas de Cachimbiro | Urcuqui |
| Reserva natural Cotacachi-Cayapas | Cotacachi |
| Cascada de Peguche | Otavalo |

Tomado del Municipio de Ibarra, 2008

2.4.1. GASTRONOMÍA.

La gastronomía Imbabureña es reconocida a nivel nacional e internacional, así podemos apreciar los siguientes platos típicos de esta provincia.

- ◆ Helados de paila
- ◆ Cuyes
- ◆ Fritadas
- ◆ Platos típicos
- ◆ Dulces: Nogadas, Arropes de mora
- ◆ Elaborados de maíz: Choclotandas, Humitas, Tamales, Quimbolitos,
- ◆ Empanadas de morocho, Chicha de Jora

2.4.2 LA ARTESANÍA, IDENTIDAD IMBABUREÑA

Las artesanías de Imbabura tienen una gran riqueza cultural y rasgos característicos muy propios, por ejemplo los Otavalos utilizan un poncho azul, a veces de doble lado tejido en telar vertical, otras veces ponchos con franjas de colores representando sueños e interpretaciones de los tejedores.

Muchas artesanías utilizan la cabuya para la fabricación de cuerdas, costales, shigras, rodapiés, alfombras; también el carrizo, la totora para la cestería y elaboración de canastas. En San Antonio de Ibarra destacan los tallados de madera para la elaboración de imágenes, figuras ornamentales, esculturas.

El valor de los diseños y estilos cobra mayor fuerza en la artesanía textil, blusas de distintas formas y colores, camisas de hombre, bayetas, polleras y un sin número de prendas son muy apreciadas, como los *manteles de Zuleta* considerados como una de las líneas de mercería más cotizadas. La definición de estrategias y políticas artesanales no escapa al ámbito de la familia, la comunidad y el trabajo colectivo, ni a planes de conservación y rescate de los valores autóctonos y el patrimonio nacional. En este sentido es muy importante conservar los procesos de elaboración de los objetos, el nombre y fama del artista y observar los intereses de grupos económicos.

2.4.3 PRINCIPALES FIESTAS CULTURALES DE GRAN ATRACCIÓN TURÍSTICA

- ◆ Fiestas del Inti Raymi
- ◆ Fiestas de San Juan
- ◆ Jora en Cotacachi
- ◆ Fiestas del Yamor en Otavalo
- ◆ Fiestas de Fundación de Ibarra

2.5 LAGUNA DE YAHUARCOCHA

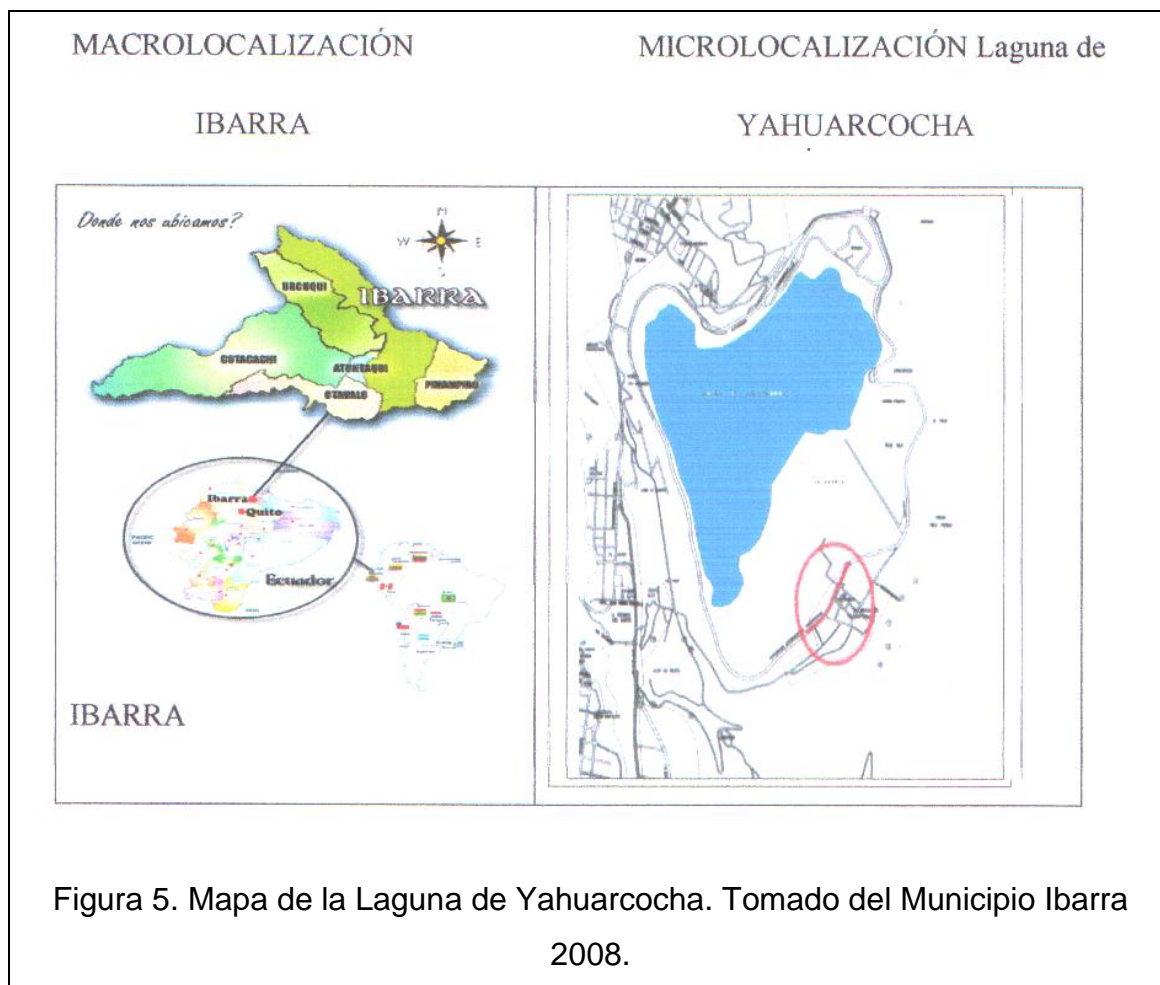
2.5.1 CARACTERIZACIÓN

Ubicación: 5 km de la ciudad de Ibarra.

Superficie: 187,5 hectáreas

Altitud: 2.185 msnm.

La Laguna de Yahuarcocha es de origen glacial, siendo el punto hídrico más importante de la cuenca hidrográfica de Ibarra, sus principales afluentes son: las quebradas de Manzana huayco - Santo Domingo, Polo Galo y San Antonio.



La laguna tiene una importante reseña histórica, ya que fue escenario de la batalla entre los Caranquis y los Incas, enfrentamiento donde los Incas ganaron, murieron alrededor de 30.000 hombres que luego con la orden del Inca Huayna-Cápac fueron arrojados a la laguna, tiñéndose sus aguas de sangre, fue así que los indios la llamaron “Yaguar-cocha”, que quiere decir “Lago de sangre”, hasta en la actualidad se la conoce así. Considerada como la tercera laguna sagrada del país debido a su amplia y aún no indagada evidencia arqueológica, nombrándola así por el Instituto Nacional del Patrimonio Cultural , (2007).

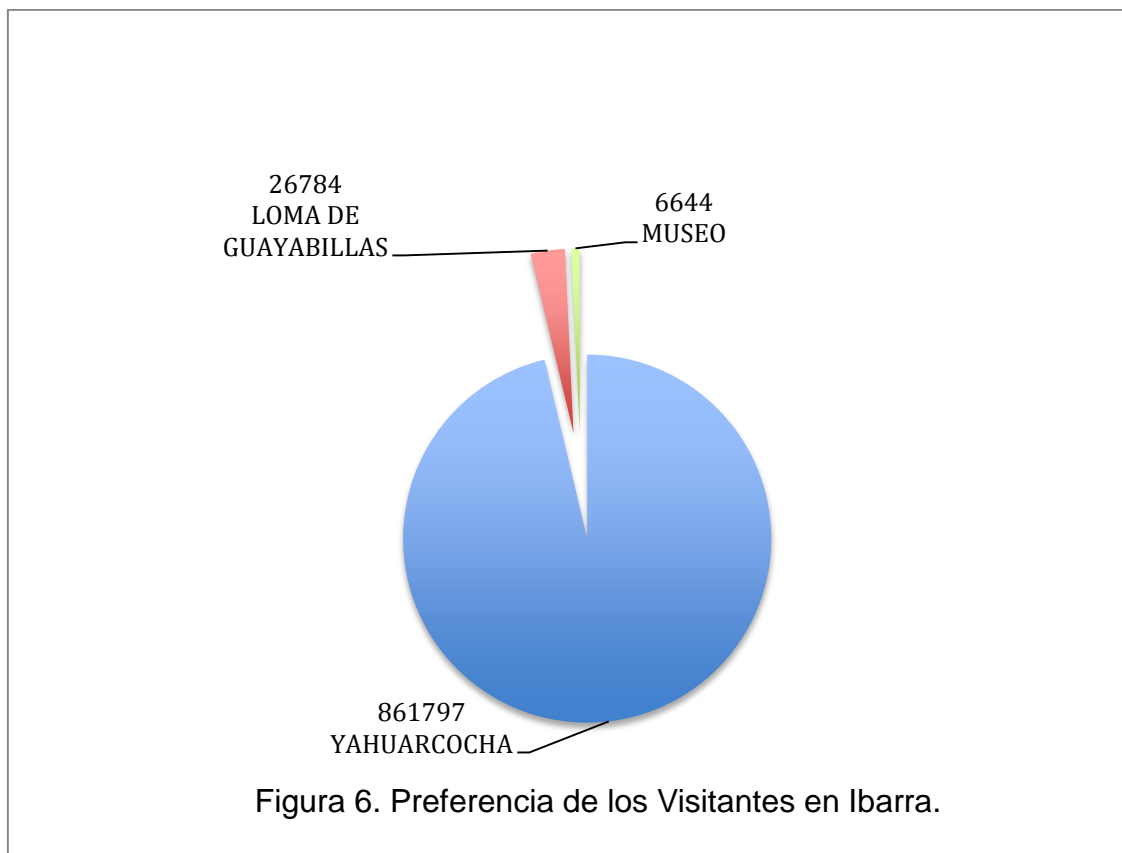
Lamentablemente la Laguna de Yahuarcocha fue declarada en emergencia en el 2009, por el alcalde de Ibarra, Jorge Martínez (<http://www.elcomercio.com/noticias/laguna-Yahuarcocha.html>) por factores

como: la erosión, deforestación, contaminación ambiental y vehicular, falta de zonificación, falta de control en las ventas informales, uso inadecuado del suelo y escasa seguridad en el atractivo, todo esto ha llevado a la laguna a entrar en un estado de sobre explotación.

Sin embargo, gracias al proyecto de “Recuperación de la Laguna de Yahuarcocha” planteado en el 2001 por el Municipio de Ibarra, y al “Proyecto manejo integral de la cuenca de Yahuarcocha” en el 2010 y en el que están trabajando actualmente el Municipio de Ibarra, Ministerio del Ambiente y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, buscan la protección del Ambiente (Cuencas y Áreas Naturales Protegidas).

2.5.2 TURISMO EN YAHUARCOCHA

La laguna de Yahuarcocha es el principal atractivo más visitado en la ciudad de Ibarra, con 861.797 visitantes registrados en el 2011, seguido por la Loma de Guayabillas con 26.784 visitantes y el Museo de Atahualpa con 6.644 visitantes. (Dirección de Turismo, Municipio de Ibarra 2011)



Aquí también se encuentra ubicado el Autódromo Internacional José Tobar, lugar donde se realizan competencias nacionales e internacionales como: “Las 12 horas Marlboro”, carreras menores, y entrenamiento permanente de pilotos nacionales y extranjeros (<http://blog.espol.edu.ec/lictur/2009/07/29/laguna-de-yahuarcocha-o-“lago-de-sangre”>. 2009), sin dejar de lado la feria de Turismo: “Ecuador Biodiverso por su Naturaleza” (<http://www.touribarra.gob.ec> 2010), y siendo “Escenario natural del concurso de parapente” acogiendo a deportistas de todo el mundo como, Guatemala, México, Venezuela, Inglaterra, Colombia, entre otros. (<http://www.touribarra.gob.ec> 2009)

La “Cacería del Zorro”, se la realiza durante las fiestas de la fundación de Ibarra, la cual también se lleva a cabo en Yahuarcocha, la misma que fue proclamada en el 2010 por el cabildo ibarreño como Fiesta Nacional Popular, debido a que se ha venido celebrando por más de 35 años, constituyéndose así una gran atracción turística acogiendo a turistas locales y de provincias aledañas.

Sin embargo hace aproximadamente 5 años la preferencia de los visitantes que arriban a Yahuarcocha en su mayoría lo hacen por la gastronomía que ofrece el lugar, mas no por el paisaje natural o por la importancia histórica que tiene la laguna.



Figura 7. Actividades ofertadas en Yahuarcocha. Gobierno autónomo de San Miguel de Ibarra 2010.

CAPITULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO

Establecer la oferta y demanda del área de intervención, para determinar la demanda insatisfecha y la aceptación del proyecto por parte de los turistas locales, nacionales y extranjeros.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO

- Determinar el mercado total del área de intervención
- Segmentar el mercado según el tipo de turistas que visitan la Laguna de Yahuarcocha
- Establecer los Métodos de la investigación
- Calcular el tamaño de la muestra.
- Diseñar las herramientas de investigación
- Aplicación de las herramientas de investigación
- Analizar e interpretar los datos obtenidos, para su proyección.
- Formular conclusiones del estudio de mercado.

3.2 METODOLOGÍA

3.2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se encuadra dentro del paradigma holístico, donde se incluyen aspectos positivistas y naturalistas, desarrollando una investigación de tipo descriptiva, exploratoria, participativa y propositiva, lo que permite medir y conocer el mercado al cual va dirigido el servicio.

Descriptiva porque busca detallar el tipo de turistas que visitan el mercado turístico de Ibarra. Exploratoria por que se desea conocer las características reales del mercado en mención para construir los servicios en función de los gustos y preferencias de los turistas. Participativa porque vamos a requerir la

intervención de todos los involucrados en la presente propuesta. Propositiva por que se plantea ofertar servicios turísticos adecuados a los distintos visitantes que lleguen a la Laguna de Yahuarcocha.

3.2.2 INSTRUMENTOS Y FUENTES

Para recolectar la información necesaria, se utiliza la investigación de campo. La obtención de datos se toma información proveniente de encuestas y observaciones.

Con lo que se logrará una veraz y más precisa información proveniente de fuentes primarias que ayudan a alcanzar resultados y pronósticos más cercanos a la realidad.

Así mismo se obtendrá información secundaria que aporte a la investigación de mercado, la que se obtendrá de organismos como la Cámara de Turismo, el Ministerio de Turismo (MINTUR), el Municipio de Ibarra y el Gobierno Provincial de Imbabura. Estos organismos contribuirán con datos de ingresos de turistas a nuestro país y a la provincia de Imbabura; además de la información acerca de la oferta hotelera de la provincia.

Con los datos obtenidos, se aplicará el método de mínimos cuadrados y para calcular el número de encuestas a realizarse a los turistas se lo hará a través de la formula estadística de muestreo. Las mismas que se han elaborado para proporcionar la información necesaria para la investigación.

Con esta información se conocerá un pronóstico aproximado de los visitantes a la Laguna de Yahuarcocha, así como el crecimiento de la industria hotelera en el Cantón.

3.2.3 LÍNEAS DE ACCIÓN

- ◆ Recopilación de información de fuentes actualizadas como CAPTUR, MINTUR, GADMI y GADPI
- ◆ Selección de la información útil para el estudio (entradas de los visitantes de la Laguna Yahuarcocha)
- ◆ Aplicación del método estadístico para determinar el tamaño de la muestra.
- ◆ Diseño de la encuesta
- ◆ Aplicación de la encuesta a los turistas
- ◆ Tabulación de la información
- ◆ Análisis y conclusiones

Al finalizar el estudio de mercado se conocerá la aceptación del producto turístico en el mercado local, las preferencias de los posibles visitantes, las actividades favoritas de los turistas, así como datos importantes para el estudio financiero del proyecto como la tarifa que el mercado considera adecuada para este tipo de servicios y el tiempo promedio que los turistas visitan la Laguna.

3.3 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Tabla 8
Definición del Producto

| DEPORTES | TIPO | DESCRIPCIÓN | EQUIPO |
|----------|--------|--|---|
| ESCALADA | Tierra | En esta actividad es necesario paredes naturales o artificiales, de estructura sólida para que el deportista pueda sostenerse y avanzar de abajo hacia arriba utilizando todas sus | Casco Arnés Cuerdas dinámicas Cintas Vestimenta y calzado adecuado. |

| | | | |
|---------------------|--------|--|--|
| | | extremidades. | |
| CICLISMO DE MONTAÑA | Tierra | Es un deporte que se realiza sobre bicicleta y se lo considera de montaña ya que se lo realiza en terrenos montañosos, o que atraviesan campos con alguna dificultad que bicliclear en un área normal. | Bicicleta de montaña Casco Protectores de rodillas y codos Vestimenta y calzado adecuado. |
| KAYAK | Agua | Se puede realizar este deporte tanto en aguas mansas, como en aguas caudalosas, no se necesita de motor para que el kayak se mueva, sino de la propulsión que genera el navegante con los remos. | Kayak Chaleco Remos Casco |
| CANOPY | Aire | Es una actividad cuyo fin es deslizarse de un lugar a otro, pueden ser árboles o paredes donde exista una altura considerable para que el deporte sea de aventura. | Casco Arnés Poleas Vestimenta y calzado |

Adaptado de la Norma Técnica Ecuatoriana de Turismo de Aventura. (MINTUR 2011).

Este tipo de servicios turísticos de deportes y aventura está dirigido a los turistas nacionales, locales y extranjeros que visitan la Laguna de Yahuarcocha, en edades comprendidas entre 15 y 40 años, que buscan este tipo de actividades extremas.

3.3.1 DETERMINACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la realización del estudio de mercado se tomará en cuenta la demanda real actual de visitantes que arriban a la Laguna de Yahuarcocha (Dirección de Turismo, Municipio de Ibarra 2010 y 2011), adicionalmente se incluyen la demanda potencial de visitantes interesados en desarrollar actividades de deportes y aventura tanto para el segmento receptivo (Barómetro Turístico del Ecuador. (MINTUR, 2011) como interno (Dirección de Investigación de Mercados. (MINTUR 2011). Los datos antes mencionados han dado como resultado un universo total de:

Tabla 9
Determinación y tamaño de la muestra

| UNIVERSO | 2010 | 2011 |
|--|-------------|-------------|
| Visitantes que arriban a la Laguna de Yahuarcocha. | 830.440 | 861.797 |
| Tasa de crecimiento anual | 3,8% | |

Para la investigación planteada se ha utilizado la siguiente fórmula para determinar el número de encuestas a realizar, la fórmula utilizada para encontrar la muestra es:

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N - 1) \cdot e^2 + d^2 \cdot z^2}$$

Siendo;

N= Universo o Población a estudiarse.

n= Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

d =Varianza de la población, Es un valor constante equivalente a 0.25 porque la desviación típica tomada por referencia es = 0.5

N-1= Corrección que se utiliza para muestras que son mayores a 30 unidades.

e= Limite aceptable de error de la muestra entre 0.01% a 0.09%

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se realizó el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que se lo ha tomado en relación al 95%, equivaliendo a 1.96.

CÁLCULO DE LA MUESTRA.

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N - 1) \cdot e^2 + d^2 \cdot z^2}$$

DATOS:

N= 861.797

n=?

d = 0.25

e= 0.05

Z= 1.96

REEMPLAZANDO LA FORMULA;

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N - 1) \cdot e^2 + d^2 \cdot z^2}$$

$$n = \frac{861.797 \cdot 0.5^2 \cdot 1.96^2}{(861.797 - 1) \cdot 0.09^2 + 0.5^2 \cdot 1.96^2}$$

$$n = \frac{861.797 \cdot 0,25 \cdot 3,84}{(861.797 - 1) \cdot 0,0081 + 0,25 \cdot 3,84}$$

$$n = \frac{856.125,12}{7223,7976}$$

n = 118

Encuestas aplicar: 118. Según la fórmula aplicada a los visitantes que arriban a la Laguna de Yahuarcocha, en conjunto con visitantes interesados en desarrollar actividades de deportes y aventura tanto para el segmento receptivo como interno.

3.3 DESARROLLO DE LA MUESTRA

A continuación se presenta el modelo de encuesta que se realizara a los visitantes que acuden a la Laguna de Yahuarcocha, y los visitantes que les atrae la práctica de deportes y aventura tanto de la demanda nacional como internacional. Para obtener la información necesaria en nuestra investigación: Se realizó entrevistas, para conocer sobre la preferencia de servicios turísticos que se pretenden ofertar a través de la empresa de servicios turísticos de aventura.

3.3.1 INFORMACIÓN PRIMARIA.

Encuestas y entrevistas.

Se utilizó esta técnica de encuestas al universo planteado en la investigación mencionando específicamente en el sector o área de influencia que es la laguna de Yahuarcocha en los días sábados y domingos, específicamente en el mes de abril y mayo, y fue desarrollado mediante la presentación directa a los encuestados con libertad y tiempo suficiente para llenar la encuesta solicitada.

3.3.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

En la elaboración del estudio de mercado se utilizó la información de la Dirección de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Imbabura, Ministerio de turismo, Investigación de Turismo del sector, que orientaron para la realización de la investigación.

3.3.3 APLICACIÓN DE LA MUESTRA

Para la aplicación de las encuestas se considera a los visitantes que llegan a la laguna de Yahuarcocha, para esto es necesario un traslado hacia dicho sector para obtener información más real. Una vez en el sitio se procedió a encuestar a las y los visitantes turistas con la aplicación del instrumento para levantamiento de información (encuesta) desarrollada de manera técnica y clara para una mayor comprensión de las preguntas por parte de los encuestados. (Ver anexo)

3.3.4 PERFIL DEL VISITANTE A LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO.

De acuerdo a los datos obtenidos en el proceso de cuantificación respecto al flujo de turistas que visitan Yahuarcocha, se ha procedido a obtener información que nos permita aproximarnos a determinar el perfil del visitante residente y no residente de la zona. El método a usar es la extrapolación de un dato específico a una estadística general, es decir sobre un universo de ingresos de visitantes a la zona de 861.797 se tomó una muestra de 118 individuos, con un margen de error del 0,09, con un nivel de confianza de 0,95.

Tabla 10

Caracterización del Visitante de Yahuarcocha

| DATOS GENERALES | |
|-----------------------------|--|
| TIPOLOGÍA DE TURISTA | El 66% son turistas locales, el 26% son nacionales y el 8% son extranjeros. |
| FRECUENCIA DE VISTA | El 28% visita Yahuarcocha semanalmente, el 27% cada tres semanas, el 21% cada dos semanas, el 7% a diario y mensual y el 10% una vez al año. |
| PROFESIÓN | En su gran mayoría son profesionales (54%), |

| | |
|---|--|
| | amas de casa (14%), comerciantes (11%), estudiantes (8%), artesanos (7%) y jubilados (7%). |
| MEDIO DE TRANSPORTE | En su gran mayoría tienen vehículo propio (60%), en bicicleta el 16%, el 12% se transporte en bus, mientras que también existe un porcentaje que utiliza la moto (9%) |
| MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA | |
| MOTIVO PRINCIPAL | Su principal motivación es la gastronomía (30%) y el alquiler de botes (29%), y el resto por otro tipo de recreación como el paisaje, hacer deporte, alquilar cuadrones y otros. |
| TIPO DE DEPORTE DE AVENTURA | Un 31% de los entrevistados prefieren al Kayakismo, el 26% el ciclismo de montaña, el 17% escalada y un 14% canopy. |
| CONOCE EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA EN LA LOCALIDAD | El 79% no conoce y el 21%, si conoce de la existencia de una empresa de turismo de aventura. |
| SERVICIO TURISMO DE AVENTURA | |
| CON QUIEN VISITA YAHUARCOCHA | El 62% lo hace con la familia, el 17% con su pareja y el 13% con sus amigos. |
| TIEMPO DE PERMANENCIA | El 47% permanece 4 horas, el 21% 2 horas y el 19% 6 horas. |
| CANTIDAD DE DOLARES QUE GASTARÍA AL REALIZAR DEPORTES DE AVENTURA EN YAHUARCOCHA | El 42% gasta de 10 a 20 dólares, el 28% de 1 a 10, el 16% de 20 a 30 y el 11% de 30 a 40 dólares. |
| SERVICIOS COMPLEMENTARIOS | El 27% de los encuestados dice que se debe crear juegos para niños, el 25% una cafetería, 18% un restaurante, el 12% un museo y un 11% tienda de recuerdos. |

| | |
|---|--|
| FRECUENCIA CON QUE PRACTICA DEPORTES DE AVENTURA | El 36% práctica semanalmente, el 28% una vez al mes, 16% dos veces por semana, el 10% diariamente y dos veces por mes. |
| MEDIOS DE COMUNICACIÓN | El medio de comunicación que más utilizan es la televisión (32%), seguido por el internet (30%), prensa escrita (28%) y el resto utiliza la radio (10%). |

3.5 DEMANDA ACTUAL

La demanda actual en este caso sería nula, respecto a la oferta actual, debido que los productos que se venden actualmente, como; paseos en lanchas y cuadrones, etc., no forman parte del turismo de deportes de aventura registrados en la Norma Técnica del Turismo de Aventura. Por lo tanto no reflejarían competencia alguna y por ende tampoco una demanda actual en cuanto se refiere a la práctica de esta modalidad de turismo.

Siendo así, se ha tomado como referencia el 88% del Universo, ya que es el porcentaje que se reflejó en las encuestas en cuanto a la preferencia al practicar turismo de deportes y aventura.

Cálculo:

| | |
|---|---------------|
| Universo de los turistas que visitan Yahuarcocha y practicarían turismo de deportes y aventura | 861.797 |
| % Preferencia por el desarrollo de actividades de turismo de deportes y aventura (Yahuarcocha y a nivel nacional) | 758.381 (88%) |

3.5.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La demanda se proyecta tomando en cuenta el número de visitantes a la laguna de Yahuarcocha durante los años 2010 y 2011, cuya tasa de crecimiento es del 3,8%, información obtenida del Ilustre Municipio de Ibarra, y de la Dirección de Turismo. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto, se ha utilizado este método porque está basado en la situación actual del mercado, obteniendo así resultados requeridos.

La fórmula que se debe aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

P_p = Población Futura

P_b = Población Inicial

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Tabla 11

Proyección de la Demanda Visitantes

| AÑO | VISITANTES |
|------------|-------------------|
| 2012 | 894.545 |
| 2013 | 928.538 |
| 2014 | 963.822 |
| 2015 | 1'000.447 |
| 2016 | 1'038.464 |
| 2017 | 1'077.926 |

3.5.2 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Tabla 12

Cálculo de la Demanda Potencial Insatisfecha en el 2013

| | |
|--|---------|
| DEMANDA PROYECTADA | 928.538 |
| OFERTA PROYECTADA | 817.113 |
| DEMANDA INSATISFECHA | 141.425 |
| PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO 8% | 11.314 |

Como refleja el gráfico anterior existe demanda insatisfecha, como consecuencia de que la demanda es superior a la oferta proyectada, lo cual es confortable que exista una gran cantidad de visitantes a la Laguna de Yahuarcocha, cuya demanda no ha sido atendida. Sin embargo, el Centro de Actividades Turísticas no va a atender al 100% de la demanda insatisfecha que arriban a la Laguna de Yahuarcocha, por lo que se ha estimado la demanda potencial insatisfecha, que será del 8% del total de la demanda insatisfecha proyectada.

Este proyecto se lo desea abrir al público en el año 2013, por lo tanto se utilizarán los datos tanto de oferta y demanda proyectadas.

3.6 OFERTA ACTUAL

No se tendría una competencia actual directa, a más del turismo convencional que se desarrolla en la Laguna de Yahuarcocha, por oferta gastronómica y por su paisaje natural, ya que no existe ninguna oferta que tenga como concepto principal el turismo de deportes y aventura.

3.6.1. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta debida a la carencia de turismo de aventura en la localidad y al no contar con datos estadísticos en cuanto a niveles de oferta histórica, se la proyectará en función al porcentaje en lo que respecta la preferencia por practicar el turismo de deportes y aventura, tomando en cuenta sobre todo la visita a Yahuarcocha que es el sitio donde se implementará la propuesta, y que será tanto de turistas locales, nacionales y extranjeros y que es del 88%, porcentaje que se tomara de la demanda proyectada, la misma, que se obtuvo en las encuestas realizadas.

Tabla 13

Proyección de la oferta total

| AÑO | DEMANDA TOTAL | PORCENTAJE DE TURISTAS QUE PREFIEREN EL TURISMO DE AVENTURA | OFERTA PROYECTADA |
|------------|----------------------|--|--------------------------|
| 2012 | 894.545 | 88% | 787.199 |
| 2013 | 928.538 | 88% | 817.113 |
| 2014 | 963.822 | 88% | 848.163 |
| 2015 | 1'000.447 | 88% | 880.393 |
| 2016 | 1'038.464 | 88% | 913.848 |
| 2017 | 1'077.926 | 88% | 948.574 |

3.6.2 ANÁLISIS DE COMPETENCIA

Existe el desconocimiento por parte de la mayoría de visitantes que arriban a la Laguna de Yahuarcocha de una empresa que ofrezca este tipo de servicios, a pesar de existir una buena preferencia por el turismo de deportes y aventura, y como éste no existe en la zona de intervención, solamente se cuenta con las actividades anteriormente mencionados como competencia actual.

En el cuadro siguiente podemos identificar algunas de las agencias que operan en la ciudad de Ibarra y que sería una competencia indirecta.

Tabla 14

Análisis de la competencia

| Datos Generales | Oferta actual de servicios |
|---|---------------------------------------|
| ECOSIERRA TOURS Grijalva 8-14 y Sánchez y Cifuentes Ibarra | Canopy Ciclismo de Montaña |
| NATURAL ADVENTURE Chica Narváez frente al Obelisco 593 Ibarra | Kayack Ciclismo de Montaña |

Las mismas que no entregan información estadística respecto a su oferta turística y al no contar con dicha información en cuanto a niveles de oferta histórica, se considera que atiende al 21% del mercado que dicen conocer de la existencia de estas dos empresas en el estudio de mercado realizado en el área de intervención, tomando en cuenta sobre todo la visita a Yahuarcocha que es el sitio donde se implementará la propuesta.

3.6.3. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA.

Los factores que inciden en la oferta en el mercado local, de la información obtenida consideramos que son los siguientes:

1. La falta de inversión en este tipo de turismo
2. La existencia de otro tipo de turismos.

Todo ello ha incidido en una oferta de turismo convencional y de otro tipo de turismo ecológico y ante la falta de nuevas propuestas para el aprovechamiento de los aspectos naturales existentes en la zona de intervención, afectando las nuevas ofertas que vayan dirigidas al mercado local, nacional e internacional.

Para el presente estudio se considerara la no existencia de turismo de aventura en gran escala, y la oferta generada por los sectores turísticos tradicionales de la localidad se constituyen en competencia de libre mercado, quedando en la preferencia de los consumidores la elección del turismo a elegir para su entretenimiento y recreación.

3.6. DETERMINACIÓN DEL PRECIO

El turismo de aventura va dirigido a los visitantes, turistas locales, nacionales y extranjeros, los mismos que pertenecen a estratos económicos medios, uno de los aspectos que se toma en cuenta para fijar los precios de los servicios turísticos de aventura es el nivel de consumo que tienen los visitantes, turistas nacionales y extranjeros, que en su mayoría al visitar Yahuarcocha gastan entre 10 y 20 dólares, así mismo, se considera el precio de la competencia de cada tipo de servicio, ya que se trata de un mercado con ingresos medios, lo que garantiza su capacidad de pago, además tomando en cuenta que manifiestan que los costos de este tipo de servicios son accesibles. Precio que será analizado posteriormente, tomando en cuenta los costos que representen la implementación de la propuesta.

A continuación se refleja el precio correspondiente al servicio de turismo de aventura por parte de la competencia.

Tabla 15

Empresas que ofertan turismo de deportes y aventura

| Datos Generales | Oferta actual de servicios | Precios |
|---|---------------------------------------|------------------|
| ECOSIERRA TOURS Grijalva 8-14 y Sánchez y Cifuentes Ibarra | Canopy Ciclismo de Montaña | \$17 \$15 |
| NATURAL ADVENTURE Chica Narváez frente al Obelisco 593 Ibarra | Kayack Ciclismo de Montaña | \$20 \$25 |

Tabla 16

Precio del Servicio de Turismo de Aventura

| Turismo de Aventura | Nº de personas | Precio unitario por actividad | Porcentaje de captación del proyecto por nivel de preferencia. | Demanda del proyecto |
|---------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|---|-----------------------------|
| Kayack | 1 | 18 | 34% | 3.847 |
| Canopy | 1 | 15 | 17% | 1.923 |
| Escalada | 1 | 25 | 20% | 2.263 |
| Ciclismo de Montaña | 1 | 15 | 29% | 3.281 |
| Porcentaje participación | 8% | 11.314 | | |

Al porcentaje de captación del proyecto por nivel de preferencia se le redistribuye un 3% entre los cuatro servicios de turismo de aventura de mayor aceptación, 12% que corresponde a quienes tienen preferencia por otro tipo de servicios de aventura de menor escala.

Los ingresos del Centro de Actividades Turísticas estarán constituidos por el cobro por la prestación de los servicios a implementar, mientras que sus salidas estarán formadas por el capital de trabajo que permitirá dar sostenibilidad a la propuesta, la inversión inicial obliga a buscar alternativas de financiamiento para la implementación de la propuesta.

3.7 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- El Centro de Actividades Turísticas en la Laguna de Yahuarcocha, es una propuesta nueva que diversificará la oferta local y dependerá del

manejo y gestión eficiente, ya que existe una preferencia total por este tipo de servicios.

- La demanda del servicio es atractiva, si se planea a largo plazo estrategias de penetración para posesionarse en el mercado y absorber no solo la mayor parte de la demanda, sino también aquella que no consume este nuevo tipo de servicio turístico.
- La oferta de turismo de aventura es muy limitada, pero hay la oferta del turismo convencional y ecoturismo, y posee ventajas comparativas y competitivas, que exigen la prestación de un servicio de calidad.
- Una adecuada gestión financiera que logre reducir costos y gastos, logrará que el precio final del servicio sea más competitivo y que se vea reflejado en el flujo de caja, que determinará la estabilidad y el crecimiento de la misma.
- El crecimiento de turistas locales, nacionales y extranjeros al sector, es una fortaleza para la presente propuesta, ya que ello permitirá la participación en este tipo de mercado creciente que garantiza una demanda permanente del servicio con un nivel económico medio y alto.

CAPITULO IV

4. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 LOCALIZACIÓN

4.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El Centro de Actividades Turísticas se ubicará en la provincia de Imbabura, Sus límites son: al norte la provincia del Carchi, al noreste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha. Con una superficie de 1.162,22 Km².

4.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN

El Centro de Actividades Turísticas se ubicará específicamente en el kilómetro 1 ½ de la pista de Yahuarcocha, junto al Hotel Imperio del Sol.

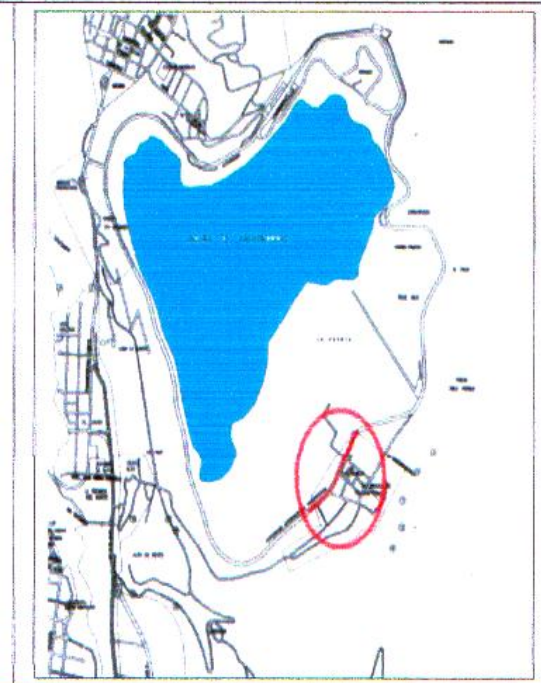


Figura 8. Gráfico N° 4.1 Laguna de Yahuarcocha. Municipio de Ibarra 2009.

4.2 COBERTURA Y DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS

4.2.1 BÁSICOS

Para la implantación del centro de actividades turísticas son indispensables los servicios básicos, los mismos que contribuyen como fuente de apoyo a la operatividad del proyecto. El sector de Yahuarcocha dispone de agua, alcantarillado, luz y recolección de desechos por parte de municipio. Así también dispone de señal telefónica fija y móvil, lo que esto nos ayudaría a tener instalación de internet, la misma que es una herramienta clave para toda empresa.

4.2.2 ACCESIBILIDAD

Tomando la panamericana norte a 5 Km. de la ciudad de Ibarra encontramos claramente identificado a lado derecho el ingreso a la autopista de Yahuarcocha, vía asfaltada en su totalidad y forma el circuito vial que rodea la laguna y comunica con el poblado que lleva el nombre de la laguna. Desde la ciudad de Ibarra existe una frecuencia de buses urbanos que cubren esta ruta cada 10 minutos, teniendo como punto de destino el poblado de Yahuarcocha, trayecto que se cubre en 30 minutos desde el centro de la ciudad hasta cumplir con el recorrido.

El acceso al centro de actividades turísticas debe reunir condiciones óptimas, sin mayores dificultades para que, los potenciales clientes puedan tener todas las facilidades para trasladarse desde su lugar de origen hasta el sitio de destino.

4.2.3 COSTO Y DISPONIBILIDAD DE TERRENO

Se arrendará el terreno donde Lake Adventure operara, él mismo que queda ubicado en el muelle bar de la laguna, junto a las demás edificaciones de alojamiento que se encuentran en Yahuarcocha.

La edificación de Lake Adventure es metálica, estructura fácil y de corto tiempo en construir. Dispone de 120 m², distribuidos en: recepción de los clientes, una bodega, dos baños; uno para hombres y otro para mujeres, oficina gerencial, y por último una snack bar.

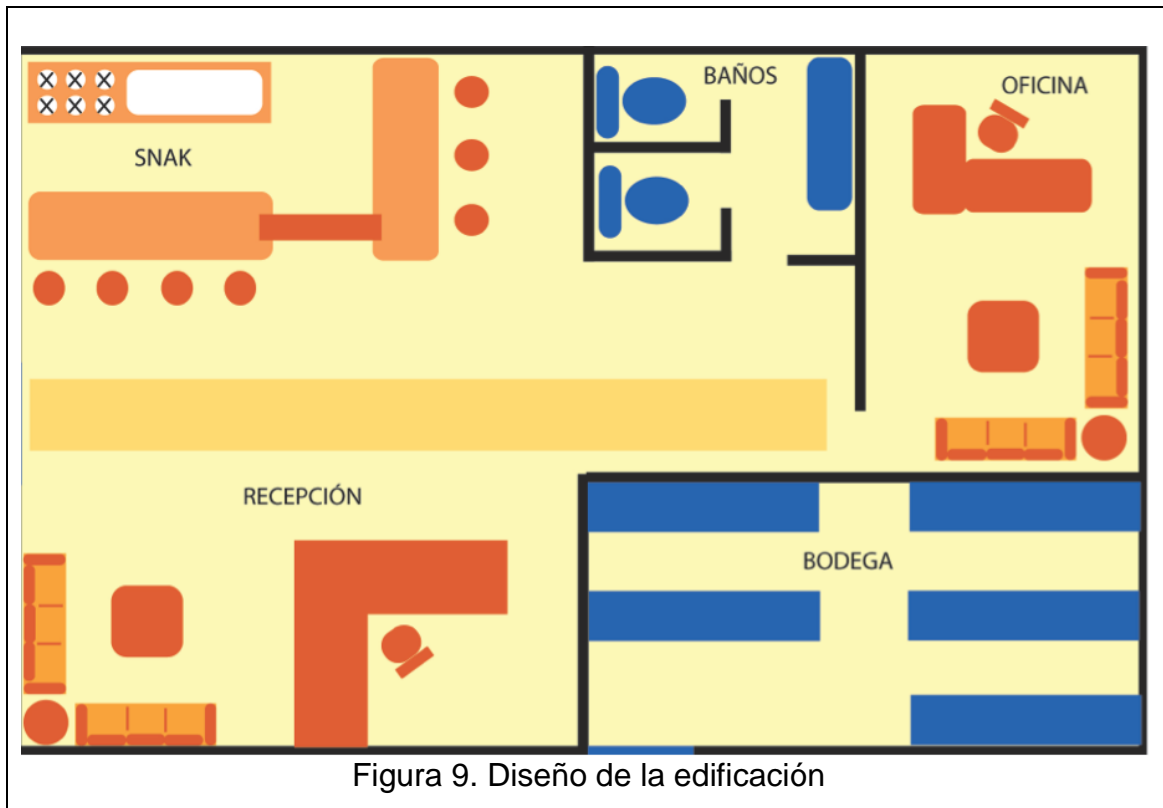


Figura 9. Diseño de la edificación

4.3 INGENIERÍA DEL PROCESO

4.3.1 TAMAÑO DE LA EMPRESA

Lake Adventure es considerada como una pyme, ya que cuenta con una cantidad pequeña de empleados. En nuestro país existe una gran cantidad de pymes, las mismas que son consideradas como base del desarrollo del país, ya que fomenta el empleo y riqueza de los pueblos.

4.3.2 LISTA DE EQUIPO, MAQUINARIA, HERRAMIENTAS, ENSERES.

Tabla 17

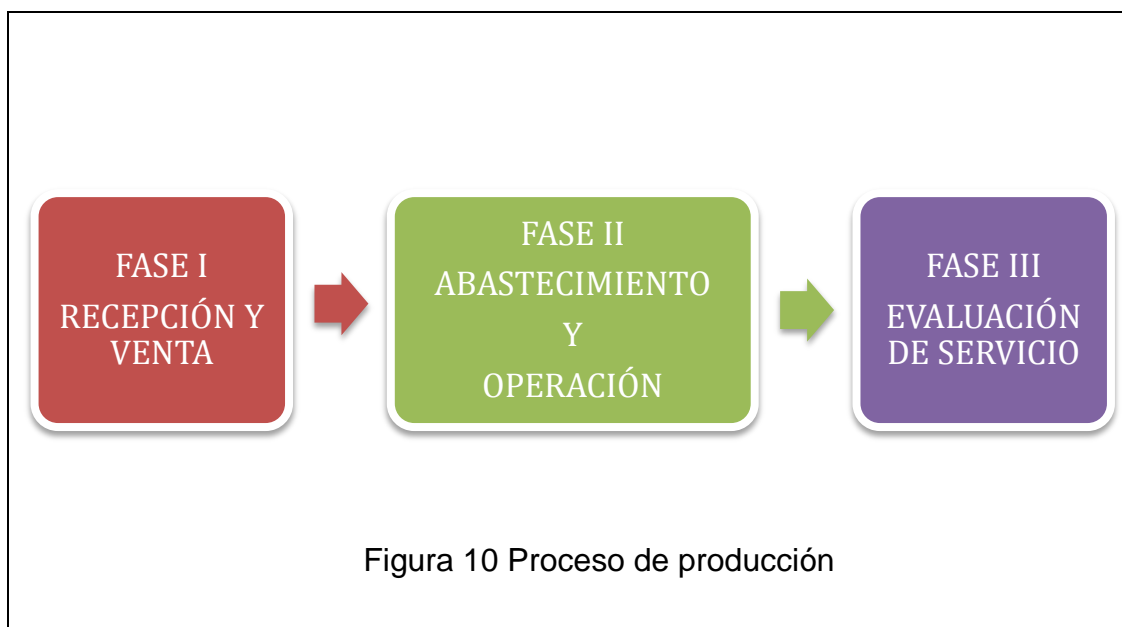
Lista de equipamiento de Lake Adventure

| EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA Y AULAS | |
|---|----|
| Equipos y Muebles de Oficina | U |
| Equipo de computación | 2 |
| Calculadora | 3 |
| Impresora – Copiadora | 2 |
| Teléfono – Fax | 2 |
| Intercomunicadores | 1 |
| Basureros ecológicos | 3 |
| Estación de trabajo | 3 |
| Mesa de sesiones | 1 |
| Sillas | 4 |
| Sillas clientes | 4 |
| Sillón de espera | 1 |
| Archivador | 2 |
| EQUIPOS DE DEPORTES DE U AVENTURA | |
| Ciclismo de Montaña | |
| Casco | 12 |
| Guantes | 12 |
| Bicicletas de montaña | 12 |
| Canopy | |
| Arnes Petzl Aspir | 3 |
| Polea Tandem | 4 |
| Mosqueton US S-2003 | 8 |
| Mosqueton US S-2107S | 8 |
| Casco Petzl Ultra Robusto Con Arnés Textil | 6 |
| Escalada | |
| Grigri 2 Petzl Asegurador Escalada | 10 |
| Rapell Escalar | |
| Casco para escalada | 10 |
| calzado | 10 |
| Cuerda Dinámica Xion 10.1mm X 60m | 4 |
| Petzl Para Escalada | |
| Kayak | |
| Kayak Stearns | 6 |
| Chaleco Neptuno | 6 |
| Remos para kayak | 6 |

4.3.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN

Como actividad previa se desarrollaran rutas para las diferentes actividades, marcando una ruta de escalada con niveles de dificultad básico y medio en la loma de guayabillas, para el caso del ciclismo de montaña se establecerán tres tipos de rutas, básica alrededor de la laguna, media en la base del cerro yuracruz y alta alrededor de la laguna, cerro yuracruz e imbabura (estas rutas han sido ya desarrolladas por especialistas en la temática sin embargo no han sido utilizadas).

Nuestro proceso contará de tres fases; donde se describirán paso a paso las actividades a realizarse con el fin de mantener un estándar de calidad en cuanto a servicio.



Fase I

En la primera fase, se realizará la recepción de los clientes, dándoles una cordial bienvenida, posteriormente se le informará de todos los deportes con los que se cuentan, y finalmente se concretará la venta de los mismos.

Fase II

En esta fase se describirá cada uno de los deportes, donde será la zona de operación de los mismos, se les explicará las rutas y tiempo de operación en cada uno, y todas las seguridades a tomarse antes de practicar cada uno de los deportes de aventura, así también se les invitará a participar del snack bar para que se provean de aguas y snacks en general.

El guía se dirigirá a la bodega donde se abastecerá de todos los equipos necesarios para la realización de los deportes de aventura.

Posteriormente se dirigirán al lugar correspondiente para llevar a cabo la operación de los deportes.

Fase III

Una vez realizados los deportes de aventura, se dirigirán a la recepción donde darán nuestros clientes las correspondientes evaluaciones de servicio, de esta manera podremos saber los comentarios y observaciones de los mismos, que nos ayudarán a mantener un servicio de excelencia.

Lake Adventure contará con una gama de deportes de aventura los mismos que cuentan con la seguridad adecuada para este tipo de actividades:

- ♦ Se contará con el Deporte de Escalada el mismo que es de tipo terrestre, y se lo realizará en las paredes naturales de la topografía montañosa que se encuentra al entorno de la laguna así como en la loma de Guayabillas ubicado al lado Noreste de Yahuarcocha.

- ♦ Para el ciclismo de montaña que es de tipo terrestre, L.A. cuenta con bicicletas de montaña con amortiguación, cascos, protectores y calzado, ideal para realizarlo en Loma de Guayabillas, en el pueblo de Yahuarcocha y en San Miguel Arcángel.
- ♦ Para el Kayak de tipo acuático, L.A cuenta Kayacs, chalecos remos y cascos, el mismo que se lo realizará en las mansas aguas de la laguna de Yahuarcocha.
- ♦ En cuanto al Canopy de tipo aéreo, L.A. Cuenta con cascos, arnés, poleas, vestimenta y calzado adecuado el mismo que se lo practicará en el bosque de la pista del Autódromo Internacional de Yahaurcocha , así como de árbol a árbol de los que se ubican en las orillas de la laguna ya que los árboles de estas locaciones cuentan con la suficiente altura para la práctica de este deporte.

Lake Adventure como servicio complementario cuenta con un snack bar de comida rápida y bebidas refrescantes los mismos que serán expendidos a los turistas y visitantes que requieren los servicios de turismo de aventura así como a todos los que visitan la laguna de Yahuarcocha.

4.3.4 CUADRO DE INVERSIONES

Tabla 18
Cuadro de Inversiones

| YAHUARCOCHA LAKE ADVENTURE | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|-------------------|
| CUADRO DE INVERSIONES | | | | |
| DETALLE | CANTIDAD | VALOR U. | VALOR T | INVERSIÓN |
| INVERSIONES FIJAS | | | | -181109,60 |
| Instalaciones | | | | -46020,00 |
| Edificio | 1 | - | -46020,00 | |
| | | 46020,00 | | |
| Equipos y Muebles de Oficina | | | | -10708,80 |
| Equipo de computación | 2 | -918,40 | -1836,80 | |
| Calculadora | 3 | -15,00 | -45,00 | |
| Impresora – Copiadora | 2 | -155,00 | -310,00 | |
| Teléfono – Fax | 2 | -80,50 | -161,00 | |
| Intercomunicadores | 1 | -500,00 | -500,00 | |
| Basureros ecológicos | 3 | -12,00 | -36,00 | |
| Estación de trabajo | 3 | -1450,00 | -4350,00 | |
| Mesa de sesiones | 1 | -1000,00 | -1000,00 | |
| Sillas | 4 | -105,00 | -420,00 | |
| Sillas clientes | 4 | -45,00 | -180,00 | |
| Sillón de espera | 1 | -830,00 | -830,00 | |
| Archivador | 2 | -520,00 | -1040,00 | |
| Instalaciones y herramientas | | | | -24900,84 |
| Muebles y equipos snack | 1 | -6494,00 | -6494,00 | |
| Decoración | 1 | -660,00 | -660,00 | |
| Menaje | 1 | -1265,00 | -1265,00 | |
| Equipo y vestimenta | 1 | - | -16481,84 | |
| | | 16481,84 | | |
| Inversiones Diferidas | | | | -6500,00 |
| Gastos de Constitución | 1 | 6500,00 | -6500,00 | |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | -94365,90 |
| Sueldos | 12 | - | -72669,90 | |
| | | 6055,825 | | |
| Materia Prima | 12 | -538 | -6456,00 | |
| Suministros de Oficina | 12 | -100,00 | -1200,00 | |
| Arriendo | 12 | -500,00 | -6000,00 | |
| Servicios Básicos | 12 | -100,00 | -1200,00 | |
| Gastos Publicidad | 12 | -500,00 | -6000,00 | |
| Gastos Generales | 12 | -70,00 | -840,00 | |
| TOTAL INVERSION | | | | -182495,54 |

CAPITULO V

5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

5.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO

Lake Adventure es una empresa de servicios turísticos, especializada en deportes de aventura que se encuentra localizada en la laguna de Yahuarcocha del cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, lugar propicio e ideal para la realización de este tipo de turismo ya que las condiciones naturales de la laguna y sus características topográficas facilitan el desarrollo de actividades como el canopy, Kayac, ciclismo de montaña y escalada.

La estructura física de Lake Adventure se basa en una cabaña de 120 m² junto a la laguna, de estructura metálica con piso de baldosa antideslizante con ventanales, paredes de drywall, tuberías de cobre, espacios amplios divididos en áreas de: Snack, recepción, lobby, bodega para equipos y herramientas, baños (hombres y mujeres), oficina para gerencia; con acabados en madera naturales acordes al paisaje y la naturaleza.

5.2 FILOSOFÍA EMPRESARIAL

5.2.1 LA EMPRESA

El Centro de Actividades Turísticas se lo denominará: “Lake Adventure”. El aporte de capital se realizará de fondos propios y mediante financiación bancaria esto conlleva a que será una empresa privada. Donde su elemento principal es el talento humano, los sistemas de fabricación son sencillos ya que no involucra mayores procesos de transformación, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos.

5.2.1.1 MISIÓN

“Contribuir al desarrollo del cantón Ibarra, mediante el establecimiento de un centro de actividades turísticas de deportes de aventura. Aprovechando los recursos humanos, materiales y paisajísticos de la cuenca baja de la laguna de Yahuarcocha”.

5.2.1.2 VISIÓN

“Ser una empresa líder en calidad de prestación de servicios a nivel local. Convertirse en una empresa pionera en el desarrollo del turismo de deportes y aventura en la provincia de Imbabura con respeto a los recursos naturales”.

5.2.1.3 LOGOTIPO DE LA EMPRESA



Figura 11 Logotipo de la empresa

5.2.1.4 SLOGAN

“Adrenalina al natural”

5.2.1.5 VALORES

Se tomará como pilar de la empresa la honradez en el manejo administrativo, financiero, laboral y técnico de la microempresa para construir una imagen segura de la organización para sus trabajadores y clientes.

El compromiso de responsabilidad para la ejecución de las actividades laborales entre todos los trabajadores será parte fundamental para el establecimiento de relaciones a largo plazo.

5.2.1.6 POLÍTICAS EMPRESARIALES HACIA LOS TURISTAS

5.2.1.6.1 POLÍTICA DE ATENCIÓN AL CLIENTE

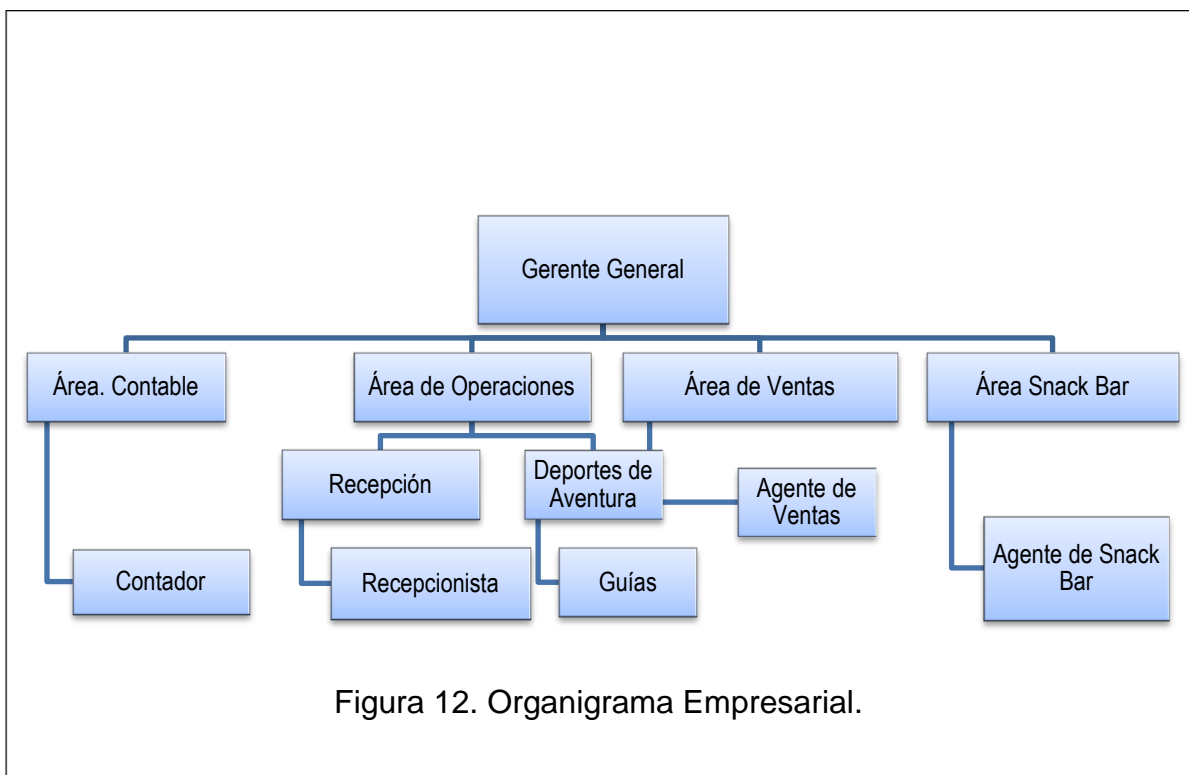
Es muy importante mantener una buena comunicación, se estar atento en todo momento de escuchar las necesidades de nuestros clientes, de esta manera siempre tendremos una retroalimentación y lograremos satisfacer los requerimientos de los mismos.

- ◆ El cliente es la base primordial del crecimiento del negocio.
- ◆ Ser proactivo frente a las necesidades del mismo.
- ◆ Se vende experiencias no productos.
- ◆ Brindar un servicio seguro y de calidad.

5.2.1.7 ORGANIGRAMA EMPRESARIAL

El Centro de Actividades Turísticas cuenta con un departamento Gerencial, el mismo que está cargo de supervisar las demás áreas, las mismas que son 4:

- Área de Contabilidad
- Área de Operaciones
- Área de Ventas
- Área de Cafetería



5.2.1.7.1 GERENCIA

El Gerente de “Lake Adventure” será el encargado de trabajar con sus subalternos y a través de ellos coordinará las actividades laborales, para así poder cumplir con las metas de la organización. Él se encargará de:

- ◆ Planeación: en la cual se definirá las metas, se fijarán estrategias para alcanzarlas, y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades.
- ◆ Organización: se determinará que tareas hay que hacer, quién y cómo las tienen que realizar y de donde se toman las decisiones.
- ◆ Dirección: motivar y dirigir a los subordinados, para que éstos a su vez realicen un trabajo de excelencia. Y resuelve los conflictos.
- ◆ Control: Vigila que las actividades se estén cumpliendo para asegurarse que se están cumpliendo, y así alcanzar las metas organizacionales.

5.2.1.7.2 ÁREA DE CONTABILIDAD

El contador es la persona que netamente se encargará de dirigir y velar por el área financiera de “Lake Adventure”. Sus funciones serán:

- ◆ Participar y coordinar el la elaboración de estados financieros.
- ◆ Dirigir la elaboración de la contabilidad de la organización.
- ◆ Preparar información financiera de la organización con el visto bueno del gerente.
- ◆ Revisar las conciliaciones bancarias.
- ◆ Llevar el control la nómina de los empleados, pago a proveedores.
- ◆ Mantenerse al día en las obligaciones fiscales y de organismos de regulación de la organización.

5.2.1.7.3 ÁREA DE OPERACIONES

Las dos personas que se encuentren en ésta área estarán en contacto directo con el cliente es por eso que deberán estar capacitadas y atentas a responder cualquier inquietud del turista, así como también tendrá el conocimiento necesario para poder operar los deportes de aventura.

5.2.1.7.4 RECEPCIONISTA

- ◆ En la entrada del turista dará una cálida bienvenida, ya que es la primera imagen que tendrá nuestro cliente al entrar a “Lake Adventure.”
- ◆ Atenderá todas las inquietudes que tenga el turista.
- ◆ Cobrará los servicios prestados en “Lake Adventure.”
- ◆ Registrará los datos de los turistas y cuántos ingresan diariamente.
- ◆ Se encargará de emitir facturas por los servicios ofrecidos, las mismas que enviará a contabilidad para sus balances financieros.
- ◆ Dará una despedida, agradeciéndole por su visita y sugiriéndole que vuelva pronto.

5.2.1.7.4 GUÍA DE DEPORTES

- ◆ Atenderá las dudas que tengan los turistas respecto a los deportes de aventura.
- ◆ Les guiará y explicará de cómo se tiene que utilizar los equipos de cada deporte de aventura ofrecido por “Lake Adventure.”
- ◆ Cuidar y mantener en buen estado los equipos de deportes recreativos.
- ◆ Ser cuidadoso con la seguridad de los visitantes.
- ◆ Tomar decisiones sobre la seguridad de los clientes.

5.2.1.7.5 ÁREA DE VENTAS

- ◆ Esta área se encargará de establecer estrategias de ventas, mercadeo y de posicionamiento de “Lake Adventure” en el mercado y de su ejecución.
- ◆ Proponer alianzas estratégicas.
- ◆ Realizará la publicidad, gestionara anuncios, y en sí se encargará de dar a conocer a “Lake Adventure.”
- ◆ Cumplir los presupuestos programados de ventas.
- ◆ Realizará la proyección de la oferta y demanda futura.

5.2.1.7.6 ÁREA DE SNACK BAR

- ◆ Será el responsable de vender snacks a los turistas que visiten nuestro centro turístico.
- ◆ Realizar requisiciones tantos de snacks como de bebidas y siempre mantener en stock lo necesario para la venta al público.
- ◆ Manejo correcto de almacenamiento de los productos.
- ◆ Mantener el Snack Bar siempre limpio y ordenado.

Tabla 19
Perfil del Personal

| CARGO | PERFIL | REMUNERACION |
|-----------------|---|---------------|
| GERENTE | Ingeniero en administración de empresas hoteleras y turísticas. Edad de: 30 a 45 Sexo: Indistinto | \$1000 |
| CONTADOR | Licenciado en contabilidad. Edad de: 25 a 45 Sexo: Indistinto | \$700 |

| | | |
|--------------------------|---|--------------|
| GUIAS | Licenciado en turismo. Edad de: 25 a 45 Sexo: Indistinto | \$550 |
| RECEPCIONISTA | Licenciado en administración de empresas, comunicación o carreras afines. Edad de: 23 a 45 Sexo: Indistinto | \$400 |
| VENDEDOR-COCINERO | Tecnólogo en gastronomía. Edad de: 25 a 45 Sexo: Indistinto | \$400 |
| GUARDIA | Bachillerato Formación militar Edad de: 25 a 45 Sexo: Hombre | \$400 |

5.3 ASPECTOS LEGALES

5.3.1 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

El Centro de Actividades Turísticas se establecerá como una compañía de responsabilidad limitada.

- ◆ En este tipo de sociedad los socios responden hasta el monto de sus aportes.
- ◆ El capital social se establecerá con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación.
- ◆ La sociedad de responsabilidad limitada no puede tener menos de dos (2) socios, ni más de veinticinco (25).

- ♦ Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías.

Las aportaciones pueden consistir en numerario nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (Dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, segura, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías

5.3.1.1 REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN

1. Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

2. Se realiza la apertura de una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.
3. Se debe presentar la escritura pública en una Notaría para constituir la Compañía.
4. Se ingresan las Escrituras de constitución, las mismas que deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías.
5. Se ordena la publicación en la prensa de un extracto de dicha resolución en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
6. Obtención de la patente municipal
7. Y por último se ingresa las escrituras al Registro Mercantil para su inscripción.
8. Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)
9. Estos nombramientos se registran en el Registro Mercantil.
10. Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías.
11. Obtención del RUC en el SRI, el mismo que se solicitará en una imprenta autorizada la emisión de facturas y se empezará a declarar el IVA, retenciones en la fuente mensualmente y el impuesto a la renta anual.
12. Además anualmente la compañía tiene que pagar patente e impuesto del 1.5 por mil sobre sus activos en el Municipio.

5.3.2 LICENCIA ÚNICA DE FUNCIONAMIENTO

El Ministerio de Turismo transfiere esta facultad al Ilustre Municipio de Ibarra, cuyas autoridades concederán a los establecimientos turísticos, la licencia única anual de funcionamiento; lo que les permitirá:

- Acceder a los beneficios tributarios que contempla la ley de turismo;
- Dar publicidad a su categoría;

- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- Que las anotaciones del libro de reclamaciones, autenticadas por un notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de licencias de funcionamiento, salvo en el caso de las licencias ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

5.3.2.1 REQUISITOS PARA LA LICENCIA UNICA DE FUNCIONAMIENTO

Previa la obtención del Certificado de Registro y la Licencia Anual de funcionamiento, es necesario presentar en el Ministerio de Turismo o dirección regional respectiva los siguientes documentos:

- Copia certificada de la Escritura de la Constitución de la Compañía o Aumento de Capital
- Nombramiento del Representante Legal debidamente suscrito en las oficinas del Registro Mercantil si se tratase de personas jurídicas.
- RUC
- Cédula de Identidad del Representante Legal
- Lista de precios
- Inventario Valorado
- Título de Propiedad o contrato de arrendamiento
- Certificado de Propiedad Intelectual

CAPITULO VI

6. ANALISIS FINANCIERO

El proyecto en esta parte se presenta bajo las siguientes consideraciones: la información financiera y económica debe ser formulada en forma oportuna y adecuada, la misma deberá ser confiable, ya que ayudara a tomar decisiones en beneficio del proyecto.

La clasificación económica que se representa capta las operaciones, registra y resume con claridad en términos de valores económicos, transacciones y hechos de carácter financiero que se ejecuten en los años proyectados en la empresa.

El estudio económico nos sirve y permite determinar la influencia de los ingresos y gastos en factores como: la capacidad de servicio, proyecciones de tipos de costos – gastos, el origen de los ingresos, que constituyen un instrumento importante de análisis para establecer la viabilidad del proyecto que se va a realizar.

6.1 PROPUESTA DE INVERSIÓN

La propuesta de inversión permite determinar si el proyecto planteado es o no factible ejecutarlo, a pesar que poseemos un mercado activo, es necesario utilizar una herramienta de evaluación financiera que calcule, estime o pondere los beneficios netos que se esperan de la inversión en el proyecto.

6.1.1 INVERSIÓN FIJA Y DIFERIDA

Denominada también activo tangible (que se puede tocar) o fijo y diferido, los cuales representan los bienes de propiedad de la empresa y los gastos para su implementación (<http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-11.htm>), que para el presente proyecto representan la suma de 282.521,44 dólares, compuestos como se describe en el siguiente cuadro:

Tabla 20
Cuadro de Inversiones

| YAHUARCOCHA LAKE ADVENTURE | | | | |
|-----------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|-------------------|
| CUADRO DE INVERSIONES | | | | |
| DETALLE | CANTIDAD | VALOR U. | VALOR T | INVERSIÓN |
| INVERSIONES FIJAS | | | | -181109,60 |
| Instalaciones | | | | -46020,00 |
| Edificio | 1 | - | -46020,00 | |
| | | 46020,00 | | |
| Equipos y Muebles de Oficina | | | | -10708,80 |
| Equipo de computación | 2 | -918,40 | -1836,80 | |
| Calculadora | 3 | -15,00 | -45,00 | |
| Impresora – Copiadora | 2 | -155,00 | -310,00 | |
| Teléfono – Fax | 2 | -80,50 | -161,00 | |
| Intercomunicadores | 1 | -500,00 | -500,00 | |
| Basureros ecológicos | 3 | -12,00 | -36,00 | |
| Estación de trabajo | 3 | -1450,00 | -4350,00 | |
| Mesa de sesiones | 1 | -1000,00 | -1000,00 | |
| Sillas | 4 | -105,00 | -420,00 | |
| Sillas clientes | 4 | -45,00 | -180,00 | |
| Sillón de espera | 1 | -830,00 | -830,00 | |
| Archivador | 2 | -520,00 | -1040,00 | |
| Instalaciones y herramientas | | | | -24900,84 |
| Muebles y equipos snack | 1 | -6494,00 | -6494,00 | |
| Decoración | 1 | -660,00 | -660,00 | |
| Menaje | 1 | -1265,00 | -1265,00 | |
| Equipo y vestimenta | 1 | - | -16481,84 | |
| | | 16481,84 | | |
| Inversiones Diferidas | | | | -6500,00 |
| Gastos de Constitución | 1 | 6500,00 | -6500,00 | |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | -94365,90 |
| Sueldos | 12 | - | -72669,90 | |
| | | 6055,825 | | |
| Materia Prima | 12 | -538 | -6456,00 | |
| Suministros de Oficina | 12 | -100,00 | -1200,00 | |
| Arriendo | 12 | -500,00 | -6000,00 | |
| Servicios Básicos | 12 | -100,00 | -1200,00 | |
| Gastos Publicidad | 12 | -500,00 | -6000,00 | |
| Gastos Generales | 12 | -70,00 | -840,00 | |
| TOTAL INVERSION | | | | -182495,54 |

6.1.2 CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE

Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y pasivo circulante representado por el capital con que hay que contar para empezar a operar el negocio. (<http://www.buenastareas.com/ensayos/Capital-De-Trabajo/4645476.html>)

El capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia muy importante en relación con el activo fijo, su naturaleza es líquida, y para la presente propuesta es de \$94.365,90, compuesto por:

Tabla 21
Capital de Trabajo

| CONCEPTO | VALOR |
|-----------------------------------|--------------------|
| Sueldos administrativos | \$72.669,90 |
| Materia Prima | \$6.456,00 |
| Servicios básicos | \$1.200,00 |
| Suministros | \$1.200,00 |
| Arriendo | \$6.000,00 |
| Gastos de publicidad | \$6.000,00 |
| Gastos Generales | \$840,00 |
| CAPITAL DE TRABAJO ANUAL | \$94.365,90 |
| CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL | \$7.863,83 |

6.2 CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

6.2.1 COSTO DE OPORTUNIDAD

Tabla 22
Costo de Oportunidad

| YAHUARCOCHA LAKE ADVENTURE | | | |
|-----------------------------------|-------------|------------------|-----|
| DATOS ENTRADA | | | |
| INVERSION INICIAL | -182.495,54 | % APOORTE PROPIO | 20% |
| APORTE PROPIO | -36.499,11 | % PRESTAMO | 80% |
| PRESTAMO | -145.996,43 | | |
| TASA INTERES | 12% | | |
| TASA DE DESCUENTO | 16% | | |
| PREMIO AL RIESGO | 12% | | |
| PLAZO CREDITO | 5 | | |
| PERIODO DE GRACIA | - | | |
| PLAZO DE PAGO | 5 | | |

| DESCRIPCIÓN | VALOR NOMINAL | % | TAZA DE PONDERACIÓN | COSTO NETO |
|----------------------|----------------------|----------|----------------------------|-------------------|
| INVERSIÓN FINANCIERA | - 145.996,43 | 80% | 12,00% | 9,60% |
| INVERSIÓN PROPIA | - 36.499,11 | 20% | 12,00% | 2,40% |
| INVERSIÓN TOTAL | - 282.521,44 | 100% | COSTO CAPITAL | 12,00% |
| TASA DE REDESCUENTO | COSTO CAPITAL | MÁS | INFLACIÓN | |
| TASA DE REDESCUENTO | 12,00% | | 5% | |
| TASA DE REDESCUENTO | 17,00% | | | |

El cálculo se la hizo de acuerdo al índice de inflación de \$5% correspondiente a junio del 2012, fuente del Banco Central del Ecuador, el 80% de la inversión será financiada a una tasa del 12% anual y el 20% será inversión propia con un premio al riesgo del 12%, con la inversión pondera en función del origen más

las tasa inflacionaria aplicando la siguiente fórmula se obtiene el siguiente resultado.

6.2.2. CÁLCULO DEL TRM (Tasa de Rendimiento Medio)

$$(1 + CK)(1 + IF) - 1$$

$$(1 + 0,12)(1 + 0,05) - 1$$

17,00% TRM

6.3 PROYECCIONES

6.3.1 INGRESOS

Los ingresos se obtienen de la prestación de servicios de turismo de aventura por preferencia de servicio y de las ventas de snack, calculadas por el requerimiento de una cafetería del 25% de los encuestados (656) en el estudio de mercado con un gasto promedio de \$10 dólares por visitante, proyectándose los ingresos con una tasa de inflación estimada del 5%.

6.3.1.1 VENTAS PROYECTADAS

Tabla 23
Ventas Proyectadas

| YAHUARCOCHA LAKE ADVENTURE | | | | | | | |
|---|--------------------------|---------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| VENTAS PROYECTADOS | | | | | | | |
| TIPO DE SERVICIOS DE TURISMO DE AVENTURA CON SU PREFERENCIA | AÑOS | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| | No. SERVICIOS TURISTICOS | PRECIOS | | | | | |
| Kayak 34% | 320 | 18 | 69.120,00 | 72.576,00 | 76.204,80 | 80.015,04 | 84.015,79 |
| Canopy 17% | 160 | 15 | 28.800,00 | 30.240,00 | 31.752,00 | 33.339,60 | 35.006,58 |
| Escalada 20% | 189 | 25 | 56.700,00 | 59.535,00 | 62.511,75 | 65.637,34 | 68.919,20 |
| Ciclismo Montaña 29% | 273 | 15 | 49.140,00 | 51.597,00 | 54.176,85 | 56.885,69 | 59.729,98 |
| 942 | SUBTOTAL INGRESOS | | 203.760,00 | 213.948,00 | 224.645,40 | 235.877,67 | 247.671,55 |
| | AÑOS | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| | SERVICIOS SNACK | PRECIOS | | | | | |
| | 236 | 10 | 28.320,00 | 29.736,00 | 31.223,00 | 32.784,00 | 34.423,00 |
| | TOTAL INGRESOS | | 232.080,00 | 243.684,00 | 255.868,20 | 268.661,61 | 282.094,69 |

6.4 GASTOS PROYECTADOS

Los costos de operación del proyecto están constituidos por el total de la mano de obra, materia prima del snack y costos indirectos donde se incluye materiales indirectos y mantenimiento, ya que se trata de la prestación de servicios turísticos y de la oferta de comida rápida. Se les proyecta con la tasa promedio anual del 10% del incremento salarial, de los últimos tres años realizados por el gobierno actual.

Tabla 24
Gastos Proyectados

| COSTO OPERACIÓN PROYECTADO | | |
|-----------------------------------|----------------|--------------|
| Año | Mensual | Anual |
| 2012 | 3.510,30 | 42.123,60 |
| 2013 | 3.861,33 | 46.335,96 |
| 2014 | 4.247,46 | 50.969,56 |
| 2015 | 4.672,21 | 56.066,51 |
| 2016 | 5.139,43 | 61.673,16 |

6.5 ROL DE PAGOS DEL RECURSO HUMANO DEL PROYECTO

En lo que representa a los sueldos se manejaran de acuerdo al código de trabajo, y lo que se refiere a las depreciaciones de acuerdo al SRI.

Tabla 25
Rol de Pagos

| YAHUARCOCHA LAKE ADVENTURE | | | | | | | | |
|--|-----------------|----------------|--------------|-------------|------------|------------|------------------|--------------|
| ROL DE PAGO ESTIMADO DEL RECURSO HUMANO | | | | | | | | |
| DETALLE | CANTIDAD | MENSUAL | ANUAL | IESS | 13° | 14° | FDO. RES. | TOTAL |
| GERENTE | 1 | 1000 | 12.000,00 | 1458,00 | 1000 | 292 | 1000 | 15.750,00 |
| CONTADOR | 1 | 700 | 8.400,00 | 1020,60 | 700 | 292 | 700 | 11.112,60 |
| GUIAS | 3 | 550 | 19.800,00 | 2405,70 | 1650 | 876 | 1650 | 26.381,70 |
| RECEPCIONISTAS | 1 | 400 | 4.800,00 | 583,20 | 400 | 292 | 400 | 6.475,20 |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------|---|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| VENDEDOR -COCINERO | 1 | 400 | 4.800,00 | 583,20 | 400 | 292 | 400 | 6.475,20 |
| GUARDIA | 1 | 400 | 4.800,00 | 583,20 | 400 | 292 | 400 | 6.475,20 |
| TOTAL | | 3.450,00 | 54.600,00 | 6.633,90 | 4.550,00 | 2.336,00 | 4.550,00 | 72.669,90 |

6.6 PROYECCION DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

6.6.1 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

Tabla 26

Estado de Resultados

| YAHUARCOCHA LAKE ADVENTURE | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS | | | | | |
| AÑOS | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Ingresos | 232.080,00 | 243.684,00 | 255.868,20 | 268.661,61 | 282.094,69 |
| Costo de Operación | 42.123,60 | 46.335,96 | 50.969,56 | 56.066,51 | 61.673,16 |
| Gastos operacionales | 73.924,89 | 75.262,92 | 76.641,79 | 77.105,32 | 78.550,24 |
| (-) Remuneraciones | 33.337,80 | 36.671,58 | 40.338,74 | 44.372,61 | 48.809,87 |
| (-) Suministros de oficina | 1.200,00 | 1.260,00 | 1.323,00 | 1.389,15 | 1.458,61 |
| (-) depreciaciones y amortizaciones | 7.827,52 | 7.827,52 | 7.827,81 | 6.876,68 | 6.876,68 |
| (-) Gasto Publicidad | 6.000,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 |
| (-) Gasto Arriendo | 6.000,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 |
| (-) Gasto Servicios Básicos | 1.200,00 | 1.260,00 | 1.323,00 | 1.389,15 | 1.458,61 |
| (-) Gasto Financieros | 17.519,57 | 14.761,82 | 11.673,14 | 8.213,82 | 4.339,37 |
| (-) Gastos Generales | 840,00 | 882,00 | 926,10 | 972,41 | 1.021,03 |
| (=) Beneficio Neto antes Imp. | 116.031,51 | 122.085,12 | 128.256,86 | 135.489,78 | 141.871,29 |
| 15% Trabajadores | 17.404,73 | 18.312,77 | 19.238,53 | 20.323,47 | 21.280,69 |
| 22% de Impuestos | 25.526,93 | 26.858,73 | 28.216,51 | 29.807,75 | 31.211,68 |
| Beneficio Neto | 73.099,85 | 76.913,62 | 80.801,82 | 85.358,56 | 89.378,91 |

El estado de pérdidas y ganancias proyectado, incluye los ingresos, costos y gastos operacionales el mismo que indica resultados favorables en el periodo de ejecución del proyecto, proyectándose los gastos a una tasa inflacionaria del 5%, el pago del impuesto a la renta es del 22% a partir del año 2013 como indica la Ley de Régimen Tributaria.

6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 27
Punto de Equilibrio

| YAHUARCOCHA LAKE ADVENTURE | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
| DETALLE | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| Gastos Administrativos | 34.537,80 | 37.931,58 | 41.661,74 | 45.761,76 | 50.268,48 |
| Gastos de Venta | 6.000,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 |
| Depreciaciones y Amort | 7.827,52 | 7.827,52 | 7.827,81 | 6.876,68 | 6.876,68 |
| Arriendos | 6.000,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 |
| Otros | 840,00 | 882,00 | 926,10 | 972,41 | 1.021,03 |
| TOTAL COSTOS FIJOS | 55.205,32 | 59.241,10 | 63.645,65 | 67.502,35 | 72.752,26 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| Costos de Operación | 42.123,60 | 46.335,96 | 50.969,56 | 56.066,51 | 61.673,16 |
| Gastos Financieros | 17.519,57 | 14.761,82 | 11.673,14 | 8.213,82 | 4.339,37 |
| Servicios Básicos | 1.200,00 | 1.260,00 | 1.323,00 | 1.389,15 | 1.458,61 |
| TOTAL COSTOS VARIABLES | 60.843,17 | 62.357,78 | 63.965,70 | 65.669,48 | 67.471,14 |
| TOTAL COSTOS | 116.048,49 | 121.598,88 | 127.611,34 | 133.171,83 | 140.223,40 |
| VENTAS | 232.080,00 | 243.684,00 | 255.868,20 | 268.661,61 | 282.094,69 |
| PUNTO DE EQUILIBRIO % | 0,32 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,34 |
| VENTAS EN DÓLARES | 74.820,65 | 79.614,02 | 84.860,26 | 89.339,87 | 95.623,37 |
| CAPACIDAD DE EQUILIBRIO | 0,74 | 0,74 | 0,75 | 0,76 | 0,76 |

El punto de equilibrio está establecido en el 32% para la cobertura de los costos fijos, ya que los variables están ya disminuidos del total de ventas.

La capacidad de equilibrio se ubica en 0,74, que indica que por cada dólar de venta están disponibles 0,74 centavos para cubrir los costos fijos y las utilidades y los 0,26 centavos restantes cubren los costos variables del proyecto.

6.8. FLUJO DE CAJA

Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto.

Tabla 28
Flujo de Caja

FLUJO DE EFECTIVO

| DETALLE | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| INVERSIÓN | -182.495,54 | | | | | |
| UTILIDAD EJERCICIO | | 73.099,85 | 76.913,62 | 80.801,82 | 85.358,56 | 89.378,91 |
| (+) Depreciaciones | | 7.827,52 | 7.827,52 | 7.827,81 | 6.876,68 | 6.876,68 |
| (+) Amortizaciones | | - | - | - | - | - |
| (-) Reinversión | | - | - | - | - | - |
| (-) Pago capital | | 22.981,26 | 25.739,01 | 28.827,69 | 32.287,01 | 36.161,46 |
| (+) Recuperación Bienes (VL) | | 0 | | | | 50.893,42 |
| (+) Recuperación Capital Trabajo | | 0 | | | | 7.863,83 |
| FLUJO NETO | -182.495,54 | 57.946,11 | 59.002,14 | 59.801,94 | 59.948,23 | 118.851,38 |

6.9 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN VAN Y TIR

Tabla 29
VAN O VALOR ACTUAL NETO

| VAN | | \$ 33.672,30 | |
|------------|--------------------|-------------------------|------------------------------|
| AÑO | FLUJO DE FONDOS | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADOS |
| 0 | -182.495,54 | | (182.495,54) |
| 1 | 57.946,11 | 0,85470085 | 49.526,59 |
| 2 | 59.002,14 | 0,73051355 | 43.101,86 |
| 3 | 59.801,94 | 0,62437056 | 37.338,57 |
| 4 | 59.948,23 | 0,53365005 | 31.991,38 |
| 5 | 118.851,38 | 0,45611115 | 54.209,44 |
| VAN | | | 33.672,30 |

Aplicando la fórmula para el cálculo del VAN se determina los siguientes valores:

$$\text{VAN} = -182.495,54 + \frac{57.946,11}{(1,17)^1} + \frac{59.002,14}{(1,17)^2} + \frac{59.801,94}{(1,17)^3} + \frac{59.948,23}{(1,17)^4} + \frac{118.851,38}{(1,17)^5}$$

VAN = 33.672,30 USD

La suma de los flujos de efectivo descontados de \$216.167,84 es superior a la inversión inicial de \$182.495,54; Lake Adventure, cubrirá la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años de \$33.672.30, manejada a un costo de capital del 17%, lo cual implica que el proyecto es factible.

Tabla 30
TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

| TIR | | 23,97% | |
|------------|-----------------|-------------------|--------------|
| AÑO | FLUJO DE FONDOS | TASA DE DESCUENTO | |
| | | 23,00% | 24,00% |
| 0 | (182.495,54) | (182.495,54) | (182.495,54) |
| 1 | 57.946,11 | 47.110,66 | 46.730,74 |
| 2 | 59.002,14 | 38.999,36 | 38.372,88 |
| 3 | 59.801,94 | 32.136,60 | 31.365,35 |
| 4 | 59.948,23 | 26.191,23 | 25.356,52 |
| 5 | 118.851,38 | 42.216,15 | 40.541,13 |
| VAN | | 4.158,47 | (128,93) |
| TIR | | 23,97% | |

Con estos datos y aplicando la fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$TIR = TM - \frac{(TM - Tm) VAN TM}{VAN TM - VAN Tm}$$

En donde:

TM = Tasa Mayor

Tm = Tasa menor

VAN = Valor actual neto

$$TIR = 13,5\% - \frac{(24\% - 23\%) * (-128,93)}{(-128,93) - 4.158,47}$$

$$TIR = 23,97\%$$

De acuerdo con esta tasa, que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto que es de 17%, lo cual demuestra que el proyecto es factible.

Tabla 31

PERIODO DE RECUPERACIÓN

| AÑO | FLUJO DE FONDOS | INVERSIÓN INICIAL |
|-----|-----------------|-------------------|
| 0 | | (182.495,54) |
| 1 | 57.946,11 | 57.946,11 |
| 2 | 59.002,14 | 116.948,25 |
| 3 | 59.801,94 | 176.750,19 |
| 4 | 59.948,23 | 5.745,35 |
| 5 | 118.851,38 | |

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión es de:

- *Flujos de fondos de los tres primeros años* 176.750,19
- *Flujo de fondo cuarto año para cubrir inversión* 59.948,23

Se divide el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del cuarto año $59.948,23/5.745,35 = 0.10$; que es la fracción del año necesario en el cuarto período. Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

$$PR = 3.10 \text{ años}$$

$$PR = 3 \text{ años, } 1 \text{ mes}$$

5.3.2. Beneficio Costo

La evaluación de la razón consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para la los egresos, obteniendo el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Para realizar la relación entre costo beneficio se utilizará la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS TOTALES ACTUALIZADOS}}$$

Para lo cual primeramente se determina los ingresos totales que provienen de las ventas, mientras que los egresos totales son provenientes de los costos y gastos determinados para el proyecto.

Tabla 32

INGRESOS Y EGRESOS TOTALES

| AÑO | INGRESOS TOTALES | EGRESOS TOTALES |
|-----|------------------|-----------------|
| 1 | 232.080,00 | 116.048,49 |
| 2 | 243.684,00 | 121.598,88 |
| 3 | 255.868,20 | 127.611,34 |
| 4 | 268.661,61 | 133.171,83 |
| 5 | 282.094,69 | 140.223,40 |

Tabla 33
INGRESOS Y EGRESOS
ACTUALIZADOS

| AÑO | INGRESOS TOTALES | EGRESOS TOTALES |
|----------------|---------------------|--------------------|
| 1 | 198.358,97 | 99.186,75 |
| 2 | 178.014,46 | 88.829,63 |
| 3 | 159.756,57 | 79.676,76 |
| 4 | 143.371,28 | 71.067,15 |
| 5 | 128.666,53 | 63.957,46 |
| TOTALES | 808.167,82 | 402.717,75 |

beneficio
costo 2,01

$$\text{Beneficio/costo} \bullet \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}} \quad \text{Beneficio/costo} \bullet \frac{808.167,82}{402.717,75}$$

Beneficio/ costo = 2,01

Nos refleja el resultado de 2,01, lo que significa, que por cada dólar invertido se obtiene un superávit de 1,01 centavos de dólar.

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- ◆ La Laguna de Yahuarcocha, es uno de los atractivos turísticos naturales más importantes de la Provincia de Imbabura, no solo por su contenido histórico y natural sino también por lo que hoy representa dentro del contexto económico del Cantón Ibarra; ya que su mal manejo y utilización no ha permitido potencializar este sector, poniendo en riesgo incluso su sostenibilidad.
- ◆ La oferta de servicio turísticos se ha limitado solamente a la prestación de servicios de alimentos y bebidas por parte de habitantes del pueblo cercano a la laguna, y la existencia de dos hoteles que ofrecen servicios turísticos convencionales, sin ningún tipo de diversificación de actividades para quienes visitan la laguna, por lo que la presente propuesta nace de la necesidad de crear un negocio que ofrezca servicios turísticos de aventura que se adapten al gusto y preferencia del consumidor y como un alternativa más de diversión y atracción.
- ◆ El impacto económico que pretende dar el proyecto es el de dinamizar la economía local a través de la generación de plazas de trabajo e incremento de la inversión local, así como también mayor dinámica en actividades indirectas como el transporte y la prestación de servicios complementarios que se ofertan en la localidad.
- ◆ La sostenibilidad y desarrollo de la presente propuesta estarán garantizadas por la implementación de un servicio de turismo de aventura de calidad, basado en la satisfacción de los turistas desde una perspectiva de precios competitivos y servicio diversificado.

- ◆ La capacitación permanente del personal en las diferentes temáticas, se constituirá en la base fundamental de la presente propuesta, ya que ello se reflejara en la eficiente y oportuna prestación de servicios turísticos de aventura competitivos, con relación a la competencia del cantón.
- ◆ La estructura y ejecución técnica del plan de mercadeo, garantizará la dinámica del mercado, respecto al número de turistas que visitarán la laguna de Yahuarcocha, durante el tiempo en el que se encuentra establecido el proyecto.
- ◆ El estudio económico, garantiza la viabilidad económica en cuanto a la realización del proyecto, tanto desde la perspectiva del Valor Actual Neto que es mayor que cero y de una tasa interna de retorno que es mayor a la tasa de descuento.

7.2 RECOMENDACIONES

- ◆ Para la realización efectiva y eficiente de la presente propuesta, se requiere de una aplicación y dirección técnica, que se ajuste a las nuevas tendencias administrativas y financieras, que permitan una reacción oportuna, eficaz e integral por parte de todos quienes sean parte del proyecto en mención.
- ◆ El entorno natural y ubicación de la Laguna de Yahuarcocha es un punto favorable, tanto para turistas locales como nacionales e internacionales; sin embargo es importante el trabajo en equipo para lograr un posicionamiento estratégico en un mercado que sea vuelto cada vez más exigente y competitivo.
- ◆ Para los primeros años de vida del proyecto, se recomienda la recapitalización de las utilidades, dirigiéndoles a invertir en innovación, creatividad y mayor valor agregado en los tipos de servicios turísticos de aventura que se oferten.
- ◆ Se recomienda así mismo, el manejo de planes ambientales tanto del personal como de los turistas que visitan laguna, contribuyendo al cuidado y conservación ambiental de Yahuarcocha, garantizando así la sostenibilidad del proyecto.

REFERENCIAS

- ◆ Cecilia Narvárez Mora (2009). Imbabura Tierra Preciosa. Segunda Edición. Ecuador.
- ◆ James C. Van Horne, John M. Wachowicz (2010). Fundamentos de la Administración Financiera. Decimotercera edición. México.
- ◆ Lisbona, Medina y Sánchez (2008). Actualidad en el deporte, investigación y aplicación. España.
- ◆ Lourdes Olmos Juarez, Rafael García Cebrian (2011). Estructura del mercado turístico. España.
- ◆ Ministerio de Turismo 2011. Plan de turismo Sostenible. Ecuador.
- ◆ Norma Técnica Ecuatoriana de Turismo de Aventura (2011). Ecuador.
- ◆ Plan estratégico de Yahuarcocha (2009). Ecuador.
- ◆ Renato Quesada Castro (2007). Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad. Costa Rica.
- ◆ Zapata, Pedro (2008). Contabilidad de Costos. 3ra Edición.

INTERNET

- ◆ Gobierno Provincial de Imbabura. <http://www.imbabura.gob.ec>
- ◆ Terminología turística, pág. 2(<http://www.lehotelier.com.ar/apuntes/tt.pdf>)
- ◆ INEC. [en línea]. Censo de Población y Vivienda 2010. www.inec.gov.ec
- ◆ Municipio de Ibarra 2012. www.ibarra.gob.ec
- ◆ MINTUR 2012. <http://www.turismo.gob.ec>
- ◆ OMT 2012. <http://www2.unwto.org/es/>
- ◆ SECTUR México 2011. <http://www.sectur.gob.mx>
- ◆ Superintendencia de compañías. (2011). [en línea]. Documentación sector societario macro legal instructivo. www.supercias.gov.ec

ANEXOS

1. Encuestas



ENCUESTA A LOS VISITANTES QUE ACUDEN A LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA

1. ¿Qué tipo de turista se considera usted?

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------|---|---|---|---|---|
| Turista Local | | | | | |
| Turista Nacional | | | | | |
| Turista Extranjero | | | | | |

2. ¿Cuál es su profesión o actividad económica?

| | | | | | |
|-------------|--|--|--|--|--|
| Profesional | | | | | |
| Comerciante | | | | | |
| Artesano | | | | | |
| Ama de casa | | | | | |
| Estudiante | | | | | |
| Jubilado | | | | | |

3. ¿Cuándo usted, visita Yahuarcocha lo realiza?

| | | | | | |
|---------------|--|--|--|--|--|
| Solo | | | | | |
| En pareja | | | | | |
| En familia | | | | | |
| Con amigos | | | | | |
| Institucional | | | | | |

4. ¿Cuál fue su medio de movilización para llegar a Yahuarcocha?

Vehículo propio
Moto
Bicicleta
Transporte publico
Caminando

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

5. ¿Cuál es su frecuencia de visita al sector de Yahuarcocha?

Diario
Semanal
Cada 2 semanas
Cada 3 semanas
Mensual
Anual

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

6. ¿Cuándo visita Yahuarcocha el tiempo de permanencia es?

2 horas
4 horas
6 horas
8 horas

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

7. ¿Qué cantidad de recursos económicos estaría dispuesto a utilizar para realizar deportes de aventura en Yahuarcocha?

1 a 10 dólares
10 a 20 dólares
20 a 30 dólares
30 a 40 dólares
40 a 50 dólares

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

8. ¿Qué preferencia tiene usted al visitar Yahuarcocha?

| | | | | | |
|-----------------------|--|--|--|--|--|
| Gastronomía | | | | | |
| Juegos recreacionales | | | | | |
| Alquiler de botes | | | | | |
| Consumo de frutas | | | | | |
| Cuadrones | | | | | |
| Otros | | | | | |

9. ¿Qué tipo de deporte de aventura preferiría si se oferta en Yahuarcocha?

| | | | | | |
|---------------------|--|--|--|--|--|
| Canopy | | | | | |
| Cabalgata | | | | | |
| Kayak | | | | | |
| Ciclismo de Montaña | | | | | |
| Escalda | | | | | |
| Altas Delta | | | | | |
| Parapente | | | | | |
| Paitnball | | | | | |

10. ¿Conoce usted si hay una empresa de turismo de aventura en la ciudad?

| | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|
| Si | | | | | |
| No | | | | | |

11. ¿Qué medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

| | | | | | |
|-----------------|--|--|--|--|--|
| Prensa escritas | | | | | |
| Internet | | | | | |
| Radio | | | | | |
| Televisión | | | | | |

12. ¿Qué servicio complementario cree usted que debería ofertar una operadora de turismo de aventura en Yahuarcocha?

| | | | | | |
|---------------------|--|--|--|--|--|
| Cafetería | | | | | |
| Restaurante | | | | | |
| Tienda de recuerdos | | | | | |
| Transporte | | | | | |
| Museo | | | | | |
| Juegos para niños | | | | | |

13. ¿Con que frecuencia usted practica estos deportes de aventura?

| | | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|--|
| Diariamente | | | | | |
| Dos veces por semana | | | | | |
| Semanalmente | | | | | |
| Una vez por mes | | | | | |
| Dos veces por mes | | | | | |

2. Tabulación de Encuestas

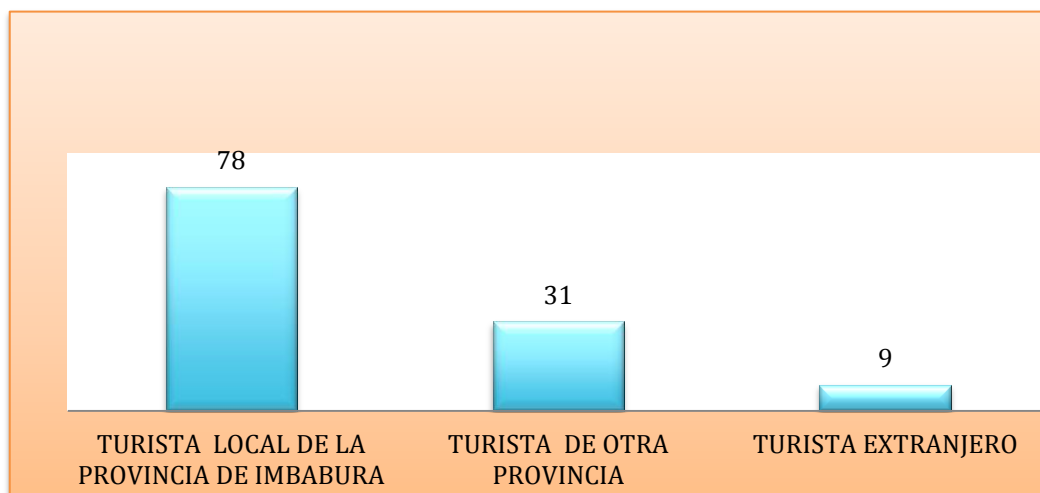
TABULACIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de encuesta a los turistas en la laguna de Yahuarcocha:

1 ¿Qué tipo de turista se considera usted?

| TIPOLOGÍA DE TURISTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| Turista Local | 78 | 66% |
| Turista Nacional | 31 | 26% |
| Turista Extranjero | 9 | 8% |
| TOTAL | 118 | 100 |

Tipología de turistas que visitan el sector de la laguna de Yahuarcocha



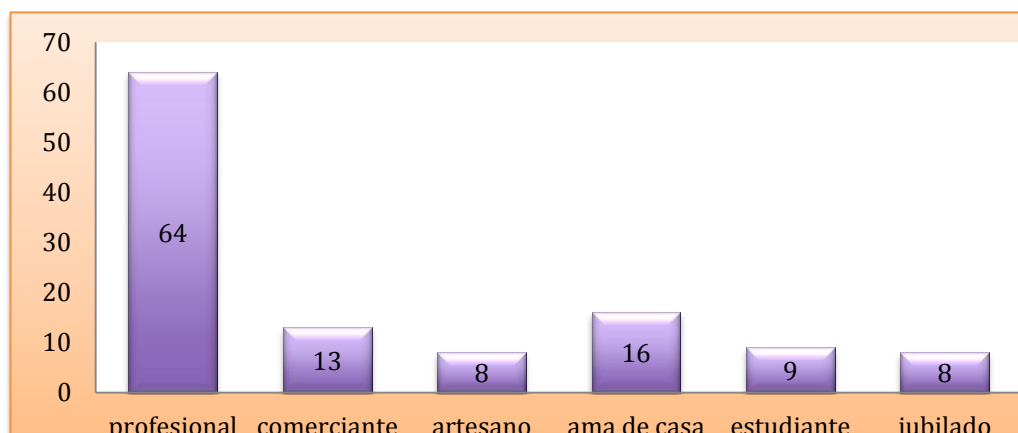
ANÁLISIS:

De los encuestados la mayoría son turistas locales que visitan la laguna de Yahuarcocha, seguido por turistas de otras provincias y una minoría son visitantes extranjeros en su mayoría del sur de Colombia. Por lo que los servicios a ofertar se diseñaran en su mayoría para turistas de la localidad y del país.

2 ¿Cuál es su profesión o actividad económica?

| ACTIVIDAD ECONÓMICA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------------|-------------------|-------------------|
| Profesional | 64 | 54 |
| Comerciante | 13 | 11 |
| Artesano | 8 | 7 |
| Ama de casa | 16 | 14 |
| Estudiante | 9 | 8 |
| Jubilado | 8 | 7 |
| TOTAL | 118 | 100 |

Tipología de turista por profesión o actividad económica.



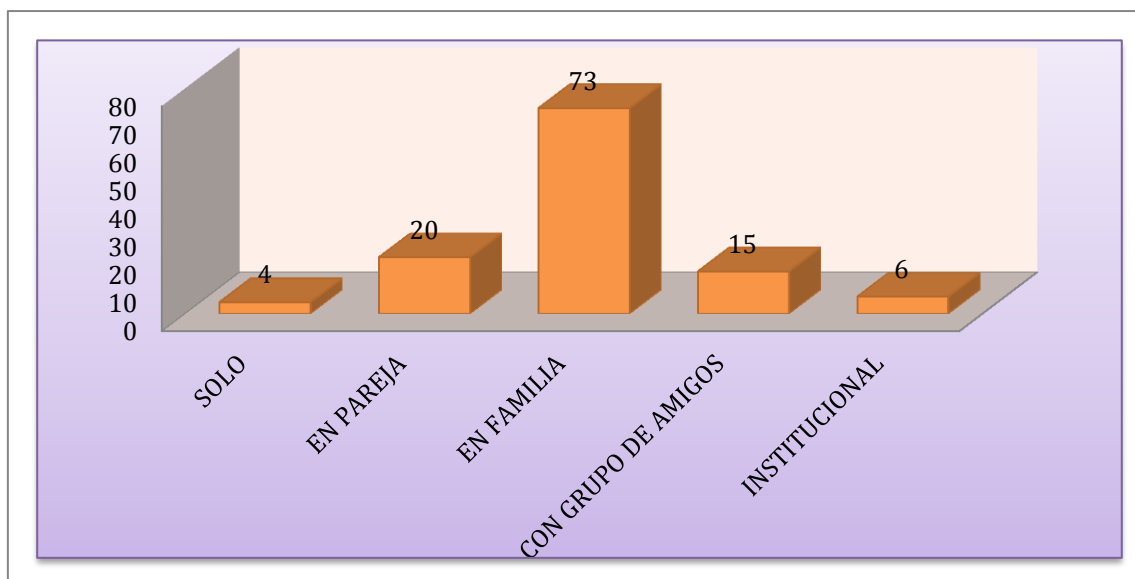
ANÁLISIS:

Los resultados del análisis de la pregunta dan a conocer que dentro de la afluencia de turistas que visitan a Yahuarcocha en su mayoría son profesionales, seguidos por las amas de casa, comerciantes, estudiantes, artesanos y jubilados. Lo que hace prever una demanda constituida por personas con capacidad de compra.

3 ¿Cuándo usted, visita Yahuarcocha lo realiza?

| CON QUIEN VISITA YAHUARCOCHA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Solo | 4 | 3 |
| En pareja | 20 | 17 |
| En familia | 73 | 62 |
| Con grupo de amigos | 15 | 13 |
| Institucional | 6 | 5 |
| TOTAL | 118 | 100 |

Tipología de turista visitante a Yahuarcocha.



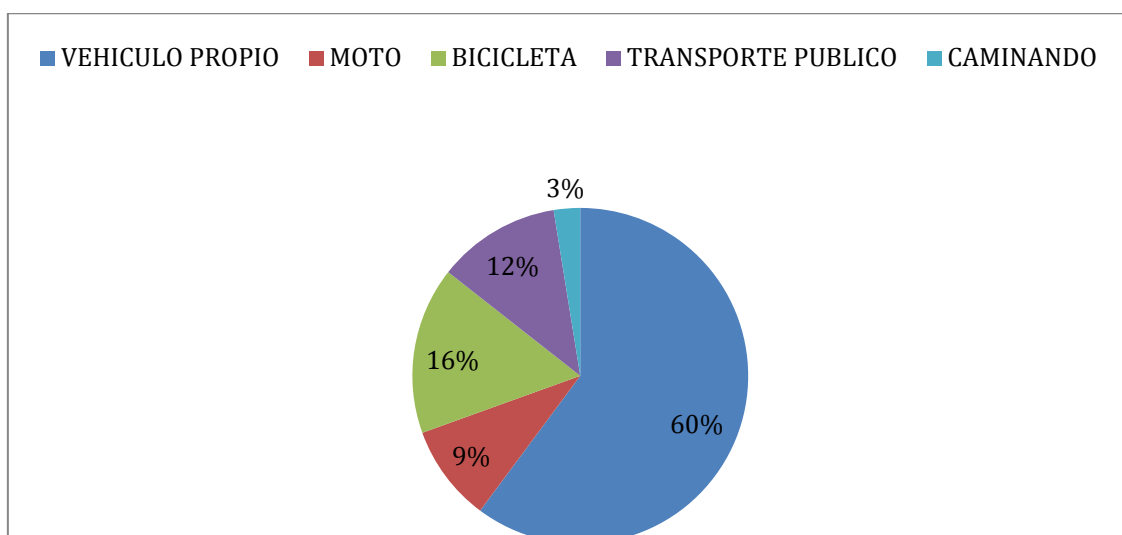
ANÁLISIS:

La preferencia de los visitantes de Yahuarcocha según la encuesta realizada es visitar en familia seguido de la preferencia de visitar en pareja, también existe la visita con grupos de amigos, las instituciones también realizan visitas, para eventos de capacitación gastronomía o competencias, las personas que visitan solo representan una minoría.

4 ¿Cuál fue su medio de movilización para llegar a Yahuarcocha?

| <i>Tipo de movilización de turistas</i> | <i>Frecuencia</i> | <i>Porcentaje</i> |
|---|-------------------|-------------------|
| Vehículo propio | 71 | 60 |
| Moto | 11 | 9 |
| Bicicleta | 19 | 16 |
| Transporte publico | 14 | 12 |
| Caminando | 3 | 3 |
| TOTAL | 118 | 100 |

Tipo de movilización que utilizan los turistas para llegar al sector de Yahuarcocha.



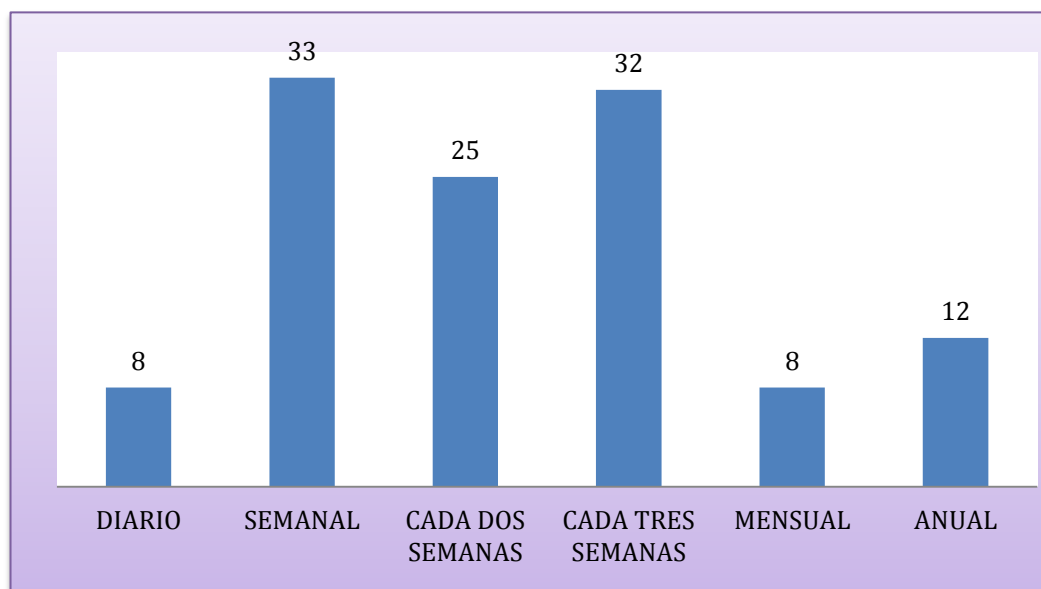
ANÁLISIS:

De los encuestados la mayoría se transporta en su vehículo propio, seguido por la bicicleta, el transporte público, la motocicleta y un número reducido lo hace caminando por lo general desde la ciudad de Ibarra, lo que demuestra que la mayoría de visitantes son personas con una capacidad de ingresos aceptable para la propuesta a generar.

5 ¿Cuál es su frecuencia de visita al sector de Yahuarcocha?

| PROMEDIO VISITAS. | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------------------|------------|------------|
| Diario | 8 | 7 |
| Semanal | 33 | 28 |
| Cada dos semanas | 25 | 21 |
| Cada tres semanas | 32 | 27 |
| Mensual | 8 | 7 |
| Anual | 12 | 10 |
| TOTAL | 118 | 100 |

Frecuencia de visita al sector de la laguna de Yahuarcocha.



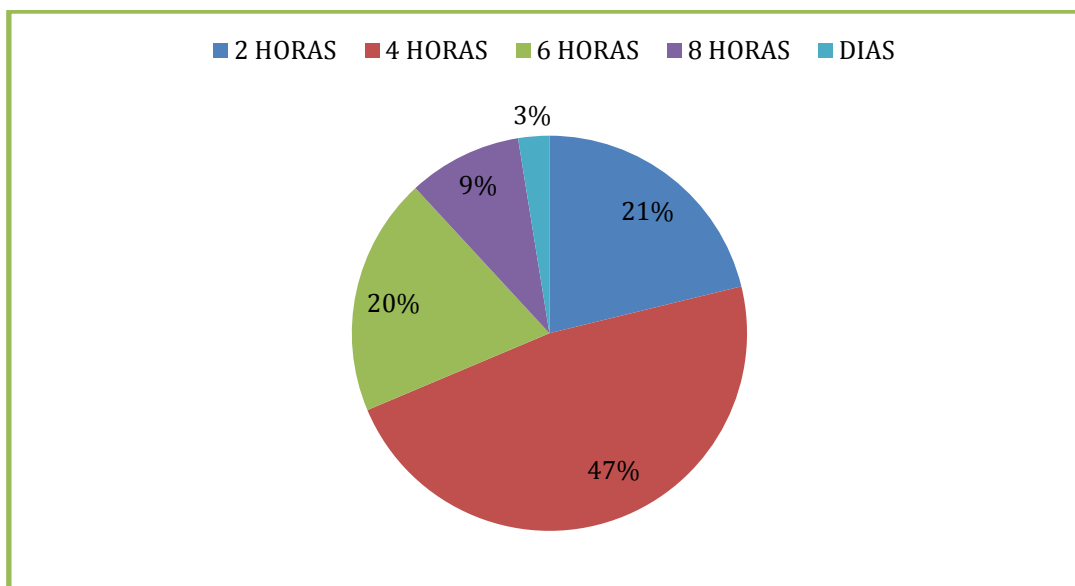
ANÁLISIS:

El tipo de preferencia de visita a Yahuarcocha es cada semana, seguido de los visitantes que prefieren cada tres semanas, y para cada dos semanas, anualmente mensual y diario lo hacen en menor magnitud del total de encuestados. Para el estudio es fundamental para determinar el número de visitantes al año.

6 ¿Cuándo visita Yahuarcocha el tiempo de permanencia es?

| TIEMPO HORAS /DÍAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE. |
|---------------------------|-------------------|--------------------|
| 2 horas | 25 | 21 |
| 4 horas | 56 | 47 |
| 6 horas | 23 | 19 |
| 8 horas | 11 | 9 |
| Días | 3 | 3 |
| TOTAL | 118 | 100 |

Tiempo de permanencia cuando el turista visita Yahuarcocha



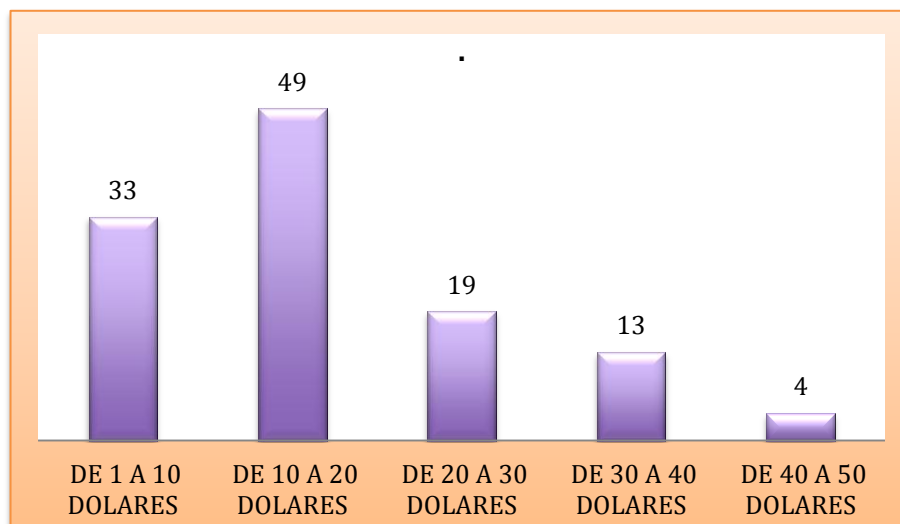
ANÁLISIS:

En la pregunta sobre el tiempo de permanencia que realiza en el sector de Yahuarcocha por los turistas, encontramos que la mayoría permanece por el espacio de cuatro horas, seguido por el de dos horas, 6 horas, 8 horas y por los que se quedan un día.

7 ¿Qué cantidad de recursos económicos estaría dispuesto a utilizar para realizar deportes de aventura en Yahuarcocha?

| DÓLARES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| de 1 a 10 dólares | 33 | 28 |
| de 10 a 20 dólares | 49 | 42 |
| de 20 a 30 dólares | 19 | 16 |
| de 30 a 40 dólares | 13 | 11 |
| de 40 a 50 dólares | 4 | 3 |
| TOTAL | 118 | 100 |

Cantidad de recursos económicos que utiliza el turista en su estadía a Yahuarcocha.



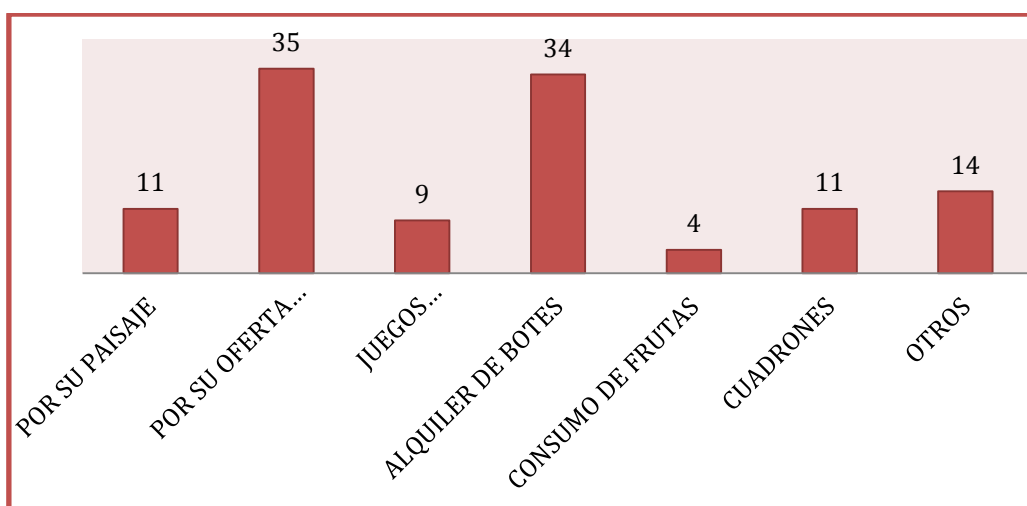
ANÁLISIS:

La inversión que realiza los turistas durante su permanencia en Yahuarcocha corresponde la mayoría a la cantidad de \$10-\$20 dólares, seguido por \$1 a \$10 dólares, de \$20 a \$30 dólares y una minoría de \$30 a \$40 y de \$40 a \$50 dólares.

8 ¿Que preferencia tiene usted al visitar Yahuarcocha?

| PREFERENCIA AL VISITAR YAHUARCOCHA | FRECUENCIA | PROMEDIO |
|---|-------------------|-----------------|
| Por su paisaje | 11 | 9 |
| Por su oferta gastronómica | 35 | 30 |
| Juegos recreacionales | 9 | 8 |
| Alquiler de botes | 34 | 29 |
| Consumo de frutas | 4 | 3 |
| Cuadrones | 11 | 9 |
| Otros | 14 | 12 |
| Total | 118 | 100 |

Preferencias del turista al visitar Yahuarcocha



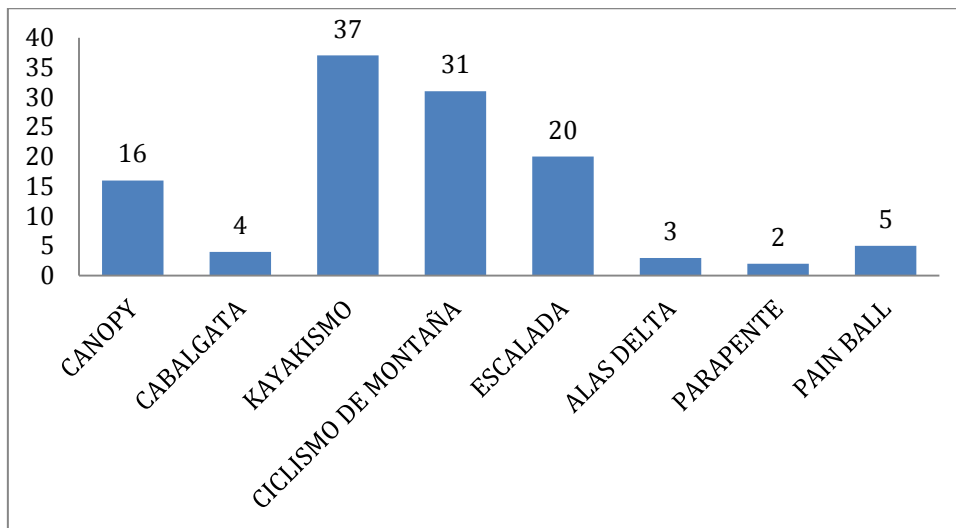
ANÁLISIS:

El análisis de la encuesta en lo referente a la preferencia de los turistas que visitan Yahuarcocha, la mayoría visitan Yahuarcocha por degustar de la oferta gastronómica, seguida por el alquiler botes ya sea a motor o remo, otros lo hacen por caminar, conducción, ciclismo, camping, fotografía, otro porcentaje minoritario lo prefiere por el paisaje, y un porcentaje aún menor lo hace por un deporte de aventura como es el alquiler de cuadrones y consumo de frutas y helados.

9 ¿Qué tipo de deporte de aventura preferiría si se oferta en Yahuarcocha?

| TIPO DE DEPORTE DE AVENTURA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|
| CANOPY | 16 | 14 |
| CABALGATA | 4 | 3 |
| KAYAKISMO | 37 | 31 |
| CICLISMO DE MONTAÑA | 31 | 26 |
| ESCALADA | 20 | 17 |
| ALAS DELTA | 3 | 3 |
| PARAPENTE | 2 | 2 |
| PAIN BALL | 5 | 4 |
| TODOS | 118 | 100 |

Preferencia del Visitante al realizar Deportes de Aventura



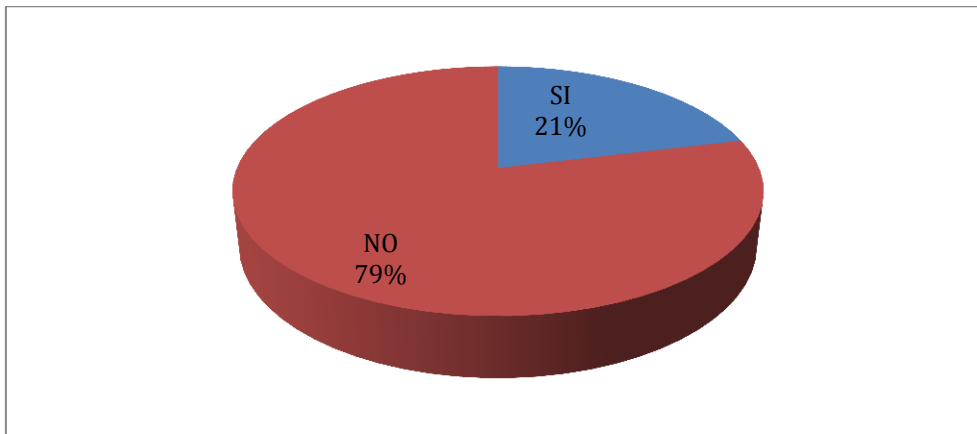
ANÁLISIS:

La mayoría prefiere el kayakismo, ciclismo de montaña, escalada y canopy, dejando de lado los otros que no tienen mayor preferencia, situación a considerar al momento de establecer la oferta de servicios del proyecto.

10 ¿Conoce usted si hay una empresa de turismo de aventura en la ciudad?

| Conoce usted si hay una empresa de turismo de aventura en la ciudad | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Si | 25 | 21 |
| No | 93 | 79 |
| Total | 118 | 100 |

Porcentaje de respuesta sobre la pregunta si conoce una empresa de turismo de aventura.



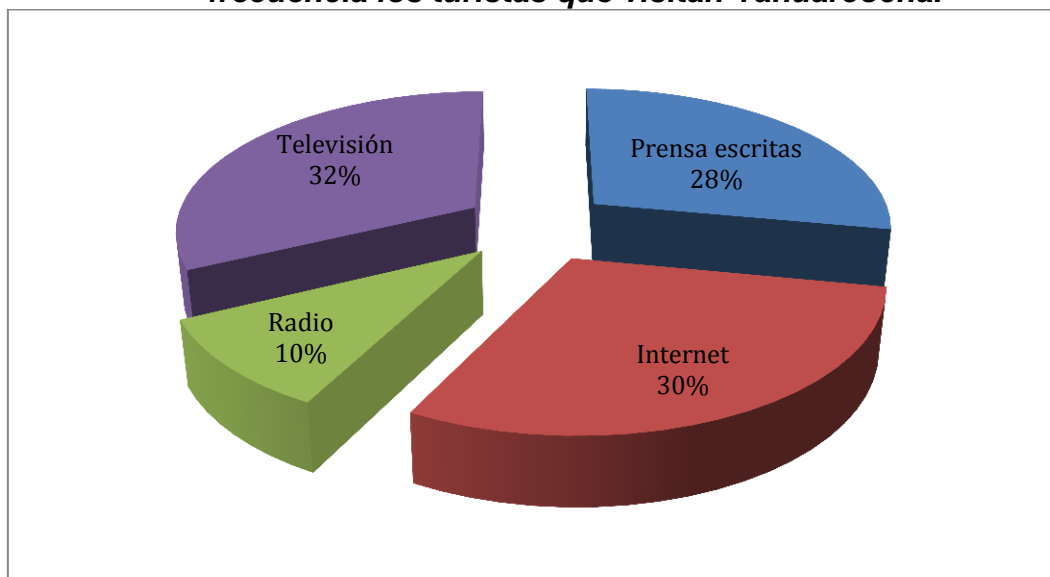
ANÁLISIS:

La mayoría no conoce de la existencia de una empresa que brinde servicios de turismo de aventura, mientras una minoría dice conocer.

11 ¿Qué medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

| ¿Qué medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia? | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| Prensa escritas | 33 | 28 |
| Internet | 35 | 30 |
| Radio | 12 | 10 |
| Televisión | 38 | 32 |
| Total | 118 | 100 |

Porcentaje de la pregunta medios de comunicación que utiliza con más frecuencia los turistas que visitan Yahuarcocha.



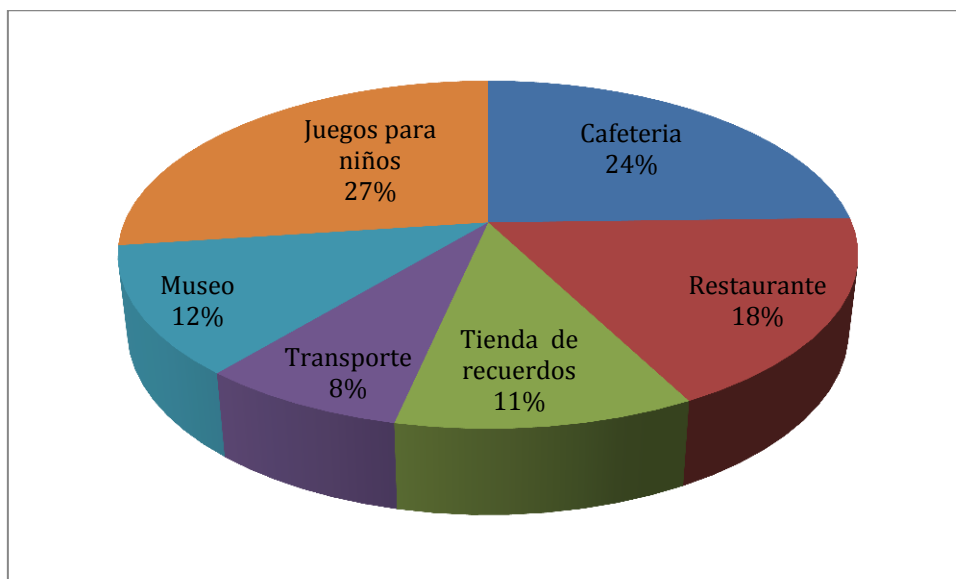
ANÁLISIS:

La mayoría utiliza más la televisión, el internet y la prensa escrita como medio de comunicación, dejando en último lugar lo que es la radio, situación a considerar al momento de promocionar los servicios de la empresa a emprender.

12 ¿Qué servicio complementario cree usted que debería ofertar una operadora de turismo de aventura en Yahuarcocha?

| SERVICIO COMPLEMENTARIO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|
| Cafetería | 29 | 25 |
| Restaurante | 21 | 18 |
| Tienda de recuerdos | 13 | 11 |
| Transporte | 9 | 8 |
| Museo | 14 | 12 |
| Juegos para niños | 32 | 27 |
| Total | 118 | 100 |

Porcentaje del servicio complementario que requiere el turista de Yahuarcocha.



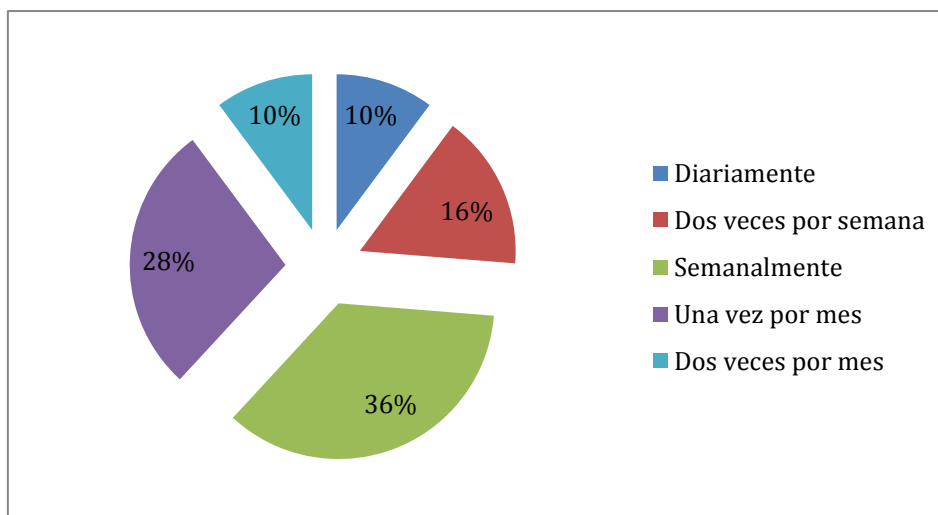
ANÁLISIS:

Los servicios complementarios que más requieren los encuestados en orden de importancia son: juegos de niños, restaurante, cafetería, museo, tienda de recuerdos y transporte, situación a considerar en caso de querer implementar un servicio extra diferente al propuesto en el presente estudio.

13 ¿Con que frecuencia usted practica estos deportes de aventura?

| CON QUE FRECUENCIA USTED PRACTICA ESTOS DEPORTES DE AVENTURA. | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--|-------------------|-------------------|
| Diariamente | 12 | 10 |
| Dos veces por semana | 19 | 16 |
| Semanalmente | 42 | 36 |
| Una vez por mes | 33 | 28 |
| Dos veces por mes | 12 | 10 |
| Total | 118 | 100 |

Porcentaje de la frecuencia que practica el turista deportes de aventura.



ANÁLISIS:

Los encuestados la mayoría practican deporte de aventura semanalmente y mensualmente, y una minoría lo hace dos veces por mes, diariamente y dos veces por semana, situación a considerar en el momento de establecer un horario de prestación de los servicios.

3. Itinerarios

ITINERARIOS

SALUDO PRINCIPAL

Usted podrá disfrutar del paisaje único y maravilloso de la Laguna de Yahuarcocha, el encanto de su paisaje, entre las lomas y montañas de su entorno en las que hará de su aventura un recuerdo inolvidable, inclusive usted podrá combinar todos nuestros deportes en un solo día. Bienvenidos a su SUEÑO con LAKE ADVENTURE!!

Lake Adventure te llevará a vivir una aventura llena de resistencia y coraje, realizando diferentes actividades, las mismas que serán guiadas por uno de nuestros profesionales, los mismos que incluyen:

INCLUYE:

Guía Calificado

Charla de seguridad y normas básicas (principiantes o aficionados)

Equipo completo

Transporte en Bicicleta de montaña (10-20 minutos desde la cabaña de Lake Adventure)

Una bebida refrescante.

¿QUÉ LLEVAR?

Protector solar, repelente, ropa ligera, calzado especializado o deportivo de escalada, chocolate, fruta.

1. ESCALADA

TODO EL VERTIGO Y ADRENALINA EN UN SOLO LUGAR “LAKE ADVENTURE”

DURACIÓN

2 horas y media.

GRADO DE DIFICULTAD

Principiante – Medio

TARIFA

25 USD por persona.

NUMERO DE PERSONAS

mínimo de personas por viaje: 2

máximo de personas por viaje: 8

2. KAYAK

DISFRUTAR UNA AVENTURA DIFERENTE Y DEL PAISAJE ÚNICO DE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA, EN “LAKE ADVENTURE”

DURACIÓN

2 horas.

GRADO DE DIFICULTAD

Principiante – Medio

TARIFA

18 USD por persona.

NUMERO DE PERSONAS

mínimo de personas por viaje: 2

máximo de personas por viaje: 6

3. CICLISMO DE MONTAÑA

LA VELOCIDAD Y ADRENALINA EN LAS LOMAS QUE RODEA LA LAGUNA DE “LAKE ADVENTURE”

DURACIÓN

3 horas.

GRADO DE DIFICULTAD

Principiante – Medio

TARIFA

15 USD por persona.

NUMERO DE PERSONAS

mínimo de personas por viaje: 2

máximo de personas por viaje: 6

4. CANOPY

EL VERTIGO Y VELOCIDAD EN LA NATURALEZA DE "LAKE ADVENTURE"

DURACIÓN

20 a 30 minutos.

GRADO DE DIFICULTAD

Principiante – Medio

TARIFA

15 USD por persona.

NUMERO DE PERSONAS

mínimo de personas por viaje: 2

máximo de personas por viaje: 8

4. Tríptico



Lake Adventure es una empresa de servicios turísticos, especializada en deportes de aventura que se encuentra localizada en la laguna de Yahuarcocha del cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, lugar propicio e ideal para la realización de este tipo de turismo, ya que las bondades y condiciones naturales de la laguna y sus características topográficas facilitan el desarrollo de actividades como el canopy, Kayak, ciclismo de montaña y escalada.

Usted podrá disfrutar del paisaje único y maravilloso de su laguna con su fauna, el encanto de su gente los lomas y montañas de su entorno en las que hará de su aventura un recuerdo inolvidable, inclusive usted podrá combinar todos nuestros deportes en un solo día y además compartir con la gente de la localidad la gastronomía. Bienvenidos a su SUEÑO con LAKE ADVENTURE

MISIÓN

"Contribuir al desarrollo del cantón Ibarra, mediante el establecimiento de un centro de actividades turísticas de deportes de aventura. Aprovechando los recursos humanos, materiales y paisajísticos de la cuenca baja de la laguna de Yahuarcocha".

VISIÓN

"Ser una empresa líder en calidad de prestación de servicios a nivel local. Convertirse en una empresa pionera en el desarrollo del turismo de deportes y aventura en la provincia de Imbabura con respeto a los recursos naturales".

¿QUÉ OFRECEMOS

Lake Adventure te llevará a vivir una aventura llena de resistencia y coraje, realizando diferentes actividades, las mismas que serán guiadas por uno de nuestros profesionales, los mismos que incluyen:

- Guía Calificado
- Charla de seguridad y normas básicas (principiantes o aficionados)
- Equipo completo
- Transporte en Bicicleta de montaña (10-20 minutos desde la cabaña de Lake Adventure)
- Una bebida refrescante.

¿QUÉ LLEVAR?

Protector solar, repelente, ropa ligera, calzado especializado o deportivo de escalada, chocolate, fruta.

1. ESCALADA
Todo el vertigo y adrenalina en un solo lugar "lake adventure"



DURACIÓN: 2 horas y media.
DIFICULTAD: Principiante – Medio
TARIFA: 25 USD por persona.
NUMERO DE PERSONAS: mínimo 2, máximo 8.

2. KAYAK
Disfrutar una aventura diferente y del paisaje único de la laguna de yahuarcocha, en "lake adventure"



DURACIÓN: 2 horas.
DIFICULTAD: Principiante – Medio
TARIFA: 18 USD por persona.
NUMERO DE PERSONAS: mínimo 2, máximo 6.

3. CICLISMO DE MONTAÑA
La velocidad y adrenalina en las lomas que rodea la laguna de "lake adventure"



DURACIÓN: 3 horas.
DIFICULTAD: Principiante – Medio
TARIFA: 15 USD por persona.
NUMERO DE PERSONAS: mínimo 2, máximo 6.

4. CANOPY
El vertigo y velocidad en la naturaleza de "lake adventure"



DURACIÓN: 20 a 30 minutos.
DIFICULTAD: Principiante – Medio
TARIFA: 15 USD por persona.
NUMERO DE PERSONAS: mínimo 2, máximo 8.

UN POCO DE HISTORIA - YAHUARCOCHA



Foto: Municipalidad de Ibarra

La Laguna de Yahuarcocha es de origen glacial, siendo el punto hídrico más importante de la cuenca hidrográfica de Ibarra, sus principales afluentes son: las quebradas de Manzana huayco - Santo Domingo, Polo Galo y San Antonio.

La laguna de Yahuarcocha es el principal atractivo mas visitado en la ciudad de Ibarra, con 861.797 visitantes registrados en el 2011, seguido por la Loma de Guayabillas con 26.784 visitantes y el Museo de Atahualpa con 6.644 visitantes.

Gracias al proyecto de "Recuperación de la Laguna de Yahuarcocha" planteado en el 2001, y al "Proyecto manejo integral de la cuenca de Yahuarcocha" en el 2010 y en el que están trabajando actualmente el Municipio de Ibarra, Ministerio del Ambiente y el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, buscan la protección del Ambiente (Cuenclas y Áreas Naturales Protegidas).

LIBICACIÓN




Laguna de Yahuarcocha, Km. 5 Panamericana Norte Ibarra. a 1200 m. a la izquierda de la entrada principal. Imbabura - Ecuador

095601670
www.lakeadventure.com

kayac
ciclismo
cabalgata
canopy

“Adrenalina al natural”

5. Depreciación de activos fijos

| CABAÑA ESTRUCTURA METALICA | |
|-----------------------------------|------------------|
| Vida Útil | 20 años |
| V. Residual | 0,00 |
| Costo | -46020,00 |

| Dep. Anual | -2301,00 | |
|-------------------|-----------------|-------------------|
| Año | valor | diferencia |
| 0 | | -46020,00 |
| 1 | -2301,00 | -43719,00 |
| 2 | -2301,00 | -41418 |
| 3 | -2301,00 | -39117 |
| 4 | -2301,00 | -36816 |
| 5 | -2301,00 | -34515 |
| 6 | -2301,00 | -32214 |
| 7 | -2301,00 | -29913 |
| 8 | -2301,00 | -27612 |

| | | |
|----|----------|--------|
| 9 | -2301,00 | -25311 |
| 10 | -2301,00 | -23010 |
| 11 | -2301,00 | -20709 |
| 12 | -2301,00 | -18408 |
| 13 | -2301,00 | -16107 |
| 14 | -2301,00 | -13806 |
| 15 | -2301,00 | -11505 |
| 16 | -2301,00 | -9204 |
| 17 | -2301,00 | -6903 |
| 18 | -2301,00 | -4602 |
| 19 | -2301,00 | -2301 |
| 20 | -2301,00 | 0,00 |

| | | | |
|--------------------------|--------------|-------------------|---------------|
| Muebles y enseres | | Dep. Anual | -785,6 |
| Año | Valor | Diferencia | |
| 0 | | -7856,00 | |
| 1 | -785,6 | -7070,40 | |
| 2 | -785,6 | -6284,8 | |
| 3 | -785,6 | -5499,2 | |
| 4 | -785,6 | -4713,6 | |
| 5 | -785,6 | -3928 | |

| | | | |
|------------------------------|--------------|-------------------|-----------------|
| Equipo de computación | | Dep. Anual | -950,933 |
| Año | Valor | Diferencia | |
| 0 | | -2852,80 | |
| 1 | -950,93 | -1901,87 | |
| 2 | -950,93 | -950,93 | |
| 3 | -950,93 | 0,00 | |
| 4 | | 0,00 | |
| 5 | | 0,00 | |

| Instalaciones | | Dep. Anual | -841,9 |
|---------------|--------|------------|--------|
| Año | Valor | Diferencia | |
| 0 | | -8419,00 | |
| 1 | -841,9 | -7577,10 | |
| 2 | -841,9 | -6735,2 | |
| 3 | -841,9 | -5893,3 | |
| 4 | -841,9 | -5051,4 | |
| 5 | -841,9 | -4209,5 | |

| Equipos Turismo Aventura | | Dep. Anual | -1648,184 |
|--------------------------|----------|------------|-----------|
| Año | Valor | Diferencia | |
| 0 | | -16481,84 | |
| 1 | -1648,18 | -14833,66 | |
| 2 | -1648,18 | -13185,47 | |
| 3 | -1648,18 | -11537,29 | |
| 4 | -1648,18 | -9889,10 | |
| 5 | -1648,18 | -8240,92 | |

| AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN | | |
|-------------------------------------|-------------|------------|
| Monto | -6500,00 | |
| Tiempo | 5 AÑOS | |
| Val. Anual | -1300,00 | |
| Año | valor anual | diferencia |
| 0 | | -6500,00 |
| 1 | -1300,00 | -5200,00 |
| 2 | -1300,00 | -3900,00 |
| 3 | -1300,00 | -2600,00 |
| 4 | -1300,00 | -1300,00 |
| 5 | -1300,00 | 0 |

| CONCEPTO | % | VALOR NOMINAL | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | VALOR LIBROS |
|-----------------------|--------|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| Terreno | 0% | 0,00 | | | | | | 0,00 |
| Construcciones | 5% | 46.020,00 | 2.301,00 | 2.301,00 | 2.301,00 | 2.301,00 | 2.301,00 | 34.515,00 |
| Maquinaria y Equipo | 10% | 24.900,84 | 2.490,08 | 2.490,08 | 2.490,08 | 2.490,08 | 2.490,08 | 12.450,42 |
| Muebles y Enseres | 10% | 7.856,00 | 785,60 | 785,60 | 785,60 | 785,60 | 785,60 | 3.928,00 |
| Equipo de Computación | 33,33% | 2.852,80 | 950,84 | 950,84 | 951,12 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

| | | | | | | | | |
|---------------------|-----|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| Gastos Constitución | 20% | 6.500,00 | 1.300,00 | 1.300,00 | 1.300,00 | 1.300,00 | 1.300,00 | 0,00 |
| TOTAL | | 88.129,64 | 7.827,52 | 7.827,52 | 7.827,81 | 6.876,68 | 6.876,68 | 50.893,42 |