



FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

**PLAN DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA AUDITORA-
CERTIFICADORA DE CALIDAD Y BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO DE
AVENTURA EN EL ECUADOR.**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos
para optar por el título de:

**Ingeniero en Administración de
Empresas Turísticas y Hoteleras**

Profesora guía:

Gabriela Romo

Autor:

Francisco Xavier Liut Játiva

Año

2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, 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”

Gabriela Romo

Máster en Gestión de destinos Turísticos

1803011517

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“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.”

Francisco Xavier Liut Játiva

1717158016

AGRADECIMIENTOS

Ante todo mi gratitud con DIOS, quien a través de sus múltiples bendiciones, me ha permitido llegar a este período de mi vida, también quiero agradecer a mis Padres Elia Santiago Liut y María Victoria Játiva, quienes en el transcurso de mi vida han sido el pilar fundamental de mi formación personal y profesional. Adicionalmente mi gratitud con mi hijo Isaac, desde el momento que El llegó a mi vida, me ha servido de aliento para culminar esta meta. Considero importante también mencionar a Santiago (Mi hermano), María Victoria (Mi hermana pequeña) Tula Medina (Mi abuela) y Gabriela García (Mi novia), quienes han influido positivamente en mi vida y les debo todo mi amor y respeto.

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación va dedicado a Dios, a mis Padres y a mi hijo, con el más sincero y profundo amor que siento hacia ellos.

También dedico este proyecto a mis profesores quienes a lo largo de mi carrera han sabido difundir una serie de conocimientos idóneos para la realización del presente trabajo de titulación.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se trata de un plan de factibilidad de una empresa auditora y certificadora de calidad y buenas prácticas de turismo de aventura en el Ecuador, desarrollada con la finalidad de reestructurar la práctica y operación de esta tendencia turística en el Ecuador. El tema de este trabajo fue escogido debido a que en el Ecuador el turismo de aventura no es debidamente controlado y existe carencia de estándares de seguridad y calidad de servicio, que permitan potencializar esta alternativa de turismo, además en el Ecuador se han suscitado varios accidentes por la mala práctica de deportes de aventura, que han traído consecuencias lamentables en la vida de los turistas. Para el estudio de factibilidad del presente trabajo se ha utilizado fuentes primarias y secundarias que han permitido determinar la aceptación y rentabilidad del proyecto.

ABSTRACT

The work of this degree is a feasibility plan of an audit firm and certification of quality and good practice adventure tourism in Ecuador, developed in order to restructure the practice and operation of tourist trend in Ecuador. The theme of this work was chosen because in Ecuador adventure travel is not properly controlled, there is lack of safety standards and quality of service, enabling potentiate this alternative tourism in Ecuador also have arisen several accidents by bad practice adventure sports, which have brought terrible consequences in the lives of tourists. For the feasibility study of this work has been used primary and secondary sources that have identified the acceptance and profitability.

INDICE

INTRODUCCION	1
CAPITULO I.- FUNDAMENTACION TEORICA.....	2
1.1. Certificación turística	2
1.1.1. Conceptualización certificación turística	2
1.1.2. Historia de las certificaciones turísticas	8
1.1.3. Tipos de programas de certificaciones turísticas	9
1.1.4. Tipos de certificaciones turísticas en el mundo	10
1.1.4.1. Certificación para el turismo masivo	10
1.1.4.2. Certificación para el turismo sostenible.....	12
1.1.4.3. Certificación para ecoturismo.....	15
1.1.5. Beneficios de una certificación turística	15
1.2. Turismo de aventura	17
1.2.1. Definición turismo de aventura.....	17
1.2.2. Historia del turismo de aventura	18
1.2.3. Turismo de aventura en el Ecuador	19
1.2.4. Deportes de aventura en el Ecuador	20
1.2.5. Situación actual del turismo de aventura en el Ecuador	23
1.2.6. Accidentes ocurridos en la práctica de turismo de aventura en el Ecuador.....	24
1.2.7. Normas técnicas para el turismo de aventura en el Ecuador.....	26
1.2.8. Reglamento general de aplicación a la ley de turismo	27
2. CAPITULO II.- PLAN DE NEGOCIOS	28
2.1. Descripción de la empresa.....	28
2.1.1. Logotipo de la empresa	28
2.1.2. Slogan de la empresa	28
2.1.3. Filosofía empresarial.....	29

2.2.	Objetivos de la empresa	29
2.2.1.	Objetivo general.....	29
2.2.2.	Objetivos específicos	29
2.3.	Misión de la empresa	30
2.4.	Visión de la empresa.....	30
2.5.	Estructura interna de la empresa.....	31
2.6.	Valores de la empresa	33
2.7.	Políticas de la empresa	33
2.7.1	Política de sistema de gestión de calidad.....	33
2.7.2	Política institucional	34
2.8.	Producto	34
2.8.1.	Sello de calidad SAFEADVENTURER.....	34
2.8.2.	Logotipo del sello SAFE ADVENTURER	35
2.9.	Beneficios de SAFE ADVENTURER	36
2.9.1.	Seguridad	36
2.9.2.	Personal capacitado y especializado.....	36
2.9.3.	Imagen de la empresa y mercadeo.....	37
2.9.4.	Oferta exacta	38
2.9.5.	Sostenibilidad.....	38
2.10.	Proceso de certificación	39
2.10.1.	Registro	39
2.10.2.	Solicitud.....	40
2.10.3.	Implementación	42
2.10.4.	Certificación y verificación	42
2.10.5.	Sello de calidad	43
2.10.6.	Seguimiento.....	45
2.10.7.	Renovación.....	45
2.11.	Cancelación de sello SAFE ADVENTURER	45

3. CAPITULO III.- DIAGNOSTICO DE	
FACTIBILIDAD	47
3.1. Análisis situacional	47
3.2. Factores del análisis situacional	47
3.2.1. Macroambiente	47
3.2.1.1. Factor económico.....	48
3.2.1.1.1. Producto interno bruto (PIB)	49
3.2.1.1.2. Balanza turística del Ecuador	50
3.2.1.1.3. Inflación	52
3.2.1.1.4. Dolarización.....	53
3.2.1.1.5. Mercado laboral	54
3.2.1.2. Factor político.....	55
3.2.1.3. Factor socio cultural	56
3.2.1.4. Factor demográfico	56
3.2.1.5. Factor natural.....	63
3.2.1.6. Factor tecnológico.....	63
3.2.1.7. Tendencias de mercado en relación al turista.....	64
3.2.2. Microambiente	65
3.2.2.1. Clientes.....	65
3.2.2.1.1. Operadores de turismo	66
3.2.2.1.2. Agencias de viajes.....	67
3.2.2.1.3. Guías especializados en	
turismo de aventura.....	67
3.2.2.1.4. Embarcaciones cuyos paquetes	
ofrezcan deportes de aventura	67
3.2.2.1.5. Lodges turísticos	68
3.2.2.2. Competidores.....	68
3.2.2.3. Proveedores.....	71
3.3. Investigación de mercados	72
3.3.1. Definición del problema	72
3.3.2. Identificación del problema	72

3.3.3. Determinación de objetivo	73
3.3.4. Fuentes de información	73
3.3.5. Información para el proyecto de fuentes secundarias.....	73
3.3.6. Entrevista con expertos	74
3.3.7. Resultado de las entrevistas.....	75

4. CAPITULO IV.- PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN.....79

4.1. Estrategia general de marketing de la empresa.....	79
4.2. Política de precios.....	80
4.2.1. Ciclo de vida del producto con relación al precio.....	82
4.3. Tácticas de ventas	83
4.4. Promoción y publicidad.....	84
4.4.1. Publicidad BTL.....	85
4.4.2. Publicidad ATL.....	87
4.4.3. Presupuesto para publicidad y promoción.....	87
4.5. Plaza.....	87

5. CAPITULO V.- PLAN DE OPERACIONES88

5.1. Ciclo de operaciones.....	88
5.1.1. Enlace empresa cliente.....	89
5.1.2. .Solicitud de la certificación.....	91
5.1.3. Plan de auditoría.....	91
5.1.4. Certificación.....	92
5.1.5. Seguimiento mediante auditorías.....	92
5.1.6. Desarrollo e innovación de estándares y calidad de servicios.....	93
5.1.7. Seguimiento coordinadores	94
5.2. Aspectos regulatorios y legales	95
5.3. Registro de marca.....	96

5.4.	Localización de la empresa	97
5.5.	Instalaciones y distribución	98
5.6.	Equipo de trabajo	99
5.6.1.	Requerimientos de la empresa	100
5.6.2.	Gasto mensual en sueldos	101
6.	CAPITULO VI.- PLAN FINANCIERO	102
6.1.	Gastos fijos de AVCALSEG	102
6.2.	Gastos administrativos	102
6.3.	Gastos de ventas	103
6.4.	Equipamiento para la empresa	103
6.5.	Políticas y supuestos financieros de la empresa.....	104
6.6.	Activo fijo y depreciaciones.....	109
6.7.	Estado de pérdidas y ganancias.....	112
6.8.	Balance general	113
6.9.	Amortización de préstamo largo plazo	114
6.10.	Flujo de efectivo	115
7.	CONCLUSIONES	117
8.	RECOMENDACIONES	118
9.	REFERENCIAS	119
10.	ANEXOS.....	126

INTRODUCCION

El turismo de aventura es una actividad turística a nivel mundial que ha generado el desplazamiento de turistas alrededor del mundo con el fin de experimentar sensaciones y aventuras extremas. El turismo de aventura brinda por medio de la ejecución de deportes de aventura, sensaciones de adrenalina que se conjugan con el placer de disfrutar el riesgo.

En el Ecuador esta alternativa turística está en auge debido a que las condiciones naturales de este país permiten la práctica de casi todos los deportes de aventura, al no ser un turismo masivo no genera mayor impacto ambiental, pero si se relaciona íntimamente con los recursos naturales.

En el Ecuador el producto turístico de aventura desarrollado está en etapa de crecimiento, es por eso que la especialización de servicios no ha sido establecida aun, no se encuentra en el Ecuador control alguno de esta actividad turística, ni desarrollo de estándares de seguridad y práctica de estos deportes. Como consecuencia de la falta de innovación de esta actividad, los turistas han sufrido accidentes por mala práctica de deportes de aventura, igualmente no existe una conciencia ambiental y conservación del medio donde se desarrolla el turismo de aventura, por tal motivo se ha diseñado un plan de factibilidad de una empresa auditora-certificadora de calidad y buenas prácticas de turismo de aventura en el Ecuador.

La empresa que se encontrará ubicada en la ciudad de Quito, tendrá el objetivo principal de certificar a todo emprendimiento que implique deportes de aventura, además certificará competencias laborales para todos los guías turísticos de aventura en el Ecuador. La empresa permite mejorar las ventas competitivas en sus clientes, por medio de implementación de buenas prácticas en sus procesos, incrementado el nivel de satisfacción del turista de aventura, además los trabajadores de la empresas certificadas se sentirán motivados y aptos para brindar el servicio y por ende su serán más productivos.

CAPITULO I.- FUNDAMENTACION TEORICA

1.1 CERTIFICACION TURISTICA

Según la Guía Simple de Certificaciones para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo una certificación turística es: (*Center for Ecotourism and Sustainable Development*, [CESD], 2009, pp. 7):

“La certificación es una forma de garantizar que una actividad o producto cumple con ciertos estándares. Dentro de la industria turística, diferentes organizaciones han desarrollado programas de certificación que miden distintos aspectos del turismo: (a) la calidad, de toda la industria turística, (b) la sostenibilidad, también de todos los sectores y (c) el ecoturismo, del turismo sostenible que se desarrolla en ecosistemas naturales, protegidos o frágiles, que pueden incluir comunidades indígenas y que se ajusta a la definición anterior.”

1.1.1 CONCEPTUALIZACION CERTIFICACION TURISTICA

El turismo es una actividad de entretenimiento, su concepto ha variado conforme han pasado los años, el turismo empezó siendo un incentivo de viaje; el cual se daba por diferentes motivos tales como: comercio, desplazamientos militares o gubernamentales más no por recreación. El tiempo ha transcurrido, y actualmente se observa un enorme cambio en los patrones de comportamiento en cuanto a las costumbres y actividades del turismo; la industria se adaptó a dicha evolución, brindando nuevas opciones.

Inició la restauración, la hospitalidad turística, se construyeron vías y carreteras para facilitar la accesibilidad, la creación de medios de transporte como autos, aviones, barcos entre otros, acortó los tiempos de travesía y aproximaron los destinos. Apareció la recreación, la animación, la información turística. Los intereses del turista también se han adaptado a los cambios.

Hoy en día existen varios tipos de turismo, han aparecido tendencias y tipologías turísticas como:

Tabla 1. Tipos de Turismo

Tipos de Turismo	Definición
Turismo de Descanso y Esparcimiento	Es el turismo que todas las personas realizan; consiste en un turismo que permite escaparse de la rutina cotidiana.
Turismo de Aventura	Este tipo de turismo consiste en la práctica de deportes de aventura involucrando momentos extremos y sensaciones de adrenalina. Estos deportes se relacionan con la naturaleza
Turismo Gastronómico	Este turismo consiste en el desplazamiento por motivo de intercambio cultural gastronómico, generalmente lo practican personas con paladar aventurero.
Turismo de Negocios	Este turismo consiste en el desplazamiento por motivos laborales y profesionales. Como ejemplo de este turismo se tiene: las convenciones, congresos, ferias, entre otros.
Turismo Cultural y Científico	Este turismo se refiere a desplazamiento con el fin de descansar y adquirir conocimientos, con el objetivo de conocer más sobre la cultura a la cual se visita, aportando a su desarrollo.
Turismo Espacial	Este turismo se está desarrollando en la actualidad y consiste en el viaje sobre la frontera espacial del planeta.

Tomado de Social Media, 2011, Tipos de Turismo

El turismo es una industria masiva que comprende una demanda muy grande a nivel mundial, según el Ministerio de Turismo del Ecuador (Ministerio de turismo [MINTUR], Publicaciones Junio 2012, panorama mundial), se mueve alrededor de 100 millones de turistas internacionales generando ingresos a gran escala. El turismo ha crecido mundialmente un 4% comparativamente entre los años 2010 y 2011 y se espera que en 2012 exista un incremento de entre el 3% y el 4% al final del año en relación al 2011 (MINTUR, Jun 2012, Panorama mundial). Para comprender la evolución del Turismo es sumamente importante analizar la estructura del producto turístico el cual se compone de:

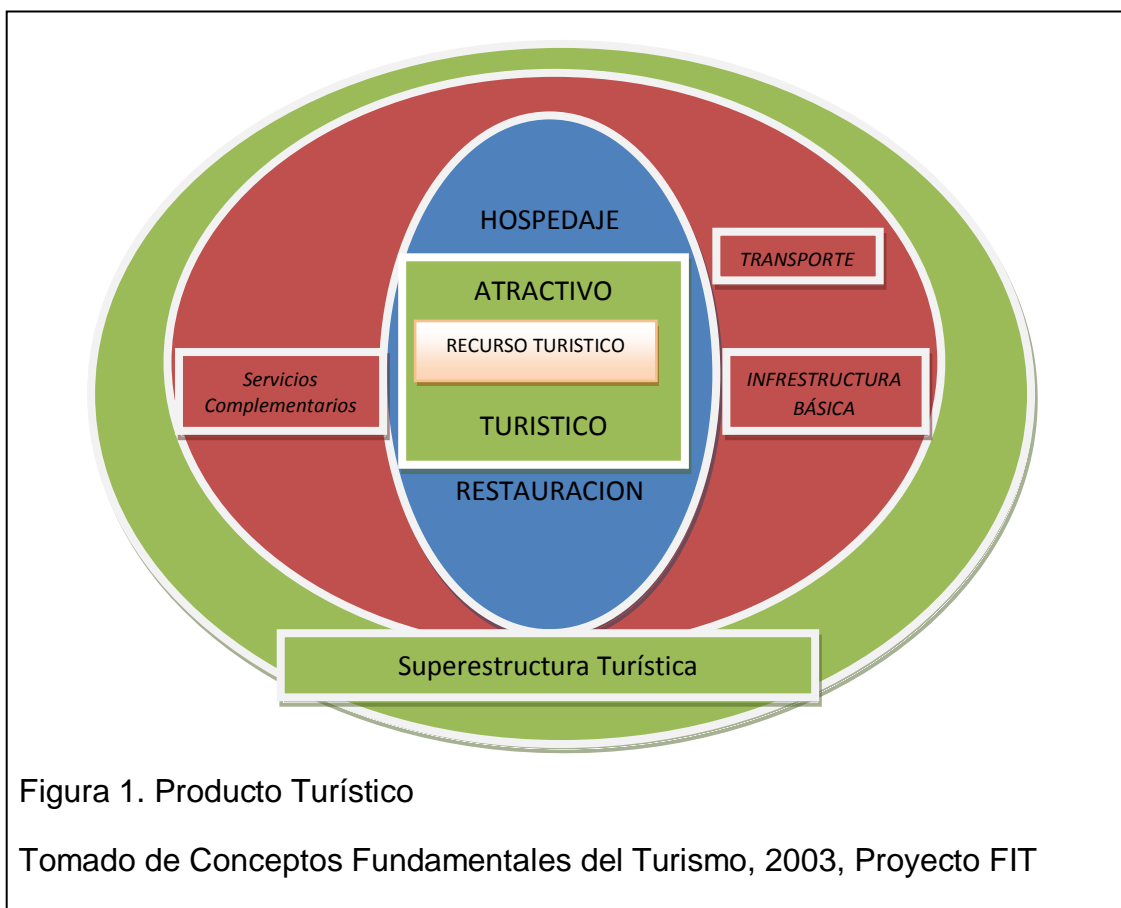
Tabla 2. Elementos del Producto Turístico

Elementos del Producto Turístico	Definición
Los recursos turísticos.	Es todo lo que motiva a que se genere desplazamiento turístico puede ser la naturaleza, o factores humanos como: la cultura, las costumbres, fiestas y tradiciones.
Atractivos Turísticos	Se refiere a los recursos turísticos con todas las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo
Planta Turística (Alojamiento y Restauración)	Son todas las empresas que han sido creadas para servir al turismo. En la planta turística se encuentra comprometida una serie de equipos, instalaciones y el recurso humano.
Servicios Complementarios	Son servicios ajenos a la actividad turística pero necesaria para el viajero.
Medios de Transporte (Terrestre, Aéreo y Acuático)	Son los medios de por los cuales los turistas se desplazan.
Infraestructura Básica	Son infraestructuras desarrolladas por el Gobierno que generan avance socio económico para el país.

Tomado de Conceptos Fundamentales del Turismo, 2003, Proyecto FIT Perú

La planta turística es un elemento que debe ser analizado de una forma más profunda, esta parte del producto turístico está formado por los siguientes elementos: hospedaje, alimentación o restauración

La planta turística es un factor que rodea al atractivo turístico. El desarrollo y la especialización de la planta turística permiten potencializar los atractivos turísticos.



Si se da la fusión armónica de todos los elementos que forma parte del producto turístico, es decir si se tiene infraestructuras adaptables al atractivo turístico, los servicios complementarios cumple con las necesidades del viajero, los servicios de la planta turística tienen altos estándares y el atractivo turístico es llamativo es seguro el éxito total del producto.

La industria turística se involucra profundamente con la comunidad, la economía y el ecosistema donde se desarrolla la actividad turística, comprometiendo intereses de varios sectores y grupos, pueden ser

económicos o étnicos. Los recursos naturales y culturales son fundamentales para el turismo.

El turismo es una industria que ha sido muy apetecible para los grandes y pequeños empresarios que desean invertir. Además agrupa personas y recursos materiales para generar ganancias, que junto a la implementación de sistemas y procesos desarrollan la actividad turística.

La implementación de un turismo sostenible es sumamente importante para el desarrollo de esta industria. La sustentabilidad para Cardoso (Cardoso, 2012, Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada) forma parte del desarrollo de la industria del turismo, los intereses de generaciones futuras se comprometen en el proceso que determina que no debe haber un divorcio entre la actividad turística y el acercamiento al ecosistema. Los recursos naturales deben ser resguardados, como la identidad étnica y costumbres de los pueblos, y la conservación de todo patrimonio cultural.

Según Carlos Cardoso menciona en su investigación (Cardoso, 2012, Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada) que la responsabilidad de el operador, productor, empresario, trabajador es preservar los bienes y servicios que el turismo ofrece y la política de sostenibilidad debe insertarse en su desarrollo en donde exista una armonía equitativa y coherente de los 3 factores primordiales de la sostenibilidad: el ambiente, la sociedad y la economía.

La definición de Sostenibilidad Turística ha sido analizada profundamente por la OMT (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2004, pp.2), según en la página web www.manizales.unal.edu.co ha determinado ser una tendencia que busca un equilibrio adecuado a largo plazo donde se involucren todos los sectores relevantes a esta actividad, incluyendo el sector político con el fin de tener una decisión de apoyo más influyente.

La sostenibilidad debe optimizar los recursos naturales, debe preservar el medio ambiente y todo proceso biológico del ecosistema que es parte de este. La sostenibilidad debe alargar el tiempo de vida de los recursos naturales escasos o que se encuentren en su etapa final. La sostenibilidad turística tiene

un compromiso con las comunidades; la cual permite el desarrollo de la actividad, es por eso que el turismo sostenible recíprocamente debe preservar sus activos culturales, así como sus patrimonios y todas sus costumbres. La actividad turística no debe violentar las formas culturales de las etnias que aloja a los turistas.

La economía es una parte crucial en el turismo sostenible; el turismo debe generar empleo, ingresos a la comunidad que aloja al operador, y sobre todo un aporte fundamental a la reducción de la pobreza.

La sociedad civil que está comprometida en el turismo debe ofrecer una infraestructura y servicios de la más noble calidad, es decir ofrecer un lugar donde hospedarse, comer, divertirse, de la manera más cálida y con la mejor actitud de servicio.

El turismo según el catedrático Walter Ocaña debe estar basado en 4 pilares básicos:

- Materialización de lo ofertado
- Higiene
- Seguridad-Mantenimiento
- Información Complementaria

Con el objetivo de que exista un producto turístico que cumpla con estándares de calidad en cuanto a operación y servicio óptimo se han desarrollado alternativas de control y mejora continua para los servicios y productos. Se han creado manuales de buenas prácticas, guías de funcionamiento, certificaciones, además existe el aporte del sector público que a través de leyes y normativas para los negocios turísticos han elevado el nivel de la calidad de los servicios.

Las certificaciones turísticas tienen un modelo de control y de desarrollo para negocios turísticos muy acertado. Una certificación intenta evaluar, acreditar, controlar, con el fin de otorgar un certificado, el mismo que es aceptado luego de pasar por un estricto mecanismo de control. Por lo general se certifica por

medio de un sello o marca que intenta promocionar a quien ha sido certificado, mejorando sus estándares y operación. Además intenta regenerar la calidad de los procesos y el desempeño de los trabajadores.

1.1.2 HISTORIA DE LAS CERTIFICACIONES TURISTICAS

Las certificaciones turísticas tienen una larga historia según Center for Ecotourism and Sustainable Development (Center for Ecotourism and Sustainable Development [CESD], 2009, pp. 9), se tiene como primer indicador de certificaciones turísticas la categorización por estrellas de Hoteles o centros de hospitalidad, conforme ha pasado los años la historia ha evolucionado, han aparecido certificaciones que se pueden adaptar a la industria turística y propias de este campo también. Como ejemplos de certificaciones adaptables a la industria turística se encuentran las normas ISO en especial la ISO 14001 para Gestión Ambiental creada en el año 1996 y la certificación ISO 9001 para Aseguramiento y Gestión de Calidad.

Las certificaciones turísticas en años anteriores solamente se centraron a medir la satisfacción y la calidad de productos refiriéndose más a restaurantes y hoteles. Por parte de los sectores gubernamentales a nivel mundial se han enfocado a controlar y medir variables como la seguridad, higiene, entre otros.

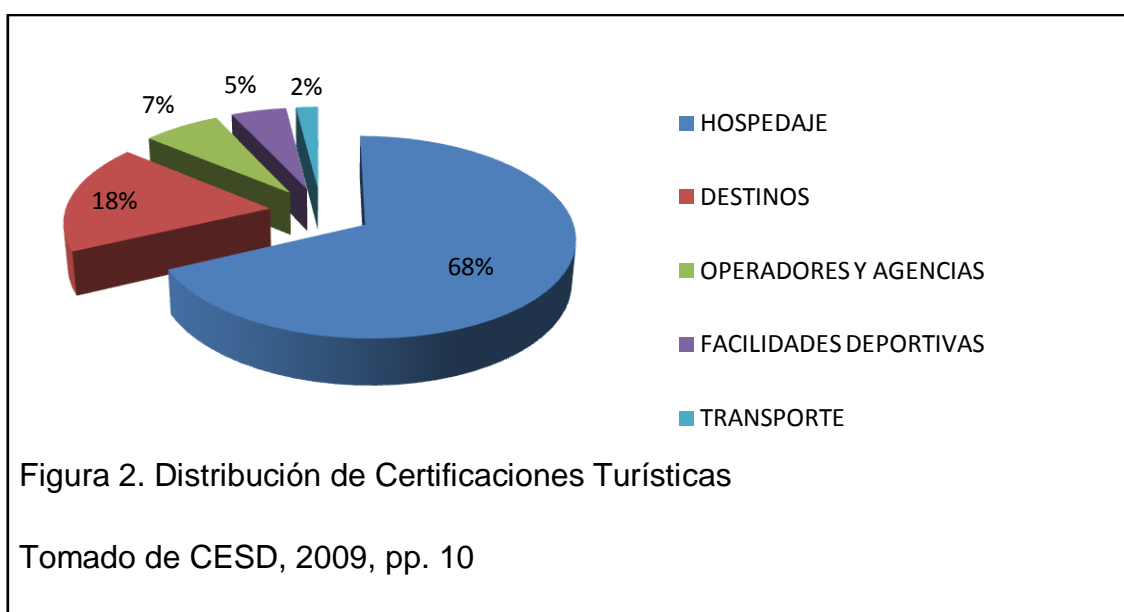
Los proyectos de certificación turística han crecido considerablemente según la OMT, en el 2009 especifica que existen más de 80 programas de certificación turística ambiental sin tomar en cuenta aquellos que certifican productos y servicios turísticos (CESD, 2009, pp.9).

Las certificaciones turísticas están destinadas para diferente tipo de actividades y productos. Las certificaciones turísticas son aptas para calificar (CESD, 2009, pp.10):

- Hoteles
- Destinos

- Operadores y agencias
- Facilidades deportivas
- Transporte

Según el estudio de Certificaciones Turísticas en Centroamérica de la Rainforest Alliance (Rainforest Alliance, 2002, pp.5), determina que las certificaciones en los sectores del turismo se enfocan en una mayor cantidad a evaluar las iniciativas y proyectos relacionados con la industria hotelera en un 68% y el resto a las demás actividades turísticas. La mayoría de empresas turísticas certificadas se encuentran en el continente europeo en un 78%.



1.1.3 TIPOS DE PROGRAMAS DE CERTIFICACIONES TURISTICAS

Las certificaciones turísticas según Rainforest Alliance (Rainforest Alliance, pp. 12) han sido desarrolladas para analizar dos programas:

1. Gestión Ambiental: estas certificaciones están destinadas a poner énfasis de control en los impactos que tiene la empresa con el medio ambiente que se está desarrollando. La certificación ambiental generalmente entrega un sello que determina que la operación de la empresa cumple con los estándares y posee los sistemas adecuados para operar siendo amigable con el ecosistema.

2. Cumplimiento de Normas extensas y medibles: esta certificación tiene un enfoque hacia el lado de los productos y servicios referente con la calidad total. Esta certificación está asociada a evaluaciones ya que es medida por rendimientos e indicadores de satisfacción; tiene una relación íntima con los gustos y preferencias del consumidor final. Los sellos que se emiten para certificar son consecutivos, es decir, escala de un nivel a otro luego de haber superado un estándar. Esta certificación está implícita con la mejora continua y la competitividad.

1.1.4 TIPOS DE CERTIFICACIONES TURISTICAS EN EL MUNDO

Para los negocios turísticos son ventajas competitivas ser rentables, eficientes y manejar productos y servicios de calidad. Los negocios turísticos no son recíprocos ante las necesidades de los clientes, su operación anti-eco turística afectan a la percepción del cliente. El no generar conciencia sostenible en sus sistemas y desarrollo generan un impacto contraproducente con los recursos naturales y patrimonios culturales.

Acoplarse a una certificación significa que el operador de una manera voluntaria esté dispuesto a mejorar sus prácticas, e innovar sus herramientas. Un mecanismo para que una empresa compruebe que el proceso de certificación es eficiente es comparando con los resultados que esta misma certificación a generado en otros negocios.

Las certificaciones turísticas están destinadas a 3 tendencias turísticas específicas las cuales según el estudio de Certificaciones Turísticas en Centroamérica (Rainforest Alliance, 2002, pp.7-11) son las siguientes:

1.1.4.1 CERTIFICACIÓN PARA EL TURISMO MASIVO

Estas certificaciones para Rainforest Alliance (Rainforest Alliance, 2002, pp.7-8) son las más comunes, conocidas e impulsadas por los empresarios turísticos. Las certificaciones para el turismo masivo están destinadas para un turismo tradicional y toma en cuenta los siguientes factores específicamente:

Manejo de un sistema ambiental óptimo:

En este punto se desarrolla una conciencia ambiental, pero no alcanza a generar una operación 100% sostenible, implementando innovaciones verdes centradas en acciones específicas como el manejo de desechos, ahorro de agua y ahorro de energía.

Reducción de costos de operación:

Al implementar el manejo óptimo del sistema ambiental, los costos se reducen y se obtiene un ahorro de recursos además de una disminución de desperdicios y reutilización de los mismos.

Asistencia técnica y mejora continua:

Las certificaciones están al tanto de la operación de la empresa certificada, verifican los sistemas y asisten cuando encuentran una anomalía en el negocio o brindan apoyo cuando la empresa lo amerita. Estas certificaciones están destinadas en su mayoría a la planta física es decir a procesos y procedimientos, no ofrecen entrenamiento al personal pero hay excepciones donde se ofrece determinada capacitación.

Mercadeo

Este tipo de certificación son las de mayor impacto en el mercado debido a que son financiadas y promocionadas por los más importantes protagonistas de la industria del turismo, además de ser impulsadas por grandes asociaciones empresariales.

Los programas de certificación turística para el turismo masivo más reconocidos son las normas ISO y sus procedentes, tomando como referente a la ISO 14001 e ISO 9001; estas certificaciones se acondicionan a las empresas turísticas para implementar una serie de pasos con el fin de obtener la certificación y la utilización de un sello, logotipo o marca.

1.1.4.2 CERTIFICACIÓN PARA EL TURISMO SOSTENIBLE

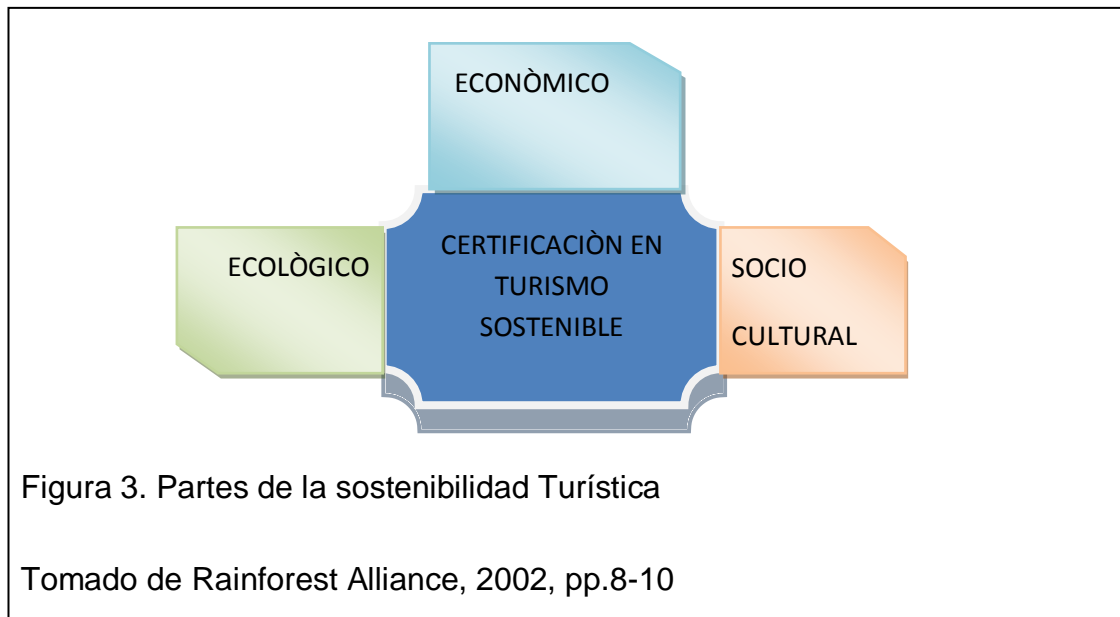
Esta certificación según Rainforest Alliance (Rainforest Alliance, 2002, pp.8-10) se basa en medir procesos y sistemas a largo plazo, relacionándose con las variables primordiales de la sustentabilidad, esta certificación evalúa iniciativas de hospedaje, establecimientos turísticos como restaurantes, además también se especializa en verificar destinos turísticos.

Basándose en los aspectos de la sustentabilidad como la economía, el medio ambiente y la sociedad, esta certificación enfoca sus estándares y parámetros en cada área específica mencionada, el éxito de esta certificación se basa en indicadores segmentados en cada área, es decir, el cumplimiento de los criterios que dispone el sistema de la certificación.

En el programa regional de certificaciones turísticas en Centroamérica elaborado por la división de turismo de Rainforest Alliance (Rainforest Alliance, 2002, pp.8-9) determina la generalización del concepto de la certificación sostenible y aquí se toma en cuenta los siguientes parámetros:

- La iniciativa a certificar debe tener un compromiso estrecho con la gestión ambiental
- El personal debe ser capacitado y entrenado con el fin de implementar en los trabajadores una conciencia social, cultural y ambiental.
- Se implementa herramientas de control e información que determinen como se desarrolla el ambiente
- La publicidad y mercadeo debe ser responsable y su orientación debe ser encaminada al cumplimiento de las expectativas del turista.
- El consumidor debe formar parte de este proceso por medio de la retroalimentación.

Esta certificación segmenta las partes de la sostenibilidad para determinar cómo desarrollarse en cada área:



SOCIO CULTURAL

En esta parte se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- El impacto que tiene la operación con la sociedad y cultura en la que se desarrolla.
- Las medidas necesarias y óptimas para preservar, proteger y mantener la esencia social de los pueblos.
- Se debe garantizar los deberes y derechos de la comunidad local así como sus beneficios y aspiraciones, es por eso que los procesos a desarrollarse debe realizárselos de una manera ética; teniendo como primer indicador una adquisición y tenencia de tierras de una manera legítima y apropiada.

ECOLOGICO

En esta área se toma en cuenta los siguientes parámetros:

- El negocio debe estar ubicado adecuadamente, según la tipología de negocio turístico, por ende la infraestructura no debe estar en desacuerdo con el paisaje natural, eliminando cualquier tipo de contaminación visual.
- Debe conservar el ecosistema y su biodiversidad, no debe intervenir de ninguna manera en los procesos biológicos.
- Tanto suelos, como aguas pluviales debe ser manejadas y drenadas eficientemente.
- La energía debe ser sostenible y su uso debe ser minimizado.
- El agua debe tener un tratamiento adecuado; es decir tiene que existir el manejo óptimo de aguas residuales. La operación debe tomar en cuenta la minimización de uso del agua.
- Fomentación de una cultura de reciclaje así como una disminución de producción de desechos
- La estructura, decoración, instalaciones debe tener el menor impacto visual posible
- Preservación del medio ambiente

ECONÓMICO

- Existencia de un sistema adecuado de verificación de procesos laborales donde se resguarde los intereses del trabajador, eliminando la explotación de labores, partiendo como base la legislación local y códigos de trabajo internacionales y local.
- La ética empresarial debe ser puesta en práctica en el negocio
- Los negocios deben garantizar la estabilidad y el progreso económico de la comunidad; contribuyendo a su desarrollo generando beneficios económicos.

1.1.4.3 CERTIFICACIÓN PARA ECOTURISMO

Estos programas benefician a varios sectores tanto micro y macro industria y facilita el desarrollo de las actividades y sistemas de las áreas naturales o del atractivo turístico.

Las certificaciones para ecoturismo se enfocan al desarrollo de los servicios y la especialización de los mismos, se involucran diferentes actores en especial el Gobierno y Organismos no Gubernamentales (ONG).

Los programas de certificación para ecoturismo según Rainforest (Rainforest Alliance, 2002, pp.10-11) se basan en los parámetros de la certificación de turismo sostenible, contempla sus estándares en cada variable de la sostenibilidad y además desarrolla sus propios estándares, donde se debe tomar en cuenta:

- La protección de reservas y áreas naturales, así como la biodiversidad de las especies.
- Desarrollo adecuado de la planta turística y especialización de cada variable de la planta turística.
- Generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local.
- La apreciación de la naturaleza está basada en la experiencia acumulada de cada guía.

1.1.5 BENEFICIOS DE UNA CERTIFICACION TURISTICA

Una certificación turística permite garantizar la calidad de productos y actividades definiéndolos con estándares, las certificaciones turísticas son realizadas por empresas certificadoras que no tiene una relación de dependencia económica con quienes aplican a la verificación de esa manera se garantiza por escrito la ética de los procesos y servicios de certificación.

Las certificaciones turísticas son herramientas para incentivar una correcta administración de los negocios, permitiendo según Rainforest Alliance (CESD, 2009, pp.11) mejorar considerablemente la economía de los negocios, elevan

la calidad de la imagen, implementan prácticas ambientales y son generan aporte de la comunidad.

Las certificaciones según la Guía Básica para la Certificación de Turismo Sostenible y Ecoturismo (CESD, 2009, pp. 11-12) generan beneficios tanto para empresas, clientes, gobiernos, medio ambiente y comunidades locales.

EMPRESAS

La certificación permite a las empresas mejorar sus sistemas de atención al cliente y procedimientos. Es una herramienta poderosa de mercadeo, permitiendo generar una atención más eficiente a clientes, además de atraer de una manera considerable a nuevos mercados.

La certificación turística permite elevar la credibilidad de la empresa teniendo como resultado una mayor cantidad de clientes frecuentes. Otra ventaja de la certificación turística es que permite la formación profesional de los empleados.

La certificación beneficia a la empresa disminuyendo costos; como certificación turística genera un ahorro considerable en los sistemas de agua, energía, desechos y combustibles sin afectar la calidad de los servicios.

CLIENTES

Los clientes tienen la opción de escoger certificaciones con opciones sustentables, es decir responsables con el medio ambiente y las comunidades. Los negocios certificados acoplan estándares de calidad y mejoran sus procesos, por ende los clientes reflejan mayor índice de satisfacción.

GOBIERNOS

El gobierno es un agente considerablemente beneficiado por las certificaciones, las certificaciones permiten potencializar los atractivos regionales así como especializar y mejorar la práctica de actividades en los sitios de llegada y visita de turistas.

Permite el cumplimiento y mejora de la legislación normativa para establecimientos turísticos. Es un aporte notable a la disminución de pobreza según el estudio de certificaciones turísticas en Centroamérica (Rainforest Alliance, 2002, pp. 12) ya que fomenta empleo y desarrollo para comunidades rurales. Innova los estándares de las empresas, partiendo como eje principal la salud, el medio ambiente y la seguridad.

MEDIO AMBIENTE Y COMUNIDADES LOCALES

Los beneficios para estos dos agentes son considerablemente provechosos ya que protegen a estas variables disminuyendo los impactos sociales y ecológicos, generando ventajas estimadas a un largo plazo donde se garantiza calidad de servicios.

1.2. TURISMO DE AVENTURA

1.2.1. DEFINICION TURISMO DE AVENTURA

El turismo de aventura, es una tendencia de turismo que involucra a los deportes aventura con el destino o atractivo turístico, este último mencionado tiene el objetivo de convertirse en un recurso para producir a los turistas emociones y sensaciones de exploración y expedición, todo esto debido a la práctica de actividades con un cierto grado de riesgo, como ejemplo de esta afirmación se tiene a la escalada deporte cuya práctica en condiciones naturales de alta montaña permite crear deportes de aventura como: Alpinismo y Andinismo.

El turismo de aventura está enfocado a personas con espíritu de riesgo, a quienes les interesa probar cosas diferentes a las que el turismo convencional les ofrece, adicionalmente tiene un interés por estar en contacto con la naturaleza.

Esta actividad permite la expedición de áreas inexploradas, con el objetivo de disfrutar momentos de alta adrenalina. El turismo de aventura permite la participación directa del turista pasivo y activo, es decir, quién practicara la actividad o el deporte de aventura refiriéndonos a turista activo, y el pasivo será el espectador.

El turismo de aventura promueve a las personas a la competir, ya que la práctica de deportes de aventura según Tamayo (Tamayo, 2010, Turismo, pp.21) requieren un grado considerable de entrenamiento, debido a que presenta niveles de dificultad: Baja, Moderada, Alta.

1.2.2. HISTORIA DEL TURISMO DE AVENTURA

El turismo de aventura refiriéndose estrictamente a una modalidad de ocio ha tenido una variación en el transcurso de los años, según el Grupo de turismo Sustentable parte de la Fundación Habbit y Desarrollo, da a conocer en su investigación de Turismo alternativo (Grupo de turismo Sustentable, 2006, pp.1) que a inicios del siglo XX el derecho a descansar, distraerse o tener tiempo libre era una condición que solamente podían gozar un limitado grupos de ciudadanos, que oprimían a la clase trabajadora; conforme pasaron los años los trabajadores se cansaron de la explotación laboral y exigieron el derecho a descansar y reducir sus horas laborables. Además se consigue obtener el derecho al trabajador de que sus vacaciones sean pagadas por el empleador.

En el año de 1948 la Organización de las Naciones Unidas reconoce estos derechos y apoya al trabajador, a partir de esta instancia las personas tomaron diferentes alternativas de optimizar y canalizar su tiempo libre y sus vacaciones. Surge el ocio y sus modalidades siendo: pasivo y activo. El primer

mencionado el ocio pasivo se relaciona con actividades como: el ver televisión, ir al cine, salir a comer, la música, las reuniones sociales entre otros.

En cuanto al ocio activo se refiere a realizar actividades deportivas relacionadas a: jugar fútbol, básquetbol, vóleibol, tenis, entre otros deportes; todo esto practicado con el objeto de dispersar la mente, realizar ejercicio o acondicionar el cuerpo.

En la actualidad existe una nueva optativa de practicar deportes que involucra la actividad física con la naturaleza, esta modalidad de recreación es conocida como turismo de aventura la cual involucra al ser humano en su tiempo libre con los atractivos naturales, creando en el sensaciones de riesgo, vértigo y adrenalina; especializando técnicas, materiales y destinos para la práctica de esta tendencia turística.

1.2.3. TURISMO DE AVENTURA EN EL ECUADOR

Ecuador tiene una ubicación predilecta al ser atravesada por la línea ecuatorial que divide al país en dos hemisferios: Norte y Sur atrayendo a dos corrientes marítimas. Además es un país único que cuenta con 4 regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonia e Insular, que dan la ventaja de tener múltiples opciones turísticas, y de realizar cualquier tipo de deporte de aventura y actividad extrema. Las condiciones naturales del Ecuador satisfacen casi todo los terrenos en los cuales las actividades de turismo de aventura se desenvuelven (aire libre, agua, tierra, ciudad).

Según la Unidad Conservación y Biodiversidad del Colegio Politécnico (Jaramillo, A, 2010, Unidad Conservación y Biodiversidad), Ecuador es el país con la mayor biodiversidad en el mundo, en el territorio ecuatoriano se han diferenciado más de 15000 tipos de plantas vasculares, mas de 1250 especies de peces, mas de 1600 especies de aves, 350 especies de reptiles, 320 especies de mamíferos y alrededor 375 especies de anfibios.

La topología del país brinda ventajas al turismo de aventura debido a que los recursos naturales del país favorecen a la aventura brindando: volcanes, playas, ríos caudalosos con amplias zonas navegables, bosques nublados, montañas, selva en la Amazonia, bosques tropicales en la Costa; todo esto acoplado a un clima privilegiado durante casi todo el año

Estas ventajas han sido admiradas y apetecidas por el extranjero despertando su curiosidad por conocer los atractivos del Ecuador, el extranjero se interesa en el país, en sus recursos naturales y la cultura de su gente. Según la publicación emitida en la página web de la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica por Diana Vega (Vega, 2012), Ecuador se ubica en la quinta posición a nivel mundial como opción de destino turístico para deportes y actividades de aventura, todo esto gracias a la variedad de atractivos naturales óptimamente adaptables a la práctica de ésta actividad. Es por esto que Ecuador tiene la ventaja de recibir a muchos turistas que llegan de todas las partes del mundo.

1.2.4. DEPORTES DE AVENTURA EN EL ECUADOR

- Cabalgata: El turista según Ecuador Camping (Ecuador Camping, 2012, Cabalgatas en Baños), puede cabalgar y tomar un paseo durante unas horas o puede tomar una excursión por días. La cabalgata permite admirar bellos paisajes así como mantener una convivencia con el animal. La cabalgata es practicada en la sierra ecuatoriana, con el motivo de realizar excursiones alrededor de varias haciendas del Ecuador y admirar la fauna campestre del país.
- Canopy: El Canopy según la empresa EcosTravel (EcosTravel, 2012, Canoping) en el Ecuador es un deporte de aventura que es practicado recientemente. El Ecuador tiene los recursos naturales necesarios para que el turista pueda disfrutar de esta actividad; mientras el aventurero se encuentra suspendido en el aire podrá admirar la majestuosidad del

bosque nublado; además de disfrutar de hermosos paisajes que cuentan con ríos, cascadas, árboles frondosos.

- **Canyoning:** es el deporte también conocido también según la empresa Geoturs (Geoturs, 2011, Canyoning Baños Ecuador) como descenso de rápidos. El turista aventurero puede disfrutar de una experiencia única, disfrutando el riesgo y la adrenalina que genera esta actividad, la cual consiste en descender ríos en sus etapas de formación por medio de cuerdas. Los descensos son peculiarmente por cascadas.
- **Cicloturismo:** Según la empresa Ecuador Camping (Ecuador Camping, 2012, Cicloturismo en Baños), el cicloturismo en el Ecuador es una actividad que mezcla el esfuerzo físico de manejar una bicicleta por un circuito con el fin de realizar turismo. Este deporte consiste en el traslado por rutas o circuitos ya establecidos cuyo trayecto cruza por un atractivo turístico. La cercanía de los atractivos turísticos en el Ecuador, son una ventaja considerable para el desarrollo del cicloturismo.
- **Ciclismo de Montaña:** Según el portal web ecuador.travel (Ecuador.travel, 2012) Ecuador tiene un sin número de vías adaptables para la práctica del ciclismo de montaña, las superficies de este deporte se encuentran en las 4 regiones del país. Los escenarios presentan diferentes alturas y temperaturas, además de descensos de hasta 3000 metros ubicados principalmente en los Andes.
- **Kayaking:** Este deporte según EcosTravel (EcosTravel, 2012, Kayaking) emplea una pequeña embarcación alargada que se impulsa por medio de un remo, la embarcación debe cruzar por todo tipo de rutas acuáticas incluso por áreas muy estrechas donde solo el kayak podrá ingresar. En el Ecuador el turista puede practicar Kayaking en casi todas las provincias, gracias a la hidrología de este país. Los ríos mantienen un flujo normal la mayor cantidad del año y el clima tropical faculta una condición ideal para la práctica de esta actividad

- Parapente: El parapente es un deporte de aventura originado en los años 70, nació como parte del paracaidismo. En el Ecuador esta actividad según los autores Vela, Soto y Miranda (Vela, Soto, Miranda, 2010, pp.14-15) empezó en el año de 1987 y se ha consolidado como uno de los deporte de aventura mas practicados en el Ecuador. El Parapente consiste en un planeador dirigible, el cual junto a su piloto se lanza de alguna elevación natural, es por eso que el Ecuador es ideal para ejercer este pasatiempo.
- Parasailing: Según Vela y otros (2010, pp15), este deporte es muy parecido al Parapente, también conocido como Paravelismo es practicado en las costas Ecuatorianas. Esta actividad acopla dos modalidades de entretenimiento agua y viento. El Paravelismo es un deporte que opera mediante un planeador el cual es propulsado con potencia por una lancha o moto agua.
- Pesca deportiva: Es parte de la actividad pesquera y consiste en la pesca por motivos de ocio o competencia. Generalmente la presa es suelta después de su pesca.
- Puenting: según Jacinto Bonilla Prado en su publicación en la revista Criterios (Bonilla, 2012, pp.58) determina que el principal objetivo de este deporte es demostrar al turista las emociones que produce el salto al vacío, esta actividad empezó en el Ecuador en el año de 1997, traído aquí por escaladores nacionales, y hoy en día se ha convertido en una gran opción de entretenimiento. El deporte consiste en un salto al vacío, partiendo de base de un puente con la debida seguridad la cual cuenta con un arnés.
- Rafting: este deporte se origina Según Bonilla (Bonilla, 2012, pp.59), en el Ecuador en el año de 1990, catalogado como un deporte de extrema dificultad consiste en el descenso de ríos turbulentos y rápidos o en aguas cuyas características presenten impedimentos como piedras,

remolinos de agua, entre otros. La hidrología ecuatoriana presenta escenarios imponentes y aptos para los 6 niveles de dificultades que tiene este deporte.

- Snorkeling: Es una modalidad de buceo muy acogida en el Ecuador, según el portal web de Costasur (costasur, 2012) se practica en toda la zona costera. esta actividad facilita al aventurero admirar la encantadora fauna submarina. Este deporte se practica usando una máscara de buceo, aletas, y un tubo para respirar.
- Surfing: El surfing en el Ecuador según ecuador.travel (ecuador.travel, 2011) es un deporte con una gran acogida, tanto para el turismo de aventura como para competiciones deportivas, al surfista extranjero le atrae la idea de venir al Ecuador y deslizarse en la sus olas. Así como la mayoría de países de Latinoamérica, Ecuador presenta condiciones adecuadas para el albergue de este deporte, caracterizándose por tener: espléndidas playas y sobre todo agua caliente la mayoría del año.
- Trekking: En el Ecuador existe una topología variada que facilita la práctica de trekking en diferentes modalidades: montaña, selva y bosque. Para el más aventurero, el territorio ecuatoriano brinda la oportunidad de conocer lugares inexplorados. Las áreas protegidas del Ecuador han desarrollado senderos y rutas ideales para este deporte, integrándose en el ámbito de la preservación y respeto del ecosistema.

1.2.5. SITUACION ACTUAL DEL TURISMO DE AVENTURA EN EL ECUADOR

El turismo de aventura es una actividad que compromete dos tipos de recursos: el natural y el humanó.

El turismo de aventura crea una gran preocupación al considerar la sostenibilidad de los destinos, en el Informe de Segmentación del Sector Turístico Ecuatoriano, Giuseppe Marzano (Marzano, 2011, pp.33) explica que

esta tipología turística tiene un alto contacto con la naturaleza, es por eso que hay un amplio grado de irrespeto a la misma. Las actividades que requieren uso de vehículos de combustión generan un daño más grave por la contaminación consecuente, es por eso que se debe considerar rutas que no alteren la flora y fauna del destino.

La capacidad de carga y además la capacidad de albergue del destino no siempre se adaptan a la demanda turística. Las actividades son desarrolladas por pequeñas comunidades es por eso que se cambia la normalidad de sus costumbres.

En el Ecuador los turistas han sido un víctimas de varios accidentes dramáticos por la mala práctica en la preparación y ejecución de las actividades que impliquen deportes de aventura. La falta de especialización y de un organismo de control ha permitido que estas contingencias sucedan en el Ecuador.

1.2.6. ACCIDENTES OCURRIDOS EN LA PRÁCTICA DE TURISMO DE AVENTURA EN EL ECUADOR

En el Ecuador se han suscitado una gran cantidad de accidentes por la mala práctica de deportes de aventura, los cuales han traído en muchos casos consecuencias dramáticas que han afectado los intereses de los deportistas y de los operadores.

Un acontecimiento de gran preocupación que ha llamado la atención de quienes admiran los deportes de aventura y generando temores para quienes quieren probar esta tendencia de turismo, ha sido el caso de la estadounidense Julia Musailova de 33 años quien murió el 27 de marzo del año 2012 en Mindo una parroquia del Cantón San Miguel de los Bancos, según el diario El Comercio (Rodríguez, B, 2012, El Comercio.com), la turista falleció al practicar Canopy, un deporte de aventura que se practica mucho en esta zona. Además su guía quien practicaba junto a ella este deporte salió sumamente herida,

como consecuencia del accidente se realizaron las respectivas investigaciones acerca de este evento. El resultado de las indagaciones concluyó que el cable por donde se desplazaba Julia y su guía, se salió del anclaje, provocando una caída de 40m, determinando como presunto responsable a la operadora de canopy. En consecuencia el Ministerio de Turismo decidió suspender de sus actividades a la operadora Turística.

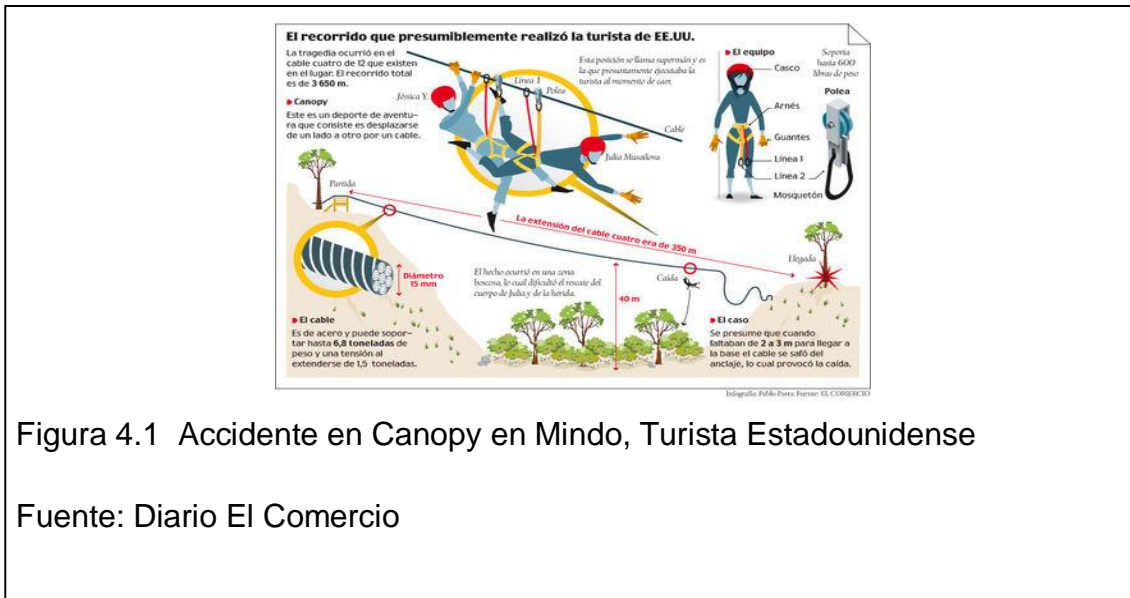


Figura 4.1 Accidente en Canopy en Mindo, Turista Estadounidense

Fuente: Diario El Comercio

En el Ecuador ha ocurrido otros accidentes causados por la irresponsabilidad en la práctica de deportes aventura como los siguientes casos:

- Juan Carlos Paz Cañadas, de 46 años murió mientras practicaba parapente, una caída de 500 metros fue el motivo del accidente. Según el Diario El Extra (Aguilar A., 2012, Diario El Extra) el lugar donde practico por última vez parapente Juan Carlos no tiene las condiciones adecuadas para la práctica de este deporte es por eso que se reportan 3 muertes anteriores y algunos accidentes más.
- En el 2009 muere un turista irlandés que se encontraba practicando rafting en el río Pastaza. El caudal crecido y bravío del río al parecer hizo que perdiera el control del bote. Según el Diario El Hoy (Diario El Hoy, 2009). el turista podría haberse golpeado la cabeza fuertemente.
- El 12 de agosto de 2012, según la portal web del periódico El Diario (El Diario, 2012) dos jóvenes turistas fueron atacados por caimanes el

encontrarse disfrutando de un baño en una laguna ubicada en el Yasuní la cual se encontraba atestada de estos animales, los responsables directos al parecer fueron los guías del Ecolodge donde pernotaban los turistas. Como resultado el Ministerio del Ambiente determinó que hubo un descuido total de los dueños del Lodge. Los dos turistas fueron gravemente heridos.

Es así como la mala práctica de los deportes de aventura se ha llevado consigo vidas humanas, además en el Ecuador existen centenares de accidentes en los cuales los turistas han sido afectados de golpes y traumatismos pero no han sido publicados en ninguna fuente.

1.2.7. NORMAS TECNICAS PARA EL TURISMO DE AVENTURA EN EL ECUADOR

El Ministerio de Turismo del Ecuador desarrolló un reglamento técnico de seguridad y calidad de servicio para la práctica de los deportes de aventura que más se realizan en el Ecuador. Siendo este ministerio el órgano rector de la actividad turística en el país, y conociendo que el turismo de aventura dentro del Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador se encuentra en el top 10 de principales productos turísticos, se intenta innovar la práctica de los deportes de aventura mencionados en la Norma Técnica (Agencia ANDES, 2011, Revista Vistazo). Los deportes que se analizan en la Norma Técnica de Turismo de Aventura son los siguientes:

- Rafting
- Tubing
- Cicloturismo
- Cabalgata
- Kayak de río
- Montañismo
- Trekking y Hiking
- Canyoning
- Canopy

En las Normas Técnicas de Turismo de Aventura (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador [OPTUR], Normas Técnicas de Turismo de Aventura) se determina estándares para cada deporte de aventura y así mismo para quienes en su operación involucra actividades de deporte de aventura, concluyendo que en cada Normativa se encuentra las siguientes Generalidades por Deporte:

- **Ámbito de Aplicación de las Normas Técnicas de Turismo de Aventura**
- **Ámbito General**
- **Ámbito de Comercialización**
- **Ámbito de Prestación del Servicio de la Actividad**
- **Infraestructura y Equipamiento de la Actividad**
- **Regulación y Control**

1.2.8. REGLAMENTO GENERAL DE APLICACIÓN A LA LEY DE TURISMO

Este reglamento permite la aplicación de la ley turismo que regirá a todo establecimiento turístico. Según el Reglamento General de Actividades Turísticas relacionando más al turismo de aventura (Ministerio de turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, Decretó No. 3400) se debe tomar en cuenta los siguientes artículos:

- **Art. 41.-** Alcance de las definiciones contenida en este Reglamento.
- **Art. 42.-** Actividades Turísticas.
- **Art. 43.-** Definición de las actividades de turismo.
- **Art. 44.-** Normas Técnicas y Reglamentarias para las actividades turísticas.
- **Art. 45.-** Quien puede ejercer actividades turísticas.

CAPITULO II.- PLAN DE NEGOCIOS

2.1. DESCRIPCION DE LA EMPRESA

AVCALSEG es una empresa de certificación y auditora para negocios turísticos en el Ecuador, destinada a gestionar la preservación de los recursos naturales, la implementación y cumplimiento de estándares de servicio y seguridad. Además se encargará de mejorar el estilo de vida de los trabajadores y de las comunidades donde se desarrolla la actividad turística, desarrollándose en el marco del Turismo de Aventura.

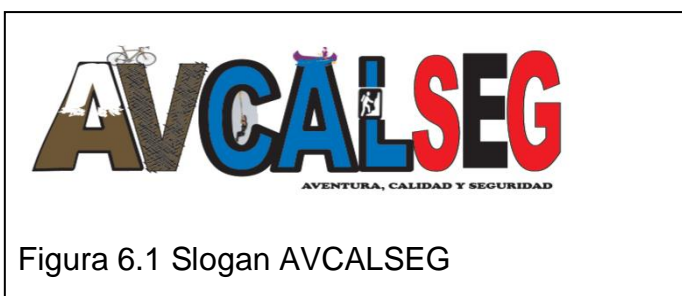
AVCLASEG CIA. LTDA. es una Compañía Limitada con sede en la ciudad de Quito, sus operaciones se dirigen en la ciudad de Quito y Guayaquil con el fin de responder a las necesidades de los clientes de la manera más eficaz y eficiente.

AVCALSEG es encargada de impulsar y emitir a los negocios interesados el sello de calidad de turismo de aventura SAFE ADVENTURER.

2.1.1. LOGOTIPO DE LA EMPRESA



2.1.2. SLOGAN DE LA EMPRESA



El slogan de la Empresa AVCALSEG es: Aventura, Calidad y Seguridad.

Este slogan parte del nombre de la empresa tomando las iniciales de cada palabra:

Aventura= AV

Calidad= CAL

Seguridad= SEG

2.1.3. FILOSOFIA EMPRESARIAL

AVCALSEG tiene como filosofía empresarial impulsar en la sociedad la cultura de sostenibilidad turística y seguridad de turismo de aventura, manteniendo este pensamiento a largo plazo, garantizando lo descrito mediante el programa de certificación SAFE ADVENTURER, el cual garantiza la conservación del patrimonio natural y humano que rodean a la operación turística.

2.2. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

2.2.1. OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de AVCALSEG es asegurar la calidad del servicio turístico de aventura en el Ecuador, innovando los estándares de operación de los negocios turísticos de aventura, generando una conciencia de seguridad y de optimización de recursos con el fin de satisfacer los intereses del operador, turista y especialmente de la sostenibilidad del proyecto.

2.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Los objetivos específicos de la certificadora AVCALSEG son los siguientes:

- Implementar estándares de calidad de servicio en las empresas dedicadas al turismo de aventura en el Ecuador.

- Desarrollar sistemas de seguridad y mantenimiento para la práctica de deportes de aventura en el Ecuador.
- Capacitación y certificación del personal de trabajo de los negocios turísticos certificados.
- Análisis de impactos ambientales y sociales de la operación certificada.
- Verificación de cumplimiento de normativas, legislación impuestas por los organismos de control del turismo Ecuatoriano.

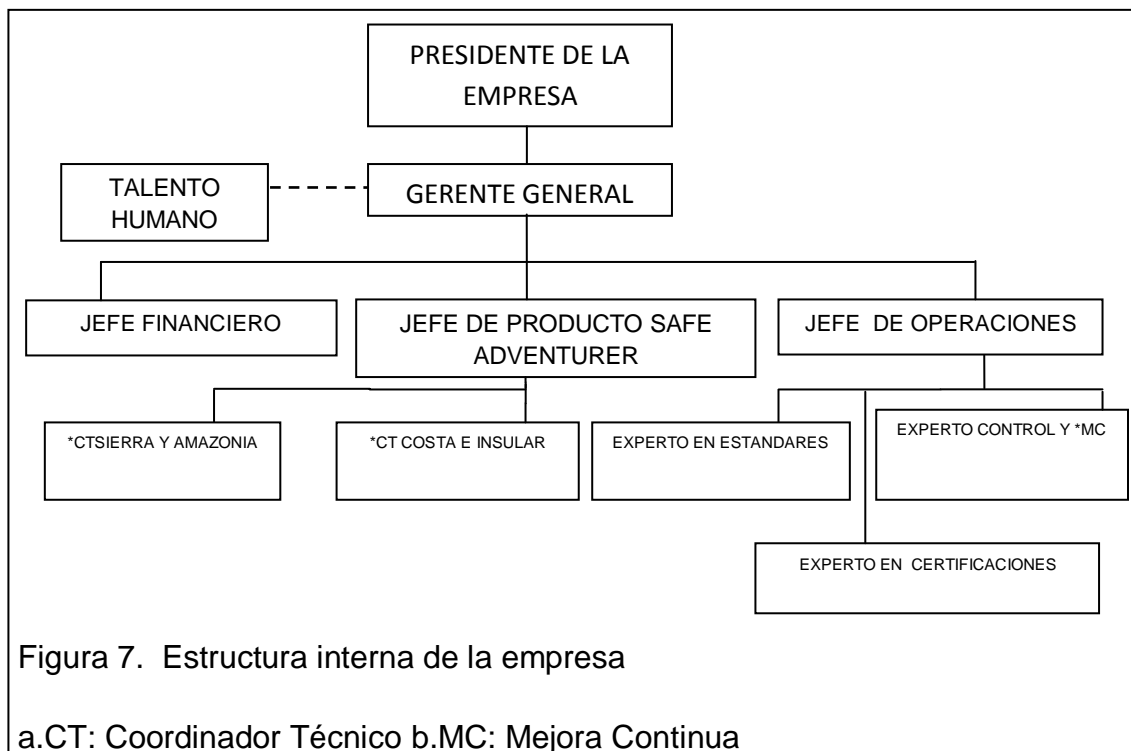
2.3. MISION DE LA EMPRESA

Mejorar el desarrollo económico y rendimiento de los servicios de las Empresas Turísticas de Aventura, mediante la implementación de sistemas de calidad sustentables, seguros y óptimos, impulsando la práctica segura de deportes de aventura y el consumo consciente y respetuoso de los recursos naturales.

2.4. VISION DE LA EMPRESA

Ser empresa líder de certificaciones de turismo de aventura y sostenible del Ecuador, formando parte influyente de la Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas.

2.5. ESTRUCTURA INTERNA DE LA EMPRESA



b.MC: Mejora Continua

AVCALSEG tiene una estructura de divisiones, la cual consiste en una estructura organizacional compuesta por unidades separadas, cada una con decisión limitada de responsabilidad en su área y asignando un jefe a cargo del departamento. (Robbins y Coulter, 2005, pp.244). La máxima autoridad es el Presidente de la empresa, la empresa se maneja por medio de la gerencia general y 3 jefaturas departamentales.

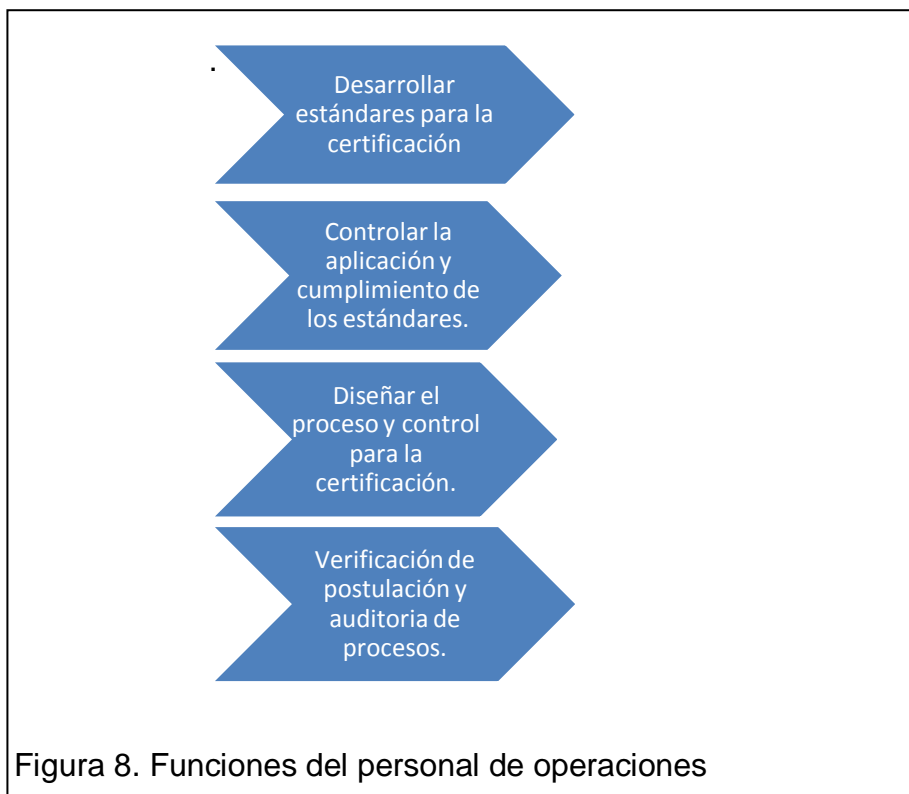
Gerente General: es el encargado de control y manejo de todos los departamentos de la empresa, trabaja directamente con el Jefe de producto SAFE ADVENTURER, la jefatura financiera y la jefatura de operaciones.

Jefe de producto SAFE ADVENTURER: es el encargado en controlar la gestión, promoción y desarrollo del sello de calidad SAFE ADVENTURER; trabaja conjuntamente con la Jefatura de Operaciones.

Jefe Financiero.- es el encargado de:

- Determinar la cantidad necesaria de fondos para manejar la operación de la empresa
- Fijar el destino final de los fondos requeridos por las demás áreas.
- Buscar de la manera más correcta y efectiva de conseguir fondos para la empresa

Jefe de Operaciones: es el encargado de controlar la operación de la certificadora. El jefe de operaciones trabaja conjuntamente con los expertos de cada área de operaciones, los cuales son encargados de:



2.6 VALORES DE LA EMPRESA



2.7. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

2.7.1 POLÍTICA DE SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

La gestión de calidad de la empresa permite valorar y determinar empresas que cumplen o han adaptado los requerimientos generales y específicos con los que AVCALSEG se basa para certificar, es decir los documentos propios o ajenos que utiliza la certificadora para calificar a los postulantes.

Los principios de calidad externos con los que se basa AVCALSEG para sus políticas de Gestión son los siguientes:

- Normas Técnicas para el Turismo de Aventura desarrollado por el Ministerio de Turismo
- Reglamento General de Aplicación a la ley de Turismo
- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 461:2008. Turismo. Guía Especializado en Turismo de Aventura.

- ISO 14001 para Gestión Ambiental e ISO 9001 para Aseguramiento y Gestión de Calidad

2.7.2 POLÍTICA INSTITUCIONAL

AVCALSEG tiene como política el fomentar la calidad y excelencia en la oferta de la práctica segura de deportes de aventura en el Ecuador, por medio de operadores, empresas y guías que califiquen con altos estándares de calidad de servicio y seguridad, en la que su actividad no involucre el desgaste del medio ambiente y que hayan sido debidamente verificados, certificados de una manera voluntaria.

La certificación es ética, los valores de la empresa son aplicados en todos los procesos de auditoría, verificación y certificación. La información que recibe AVCALSEG es totalmente confidencial. La empresa está al servicio de todo aquel que desea mejorar sus operaciones y obtener una mayor rentabilidad y promoción.

2.8 PRODUCTO

2.8.1 SELLO DE CALIDAD SAFE ADVENTURER

SAFE ADVENTURER es un sello de calidad en turismo de aventura destinado a operadores turísticos, agencias de viajes, guías de turismo y lodges turísticos, cuyas actividades involucren deportes de aventura y que se encuentren en el marco legal del Reglamento General de Aplicación a la ley de Turismo en el Ecuador.

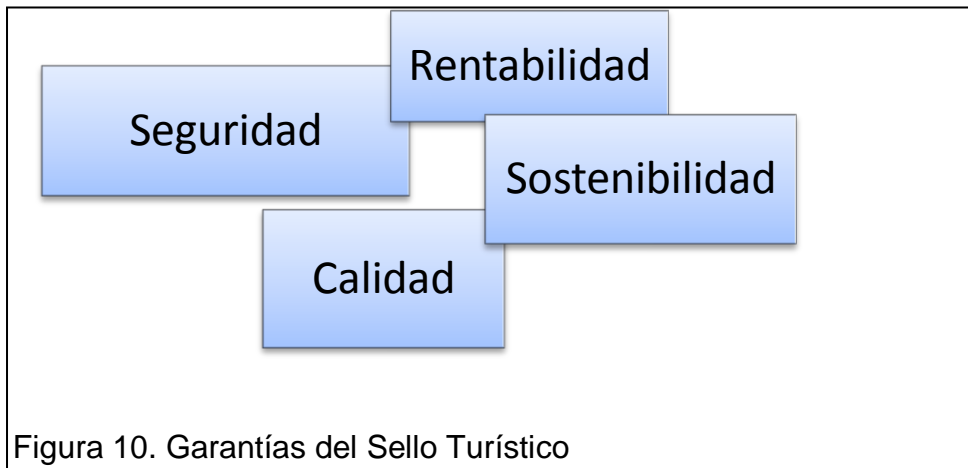


Figura 10. Garantías del Sello Turístico

El sello es el producto que permite mejorar la calidad de los negocios involucrados con el turismo de aventura, pensando en el bienestar de los trabajadores, turistas y el medio ambiente.

La acreditación del sello es posterior a la aprobación de los estándares que AVCALSEG requiere para emitir el sello, donde se verifica el cumplimiento de los principios externos de gestión y normativas que ha desarrollado AVCALSEG dependiendo el negocio que va hacer certificado.

2.8.2 LOGOTIPO DEL SELLO SAFE ADVENTURER



Figura 11. Logotipo SAFE ADVENTURER

2.9 BENEFICIOS DE SAFE ADVENTURER

2.9.1 SEGURIDAD

Los deportes de aventura implican muchos riesgos, en la mayoría de los casos estas actividades comprometen la salud emocional, psicológica y física de los aventureros es por eso que AVCALSEG por medio de su sello de SAFE ADVENTURER garantiza operaciones turísticas de aventura seguras, además se cuenta con la seguridad de tener personal certificado, capacitado y experto para la práctica de estos deportes.

Los operadores y agencias de viajes podrán utilizar el sello con el fin de demostrar que sus servicios a la venta cumplen con estándares de seguridad altos y eficientes reduciendo a un nivel mínimo la posibilidad de accidentes.

La seguridad para deportes de aventura del sello SAFE ADVENTURE se basa en las disposiciones que el ministerio de Turismo determinó para cada deporte que se refleja en la Norma Técnica para el Turismo de Aventura. Además AVCALSEG estudia los planes de Prevención y Respuesta de Emergencias de las empresas aspirantes.

2.9.2 PERSONAL CAPACITADO Y ESPECIALIZADO

Tanto el personal que ofrece servicios complementarios a la actividad de aventura como los el personal que está involucrado en la operación de la actividad turística de aventura serán trabajadores con una característica general: Personal certificado.

Esto quiere decir que los trabajadores son capacitados y poseen las condiciones de poder atender los requerimientos de los turistas ya que manejan una cultura de servicio rica en conocimientos. Estas cualidades se aplican tanto al personal de servicio y a quienes operan la actividad de aventura en este caso: guías turísticos y personal de operaciones.

El personal de operaciones en especial los que tienen la responsabilidad de los equipos e instalaciones para deportes de aventura, serán técnicos especialistas y aptos para la operación y control de los anteriormente mencionados.

En cuanto a los Guías serán certificados por AVCALSEG con respaldo del sello SAFE ADVENTURER si cumplen los requerimientos de la Norma NTE INEN 2 461:2008. Turismo. Guía Especializado en Turismo de Aventura.

2.9.3. IMAGEN DE LA EMPRESA Y MERCADEO

Las empresas que tenga el sello de SAFE ADVENTURER tendrán el reconocimiento de ser empresa comprometida en la elevación y desarrollo de sus sistemas obteniendo como resultado ser una empresa reconocida públicamente.

Las empresas acreedoras al sello SAFE ADVENTURER serán promocionadas en los portales de la empresa, además tendrán un reconocimiento de calidad internacional más alto llamando la atención de turistas expertos y de nuevos nichos de mercado.

2.9.4. OFERTA EXACTA

SAFE ADVENTURER garantiza la credibilidad de la oferta en cuanto a servicios y productos que las empresas certificadas ofrecen.

Partiendo como base la misión de la empresa certificadora este sello exige a las empresas acreditadas a cumplir con lo que ofrecen al turista, impulsando una venta de productos y servicios ética.

El engaño en la oferta o la falta de cumplimiento de lo ofertado queda eliminado en la cultura de servicio de las empresas que obtengan el sello SAFE ADVENTURER.

2.9.5. SOSTENIBILIDAD

Esta es una parte sumamente crucial para las empresas certificadas por el sello SAFE ADVENTURER; el hecho de aplicar prácticas sostenibles a un negocio genera una conjetura para los empresarios, considerando una posible disminución de ingresos y calidad en el servicio, pero es un pensamiento equivocado.

El sello SAFE ADVENTURER trae consigo ventajas a las empresas que implementan la sostenibilidad, asegurando un beneficio para la economía de la empresa y las dimensiones ambientales y sociales que se involucran con la misma.

Las comunidades que se desarrollan en la actividad turística acreditada deben ser debidamente beneficiadas por la empresa, esto quiere decir que deben formar parte del equipo de trabajo y para esto la capacitación es un factor sumamente importante.

En lo que se refiere al medio ambiente los procesos y sistemas de las empresas certificadas, serán amigables con el ecosistema, los negocios certificados habrán incorporado a su operación los siguientes sistemas:

- Ahorro del Agua y manejo de Aguas residuales.
- Manejo de Desechos (reciclaje).
- Utilización correcta y ahorro de energía.
- Energías alterativas.

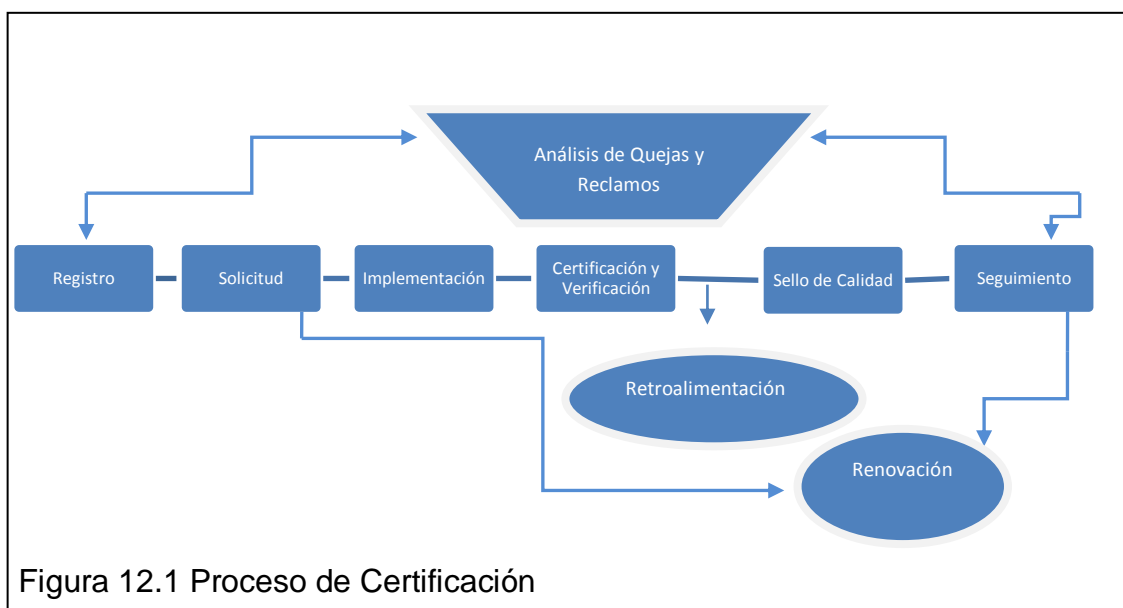
Estos sistemas adoptados permitirán a la empresa reducir considerablemente costos sin afectar la continuidad de su normal funcionamiento.

2.10 PROCESO DE CERTIFICACION

El proceso de certificación de AVCALSEG para el otorgamiento se divide en 6 etapas:

1. Registro.
2. Solicitud.
3. Implementación .
4. Certificación y verificación.
5. Otorgamiento del Sello de Calidad.
6. Seguimiento

Además existe 2 etapas mas complementarias al proceso de certificación que son la renovación del sello de calidad y el análisis de quejas y reclamos.



2.10.1. REGISTRO

Este paso consiste en que toda empresa aspirante a la certificación debe cumplir los requisitos indispensables dentro del marco legal del Ecuador:

- Estar legalmente constituida en la superintendencia de compañías.
- Estar al día con las contribuciones fiscales que el Servicio de Rentas Internas del Ecuador estipula.

- Debe cumplir con las obligaciones Patronales que determina el Instituto de Seguridad Social

Además al ser empresas de actividad Turísticas deben cumplir con los requisitos irrevocables que el ministerio de turismo como entidad reguladora de la actividad turística les impone. Las obligaciones que deben cumplir toda persona natural o jurídica, empresa o sociedad, previo al inicio de sus actividades son las siguientes:

- Registro Único de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo. (MINTUR, Reglamento General de Aplicación a la ley de Turismo Decreto No. 1186)
- Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar. (MINTUR, Reglamento General de Aplicación a la ley de Turismo Decreto No. 1186)
- Para el caso de los guías turísticos que deseen ser certificados deben haber tomado el curso respectivo de guía turístico especializado y tener la licencia de Guía correspondiente que el Ministerio de Turismo otorga.

2.10.2. SOLICITUD

Es el proceso por el cual la empresa aspirante solicita la verificación y certificación de procesos y servicios para ser acreditado a la certificación SAFE ADVENTURER. AVCALSEG aprueba la solicitud luego de un análisis de cumplimiento de requisitos de operación y constitución de empresas turísticas de aventura dentro del marco legal del Ecuador.

A la empresa se le brinda toda la información correspondiente a los estándares de calidad y normas técnicas para turismo de aventura que la certificadora exige.

Además se le entrega un check list de autoevaluación dependiendo el tipo de negocio donde la empresa postulante podrá verificar si está cumpliendo con los requerimientos de la certificación.

En el caso de los guías, cualquier guía puede aplicar a la certificación, siendo por voluntad propia o por requerimiento de la empresa donde trabaja.

La solicitud de la certificación SAFE ADVENTURER, tiene una precio de inscripción detallada en la siguiente tabla de tarifas de inscripción:

Tabla 3. Tarifas de Inscripción al Programa de Certificación

Tipo de Cliente	Precio de Inscripción
Operador Turístico *(M)	120
Operador Turístico * (MED)	100
Operador Turístico *(P)	60
Agencias de Viajes (M)	150
Agencias de Viajes (MED)	120
Agencias de Viajes (P)	100
Cruceros de Lujo	200
Cruceros de Primera	150
Cruceros Turista	130
Lodges	150
Guias Turísticos	80

a.M: Mayor b.MED: Mediano c.P: Pequeño

- AVCALSEG considera operador turístico y agencia de viajes si mayor poseen mas de 150 empleados
- AVCALSEG considera operador turístico y agencia de viajes mediano si poseen entre 50 a 149 empleados
- AVCALSEG considera operador turístico y agencia de viajes pequeño si poseen entre 10 a 49 empleados
- Precios establecidos en comparación con la competencia (CyD) , precios publicados en la pagina web de la empresa <http://www.smartvoyagercertified.com/tarifas.html>

2.10.3. IMPLEMENTACION

Este paso dentro del proceso de certificación consiste en el tiempo que posterior a la solicitud de la certificación la empresa postulante adecua y realiza los cambios pertinentes conforme a lo estipulado por la certificadora en sus estándares de calidad. El tiempo máximo que tiene la empresa postulante para implementar estándares para cualquier tipo de iniciativa a certificar es de 6 meses posterior a la aprobación de la solicitud.

2.10.4. CERTIFICACION Y VERIFICACION

Es la etapa donde AVCALSEG verifica que la empresa aspirante a la certificación cumpla con todos los parámetros, requisitos y estándares de la certificadora. Es un proceso donde AVCALSEG realiza un estudio e investigación exhaustivo de los sistemas y de la calidad de servicios de las empresas ha certificar.

Luego de haber identificado que la empresa cumple con buenas prácticas en Turismo de Aventura y además es una empresa turística legalmente constituida que cumple con todos los requerimientos del marco legal del Ecuador, se procede a certificar a la empresa postulante.

En el caso de que sus procesos, sistemas y estándares no se hayan normalizado conforme a lo parámetros establecidos por la certificadora se

procede a aplicar el proceso de corrección y mejora de características, es decir mediante un informe técnico se describe las fallas de implementación y adecuación a los estándares, con el fin de que en un lapso de 3 meses la empresa postulante pueda corregir estas deficiencias encontradas.

La auditoría e informe de los técnicos que verifican a las empresas postulantes en muchas ocasiones conlleva más de un día de trabajo tardando como máximo 5 días dependiendo del tipo de negocio, además, en algunas circunstancias se necesita de más de un auditor.

Esta verificación tiene un precio de:

- Honorarios diarios de auditoría: 500 dólares diarios sin incluir gastos de transporte, hospedaje y alimentación.

Los Precios han sido establecidos en comparación con la competencia (CyD), precios publicados en la página web de la empresa <http://www.smartvoyagercertified.com/tarifas.html>

2.10.5. SELLO DE CALIDAD

Luego de la aprobación del cumplimiento de estándares y procesos, es decir la certificación, la empresa AVCALSEG gestiona la incorporación del Sello SAFE ADVENTURER al negocio acreedor y todas las ventajas que este sello de calidad tiene.

Este sello tiene validez de un año y el precio de utilización se refleja en la presente tabla:

Tabla 4. Cuota Anual sello SAFE ADVENTURER

Tipo de Cliente	Cuota Anual
Operador Turístico *(M)	600
Operador Turístico * (MED)	500
Operador Turístico *(P)	380
Agencias de Viajes (M)	500
Agencias de Viajes (MED)	400
Agencias de Viajes (P)	380
Cruceros de Lujo	1300
Cruceros de Primera	1150
Cruceros Turista	1000
Lodges	500
Guias Turísticos	*250

a.M: Mayor b.MED: Mediano c. P: Pequeño

- AVCALSEG considera operador turístico y agencia de viajes mayor si poseen mas de 150 empleados
- AVCALSEG considera operador turístico y agencia de viajes mediano si poseen entre 50 a 149 empleados
- AVCALSEG considera operador turístico y agencia de viajes pequeño si poseen entre 10 a 49 empleados
- Los precios han sido establecidos en comparación con la competencia (CyD) , precios publicados en la pagina web de la empresa <http://www.smartvoyagercertified.com/tarifas.html>
- Para Guías Turísticos tiene una validez de 3 años.

2.10.6 SEGUIMIENTO

Durante todo el año el departamento de operaciones estará pendiente del control y mejora continua de las empresas que hayan sido calificadas y estén usando el sello SAFE ADVENTURER.

Las empresas certificadas deberán abrir sus puertas para los chequeos de cumplimiento de estándares y procesos que el personal del área de control y mejora continua realizara posterior a la certificación.

Así mismo el análisis de Quejas y Reclamos se desarrolla en 2 ámbitos:

- Insatisfacción de resultados por uso del sello por parte de la empresa certificadora
- Insatisfacción del cliente final, es decir de los turistas que utilizan y compran servicios de las empresas certificadas

2.10.7 RENOVACION

El sello de calidad SAFE ADVENTURER dura un año y es responsabilidad de la empresa certificada gestionar la renovación.

El proceso de renovación consiste en:

- La solicitud de la Renovación: No tiene costo.
- Certificación y Verificación.
- Pago anual de Uso de Sello.

2.11 CANCELACION DE SELLO SAFE ADVENTURER

La cancelación y anulación del sello de calidad en turismo de aventura SAFE ADVENTURER se da por las siguientes circunstancias:

- Como negocio certificado ser llamado la atención por la falta de cumplimiento de estándares ya aprobados y establecidos y hacer caso omiso a la advertencia.

- Utilizar el Sello SAFE ADVENTURER en negocios que complementan a la actividad turística ejemplo: Transporte Turístico, Alimentación, Entretenimiento.
- Utilizar el Sello de SAFE ADVENTURER caducado es decir posterior a los 30 días de la fecha de caducidad del sello.
- Exceso de quejas y reclamos del consumidor final del producto certificado, analizando el tipo de reclamo que realizan los clientes.

CAPITULO III.- DIAGNOSTICO DE FACTIBILIDAD

3.1. ANALISIS SITUACIONAL

El análisis de las condiciones externas e internas que afectan y se relacionan con un proyecto es vital para determinar la factibilidad del mismo, la toma de decisiones se relaciona estrechamente a los cambios del ambiente del negocio. Los objetivos establecidos, tienden a modificarse temporal o permanentemente para poder adaptarse a las necesidades del mercado. Es necesario conocer la situación actual del mercado para de esta manera determinar las condiciones presente y futuras de la empresa.

En el caso de la empresa certificadora-auditora AVCALSEG es de importancia un análisis exhaustivo de las variables controlables y no controlables que se involucran con este proyecto. Es importante pronosticar las diferentes eventualidades que estos factores pueden provocar, teniendo en claro que muchas de estas se convertirá en fortalezas y debilidades y en otras circunstancias serán amenazas u oportunidades.

3.2. FACTORES DEL ANALISIS SITUACIONAL

3.2.1. MACROAMBIENTE

El Macroambiente es el análisis de todos los factores externos a la empresa, los cuales definirán las amenazas y oportunidades de la misma. Generalmente los factores del Macroambiente de una empresa no se pueden controlar, ni medir sus resultados.

AVCALSEG intenta valerse de estos factores para desarrollar oportunidades de mercado. Los factores del Macroentorno de la empresa AVCALSEG son:

- Factor Económico
- Factor Político
- Factor Socio Cultural
- Factor Demográfico
- Factor Natural
- Factor Tecnológico

3.2.1.1. FACTOR ECONOMICO

El Ecuador es un país con varias líneas de productos de exportaciones, según la las estadísticas de turismo de junio 2012 publicadas en el portal de la OPTUR (Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador [OPTUR] , 2012, Estadísticas de Turismo en el Ecuador- Estadísticas Turismo - Junio 2012) el principal producto de exportación hasta el año 2011 fue el petróleo y el turismo se encontraba en el sexto puesto disminuyendo dos puestos del año 2010 donde estaba en el puesto número cuatro.

En cuanto a producto de exportación el turismo en el Ecuador, a pesar de tener una caída de posición como producto en el 2011 no significo una disminución en ingresos ya que al contrario los ingresos por la exportación de turismo aumentaron de 786,5 millones de dólares en el año 2010 a 843,5 millones de dólares para el año 2011. La economía del Ecuador es influida por la estabilidad y el comportamiento del turismo, según Elizabeth Moreno (Moreno, 2007, pp.5), quien analiza el Turismo del Ecuador y determina que esta línea de producto genera altos ingresos para el país, contribuyendo a la generación de empleo y disminución de pobreza. Además invita a la inversión extranjera, mejora y exige la implementación de infraestructuras como carreteras, hoteles, servicios básicos, entre otros.

Tabla 5. Ubicación del Turismo/Ingreso por Turismo/Exportaciones

En millones de dólares

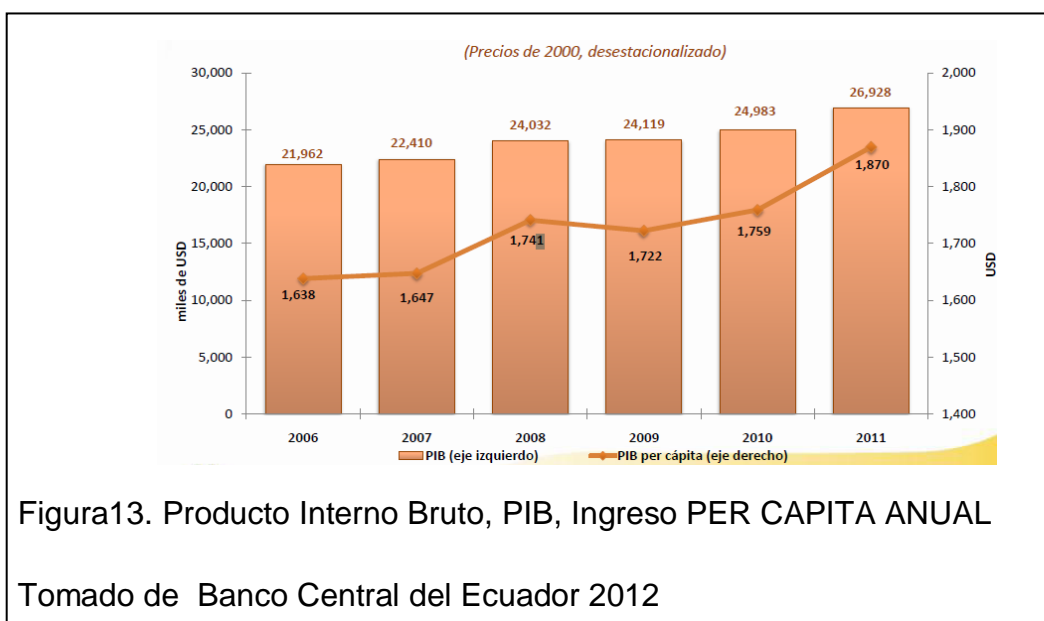
Año	Petróleo	Banano y Plátano	Camarón	Derivados del Petróleo	Otros Elab.	Turismo	Manufactura de metales	Flores Naturales	Total exportaciones (Productos Primarios e Industrializados)
2011	11802,7	2245,3	1174,8	1110,4	902,3	843,5	695,6	679,9	5159,89
Ubicación	1	2	3	4	5	6	7	8	

Tomada de Estadísticas de Turismo en el Ecuador. Estadísticas Junio (2012)

3.2.1.1.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)

El PIB o Producto interno Bruto es la agrupación de bienes y servicios producidos por una misma nación dentro de un año calendario.

El PIB anual 2011 tuvo un crecimiento del 7,8% en comparación al 2010, dando como resultado un valor de 1,870 millones de dólares. En el ámbito turístico el PIB turístico en el Ecuador corresponde al 4.8% del PIB nacional.



La Economía del Ecuador depende de la economía mundial y el comercio internacional. La economía ecuatoriana incremento en un 7,8% siendo el país con mayor crecimiento en Latinoamérica seguido por Chile y Colombia ambos con un crecimiento de 5,9%.

3.2.1.1.2. BALANZA TURÍSTICA DEL ECUADOR

La balanza comercial es un indicador económico que se utiliza para determinar la diferencia de las exportaciones e importaciones que genera un país, es decir la diferencia entre cuanto se vende y cuanto se compra a otros países.

La balanza turística al igual que la Balanza Comercial es un indicador económico pero está encargada de determinar la diferencia de ingreso de divisas por carácter de turismo receptivo y la salida de divisas por turismo emisor.

Para AVCALSEG es importante conocer el estado de la balanza turística ya que ha así se puede determinar la posición económica futura de los posibles negocios a certificar.

Durante el Primer Semestre del año 2012 según el Banco Central del Ecuador (Banco Central del Ecuador, 2012, Estadísticas Macroeconómicas Agosto 2012) se registró un superávit de 389.6 millones, generando un aumento del 79,3% en comparación al mismo periodo en el año 2011. La balanza comercial no petrolera donde se encuentra el turismo arrojó resultados negativos con un déficit de 16,7%

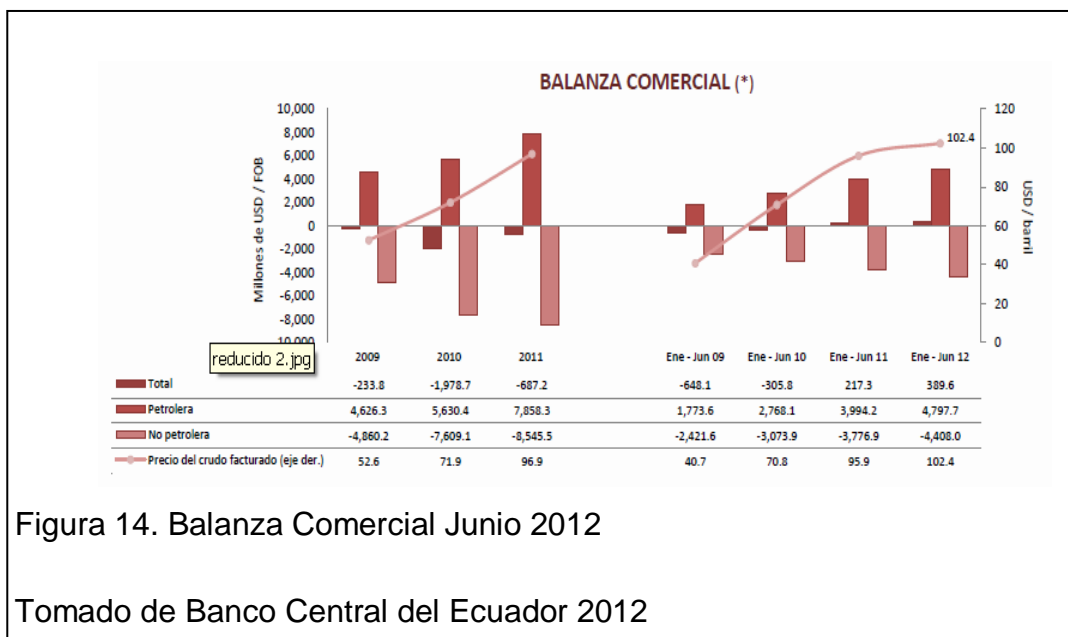


Figura 14. Balanza Comercial Junio 2012

Tomado de Banco Central del Ecuador 2012

La balanza turística registra en el año 2011 un ingreso de divisas de 843,5 millones de dólares, es decir, generados por turismo receptivo y en cuanto al turismo emisor arroja un valor de 946,7 millones de dólares dejando una diferencia de ingresos menos egresos de -103,1 como resultado se obtuvo un déficit que en comparación al 2010 tiene una variación de 9,8.

Tabla 6. Egresos e Ingresos de divisas por Turismo 2010-2011

En millones de dólares

2010		
a) Ingreso de Divisas	b) Egreso de Divisas	Saldo (a-b)
786,5	862,5	-76.0
2011		
a) Ingreso de Divisas	b) Egreso de Divisas	Saldo (a-b)
843,5	946,7	-103,1

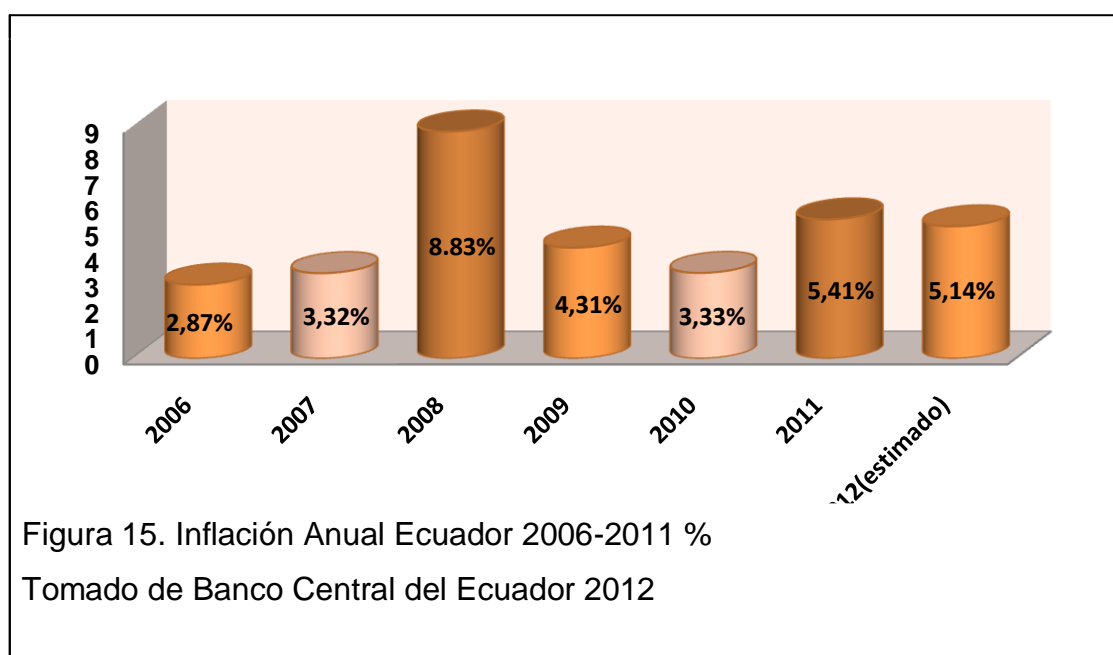
Tomado de CAPTUR Boletín Estadístico Junio 2012

3.2.1.1.3. INFLACIÓN

La inflación se mide estadísticamente mediante el IPC o conocido también como Índice de precios al consumidor, tomando como base un conjunto de bienes y servicios básicos que son demandados por consumidores de extracto social medio y bajo; este conjunto de bienes y servicios necesarios para el consumidor es conocido como canasta básica o canasta familiar y se encuentra actualmente en un valor de \$587,86 según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Según el Diario Hoy (Diario Hoy, 2012, Inflación de Ecuador se acelera a 0,26% en julio) Ecuador prevé una disminución de la inflación de 5,41% del año 2011 a 5,14% para el año 2012 tomando en cuenta que la economía del país está dolarizada desde el año 2000.

En los últimos años Ecuador ha tenido una variación en la inflación de la siguiente manera:



3.2.1.1.4. DOLARIZACION

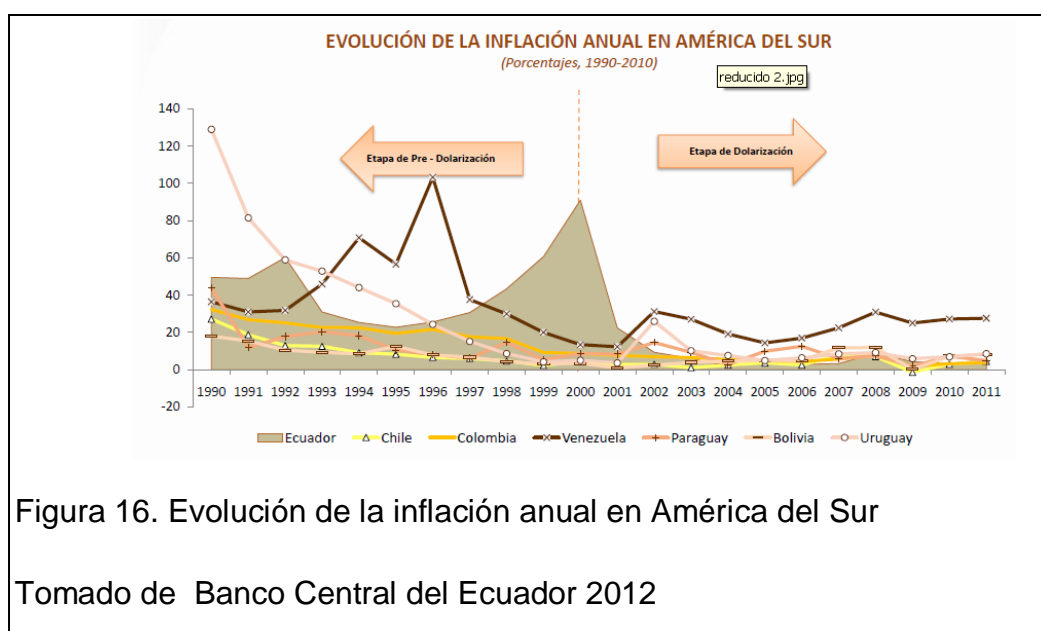
La dolarización en el Ecuador fue un proceso implementado desde enero del año 2000 por el ex presidente Jamil Mahuad, se adoptó esta medida con el fin de contrarrestar la crisis económica de los 90 donde se devaluó la moneda nacional de una manera abrupta, como consecuencia de la devaluación de la moneda nacional se llegó a valorarse 25000 sucres=1 dólar americano.

Actualmente el Ecuador maneja una moneda con alto poder internacional, los billetes son norteamericanos y la moneda es en parte circulante ecuatoriana, el dólar ha permitido mantener una estabilidad económica al país aceptable.

La dolarización ha sido importante para el desarrollo empresarial ya que ha permitido llamar la atención de la inversión en ámbito internacional y hacer negocios en el ámbito local.

En cuanto al endeudamiento y el acceso a créditos es más seguro y accesible para quienes deseen emprender o mejorar sus negocios ya que el peso de una moneda fuerte disminuye la especulación económica.

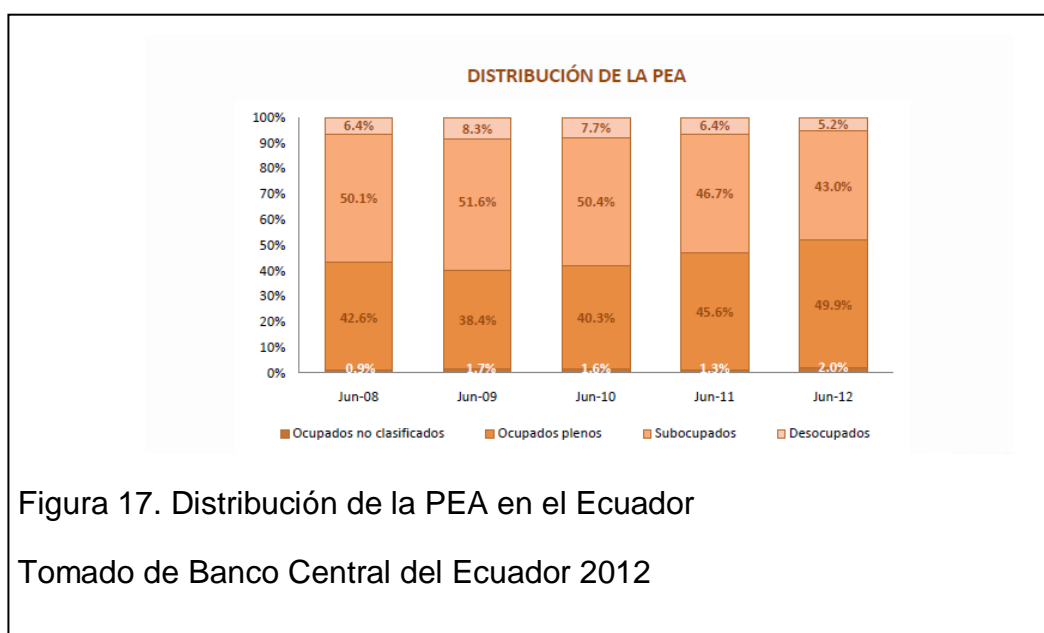
El siguiente cuadro refleja claramente la disminución de la inflación después de la etapa de dolarización:



3.2.1.1.5. MERCADO LABORAL

El estudio del mercado laboral ecuatoriano es sumamente importante de esta manera se puede determinar la realidad laboral del país. El Ecuador tiene 3 situaciones laborables: ocupados plenos, subocupados y el desempleo.

Actualmente el mayor porcentaje PEA (Población Económicamente Activa) son los ocupados plenos con un porcentaje de 49,9% seguidos por la los subocupados con 43% y al final los desempleados con un 5,2%.(Diario El Universo, 2012, La informalidad caracteriza al mercado laboral).En el siguiente cuadro se puede visualizar la distribución del mercado laboral ecuatoriano:



El índice de subempleo se debe tomar en cuenta seriamente ya que el alto porcentaje genera un mercado laboral ineficiente, entre subocupados y desempleados alcanzan porcentajes altos aumentando la pobreza en el país y disminuyendo la calidad de vida.

3.2.1.2. FACTOR POLITICO

EL gobierno ecuatoriano con relación al turismo ha dedicado una serie de recursos para el desarrollo, así mismo ha determinado que el Turismo es uno de los 5 principales ejes del desarrollo social del país.

El órgano político regulador de las Actividades Turísticas es el Ministerio de Turismo y su labor en cuanto a la mejora de este recurso ha arrojado resultados positivos para el Gobierno y los ciudadanos. Ecuador ha aplicado una política pública exitosa e innovadora desarrollando estrategias de promoción de Ecuador como destino turístico.

El desarrollo turístico ecuatoriano tiene como política una visión sostenible, es decir, propone una práctica de turismo responsable y consciente como se publica en la página web del Ministerio de Turismo del Ecuador. Además el Ministerio de Turismo ha desarrollado un Plan de Turismo con Visión para el año 2020, conocido también como PLANDETUR 2020 el cual se estableció en el 2006 y tiene como meta el desarrollo humano en conjunto con la preservación de la naturaleza.

La propuesta que tiene el Gobierno teniendo como institución responsable al Ministerio de Turismo es la siguiente:

- Fomentar un Turismo Consciente que promueva valores como la amistad, respeto, amor a la vida en base a la práctica turística.
- Crear un pacto de respeto de convivencia entre visitante, comunidades y patrimonios.
- Incrementar y estandarizar la calidad de los servicios turísticos acoplándose a parámetro internacionales.
- Establecer una promoción especializada de Ecuador como destino turístico de esta forma elevar la llegada de turistas al país.
- Incentivar y promocionar al turismo interno.

3.2.1.3. FACTOR SOCIO CULTURAL

Ecuador es una nación multiétnica y pluricultural, en el país figuran 3 razas mayoristas respectivas las cuales son:

- Mestizos.
- Indígenas.
- Afroecuatorianos.

En el Ecuador existen un gran número de tradiciones y fiestas que llaman la atención del extranjero, las manifestaciones tradicionales son típicas de este país, los ejemplos más claros son las siguientes tradiciones: el festival PawkarRaymi, Carnaval de Guaranda, La Fiesta de las Flores y las Frutas, La Fiesta del Coangue, la Diablada de Pillaro. Estas celebraciones son propias de etnias indígenas y de la comunidad donde se desarrollan también.

Ecuador actualmente se encuentra en el puesto décimo de competitividad comparado con otros 17 países en América, en esta evaluación se analizan factores sociales que benefician a los pobladores, los puntos que se estudian según el Diario El telégrafo (Diario El Telégrafo, 2012, Ecuador mejora en sus índices sociales) son: salud, educación, expectativas cumplidas de la población, competitividad empresarial, acceso a las TIC, necesidades básicas cubiertas, desarrollo institucional, infraestructura entre otros.

3.2.1.4. FACTOR DEMOGRAFICO

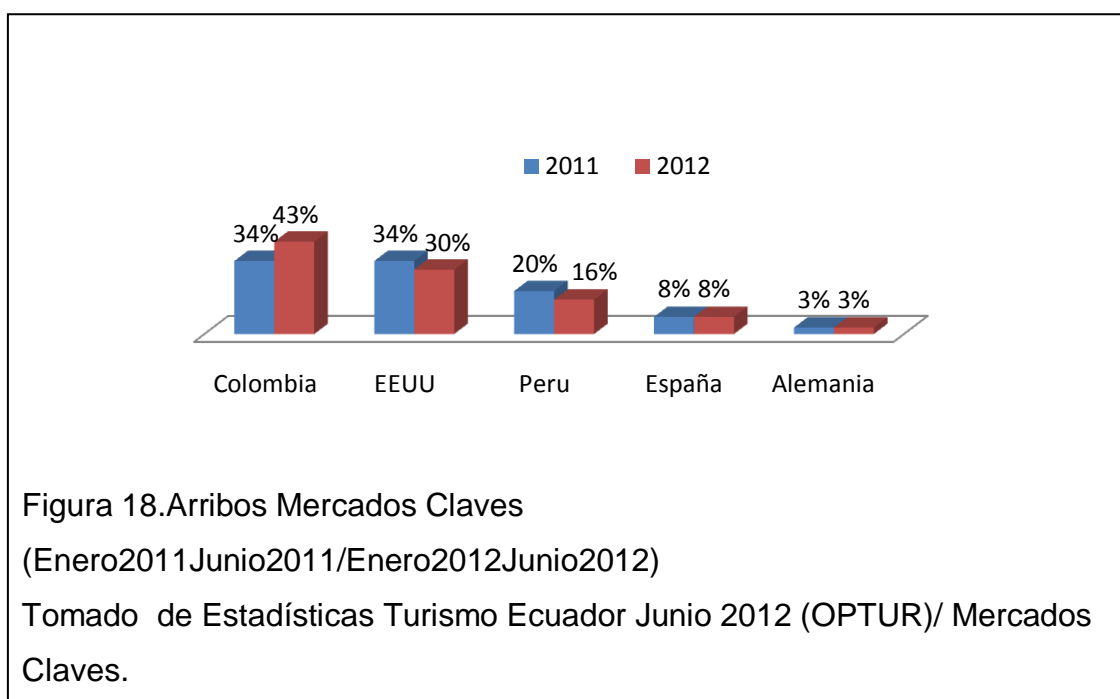
El Ecuador tiene una población de 14483499 de habitantes según el último censo del año 2010 (INEN, 2012), la mayor concentración de población está en las provincias del Guayas, Pichincha y Manabí.

Para AVCALSEG es importante conocer los factores demográficos directamente relacionados con la actividad turística para así determinar las oportunidades de negocio.

El turismo en el Ecuador es una actividad que aporta a la disminución de desempleo según el Ministerio de Turismo (Ministerio de Turismo, 2011, Barómetro Turístico, pp1) 90.502 personas se encuentran empleadas en empresas turísticas registradas hasta el año 2011.

El Ecuador tiene por meta mantener una participación de mercados alta, actualmente el país tiene 3 tipos de Mercados:

- Mercados Clave: Para el Ecuador los países con mayores arribos y considerados mercados claves son: Colombia, EEUU, Perú, España, Alemania.



- Mercados de Consolidación: Los países considerados como mercados de consolidación son Argentina, Chile, Canadá, Reino Unido, Brasil, Francia.

Tabla 7. Arribos Mercados de Consolidación

Enero 2012-Junio2012	
PAIS	NUMERO DE ARRIBOS
Argentina	28.213
Chile	22.980
Canadá	13.970
Reino Unido	10.146
Brasil	8.786
Francia	8.570
Italia	6.808
Holanda	5.610

Tomado de Estadísticas Turismo Ecuador Junio 2012 (OPTUR)/ Mercados de Consolidación

- Mercados de Oportunidad: Los países considerados como mercados de oportunidad son Venezuela, México, Suiza, Panamá, Bélgica, Costa Rica, Austria y ocupan el 6% de los arribos totales

Ecuador maneja una línea de productos turísticos específica, que se describe en el PLANDETUR 2020:

Tabla 8. Líneas de Productos Turísticos Ecuador

LÍNEAS DE PRODUCTOS TURÍSTICOS ECUADOR
Turismo Comunitario
Sol y Playa
Ecoturismo
Turismo de Aventura
Turismo de Salud
Agroturismo
Turismo de Convenciones y Congresos
Parques Temáticos
Turismo Cruceros

Tomado de Marzano, 2012, pp12

El Turismo ecuatoriano debe ser analizado en sus dos tipologías de demandas:

TURISMO RECEPTOR: Se estima que el gasto promedio de estadía del turista que ingresa al país es de \$1.213,54 por vía aérea sin tomar en cuenta el valor del boleto aéreo y \$405 si llega por medios terrestres. La variación de los gastos de quienes llegan al Ecuador se divide de la siguiente manera:

Tabla 9. Gasto del Turista receptor según el medio de traslado

MEDIOS DE TRASLADO/TIPO DE GASTO	ALIMENTACION	TRANSPORTE	ALOJAMIENTO	COMPRAS VARIOS	OTROS
AEREO	32,1%	9,2%	15,4%	20%	23,3%
TERRESTRE	31,9%	13,7%	23,5%	13,6%	17,3%

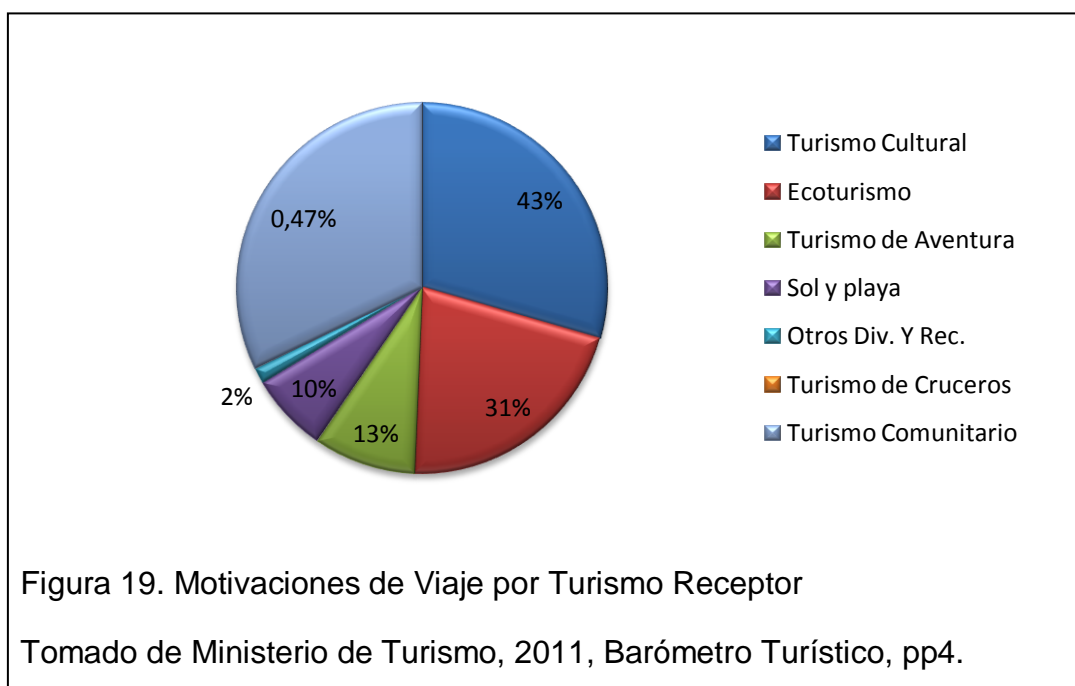
Tomado de Ministerio de Turismo, 2011, Barómetro Turístico, pp6.

Las motivaciones de viaje de quienes llegan al Ecuador por medio aéreo son: diversión y recreación 39,1%, visita a familiares 33,9%, Reuniones y Convenciones 22,3% además de atención médica, educación y formación, peregrinación.

El segmento terrestre tiene las mismas motivaciones que el segmento aéreo pero con diferentes porcentajes: Diversión y recreación 54,3%, visita a familiares 21% y 11% por Reuniones y Convenciones. (Ministerio de Turismo, 2011, Barómetro Turístico, pp4).

En ambos tipos de desplazamiento tanto por vía aérea como terrestre se puede distinguir que la motivación de viaje por Diversión y Recreación es la más alta, esta motivación es la que se involucra con el turismo directamente.

En el presente grafico se muestran el porcentaje de preferencias de viaje con relación a los Productos Turísticos por motivo de Diversión y Recreación:



Es importante para AVCALSEG conocer que el turismo de aventura abarca un 13% del total en motivaciones de viaje por turismo receptor, ya que en base a esta tendencia turística, se desarrolla la idea de negocio de la empresa.

En cuanto a la estadía promedio de quienes llegan por vía aérea es de 20,3 noches mientras tanto quienes lo hacen por vía terrestre es de 13,6 noches. En feriados principalmente y en temporadas altas por diversión y recreación la estadía promedio es de 7 noches.

Los destinos más visitados por no residentes son: Quito, Guayaquil, Galápagos, Cuenca, Ibarra, Salinas, Otavalo, Esmeraldas, Montañita, Baños de Agua Santa, Manta.

Los principales medios de información sobre viajes para los turistas no residentes son:

1. Referencias personales o de otros viajeros.
2. Agencias de viajes.
3. Internet.
- 4 Libros y otros.

TURISMO INTERNO: el turismo interno o emisor se comporta diferente al turismo receptor. Las ciudades que generan mayor flujo de turismo emisor son: Quito 23%, Guayaquil 22%, Ambato 4%, Machala y Manta con 2%.

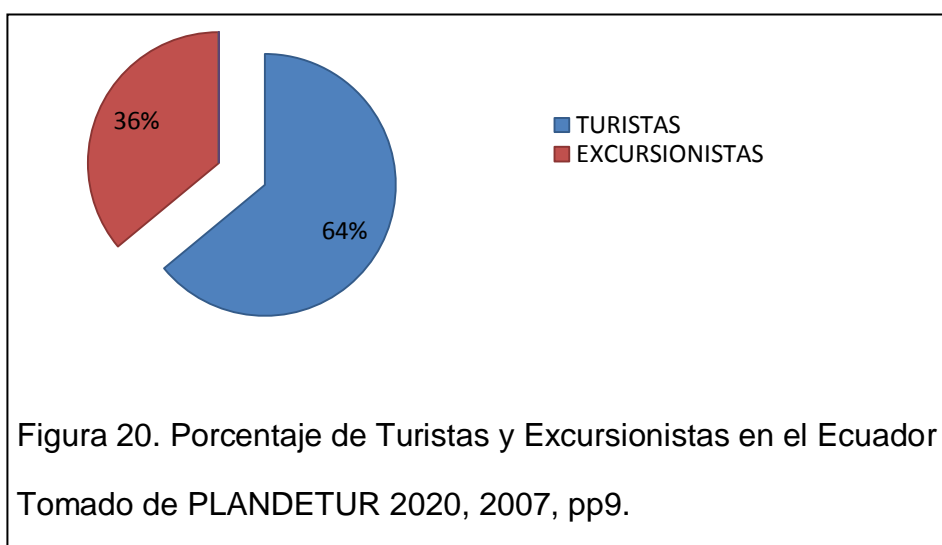
En el caso del turismo de Aventura tan solo representa un 0,3% del total de motivaciones de viajes por factor de Diversión y Recreación en lo que corresponde al mercado local.

El gasto promedio de un turista interno es de 32\$-38\$ y los distribuyen en diferentes servicios como alojamiento, alimentación, transporte, diversión en bares y discotecas, entre otros. Las actividades turísticas más frecuentes de los ecuatorianos residentes son: visitas a playas, atractivos naturales y balnearios.

Los medios de información y de organización de los turistas residentes son por medio de operadores turísticos y por cuenta propia. Un tema importante son los servicios turísticos complementarios que el turista interno no encuentra en el Ecuador los cuales son:

- Baterías Sanitarias
- Señalización
- Seguridad y Servicios turísticos

Según el PLANDETUR 2020 (PLANDETUR 2020, 2007, pp9) el turismo interno está compuesto de turistas en un 64% y excursionistas en un 36%, tomando en cuenta que se considera turistas a todo viajero que permanece mínimo una noche en el lugar visitado y excursionista es aquel visitante que no pernocta en el lugar visitado.



Los productos turísticos de Aventura más explotados y promocionados por el Ecuador que son mencionados en el inventario de productos específicos en el PLANDETUR 2020 para turismo son:

Tabla 10. Productos Turísticos de Aventura en el Ecuador

LUGAR	DEPORTE DE AVENTURA
ISLAS GALAPAGOS	BUCEO
BUCAY	CANYONING
TENA	RAFTING Y KAYAKING
BAÑOS DE AGUA SANTA	BUNGEE JUMPING, CABALGATA, RAFTING Y TREKKING
ISLA DE LA PLATA	TREKKING, OBSERVACIO DE AVES Y BALLENAS, BUCEO
QUILOTOA	TREKKING
AVENIDA DE LOS VOLCANES	ESCALADA, TREKKING Y CICLISMO DE MONTAÑA
AVENIDA DE LAS CASACADAS	CICLISMO DE MONTAÑA
MANTA	PESCA DEPORTIVA
MISAHUALLI	TREKKING
MONTAÑITA	SURF
SALINAS	PESCA DEPORTIVA
RIOS: TOACHI, PAUTE, NAPO, UPAN, AGUARICO, QUIJOS	RAFTING Y KAYAKING

Tomado de Marzano, 2012, pp29

3.2.1.5. FACTOR NATURAL

Este factor se relaciona conjuntamente con el desarrollo de un turismo sostenible para el Ecuador, tomando en cuenta la biodiversidad del país y las áreas naturales que este mismo tiene. Actualmente el Ecuador tiene 36 áreas naturales pudiendo ser: reservas ecológicas, marinas y demás áreas de preservación según el tipo de categoría. La extensión de áreas naturales en el país es de 141324km² es decir el 18,55% del total de territorio nacional, estas áreas se encuentran distribuidas en todas las provincias del Ecuador.

En estas áreas y lo que respecta al inventario natural del país se puede visualizar: Bosques tropicales y nublados, ríos y lagunas, playas y mares y una variedad increíble de flora y fauna.

Las islas Galápagos han sido el eje para la partida de acciones de preservación de la naturaleza ecuatoriana. La gente convive con la flora y fauna del país en un entorno natural armónico lo que genera a que los negocios, conlleven responsabilidad con el medio natural que se desarrollan.

El espacio natural protegido del Ecuador permite brindar facilidades en servicios a los turistas convencionales y a los aventureros quienes se llevan más por la tendencia de atractivos menos explorados. El obtener beneficios y resultados económicos positivos ha generado la necesidad de explotación de recursos para grupos políticos y privados amenazando la conservación de la naturaleza.

El turismo en ciertas condiciones es contraproducente para el ambiente es por eso el objetivo de fomentar buenas prácticas en la operación de los negocios.

3.2.1.6. FACTOR TECNOLÓGICO

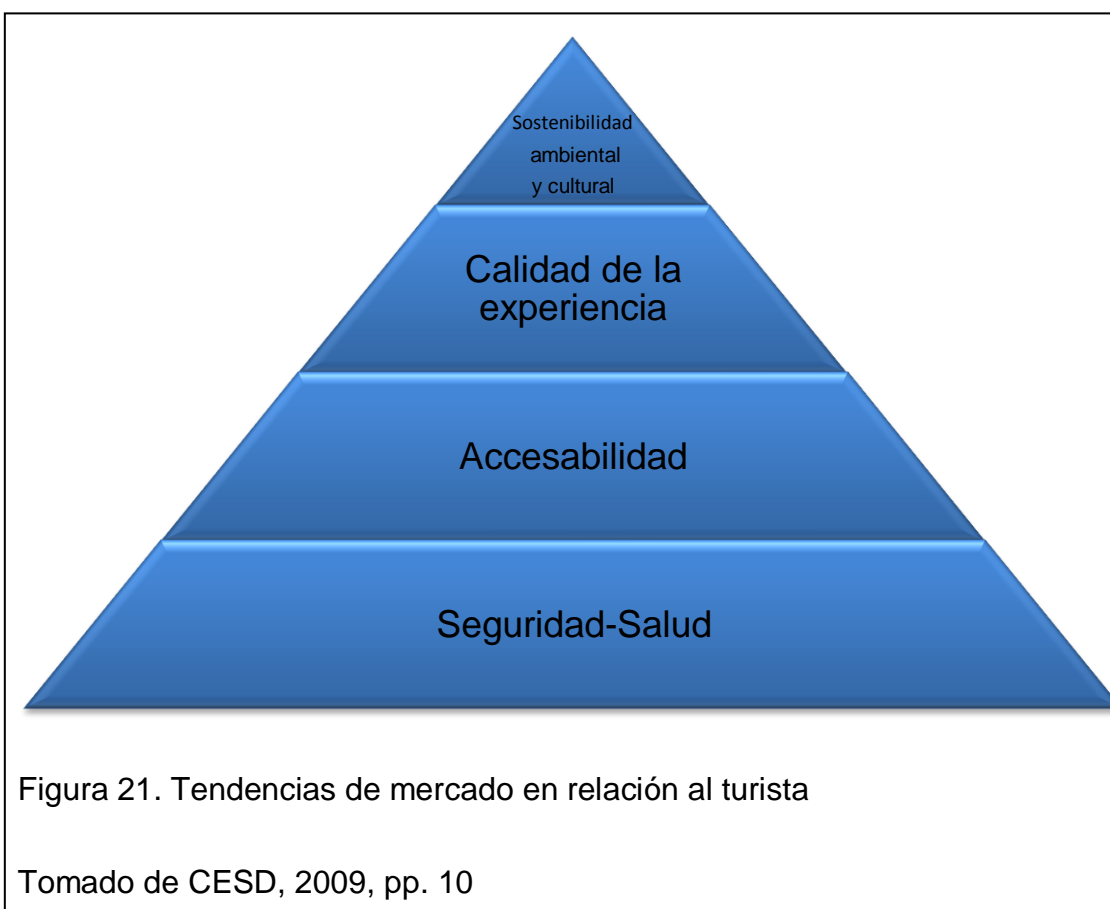
Según la OPTUR (OPTUR, 2011, Las nuevas tendencias en el turismo: la tecnología y la sustentabilidad) la industria turística se acopla a los cambios en

el comportamiento de los turistas en respuesta a los recursos tecnológicos de hoy en día.

La industria turística se acopla seriamente a los cambios, la web es el inicio del desarrollo tecnológico del turismo. Interfaces intuitivas ya están acopladas en los buscadores de servicios turísticos.

La promoción turística junto a la tecnología está teniendo cambios muy grandes, generando como primer índice la reducción de compra de servicios turísticos en las agencias de viajes y tour operadores debido a la creciente compra por medio del internet esto se debe a la gran cantidad de opciones para vender y categorizar un producto turístico, mediante redes sociales de turismo y portales de venta de productos.

3.2.1.7. TENDENCIAS DE MERCADO EN RELACIÓN AL TURISTA



Esta pirámide refleja los aspectos más importantes en la decisión de compra de los turistas, esta pirámide determina que los consumidores se basan en la seguridad, salud y precio para comprar algún servicio o producto turístico, tendencias que son favorables para la empresa AVCALSEG ya que esta misma tiene la misión de crear estándares de seguridad para el turismo de aventura, además de desarrollar la calidad de servicios de quienes ofrecen esta tendencia turística. (CESD, 2009, PP.10)

3.2.2. MICROAMBIENTE

Es el conjunto de factores que son controlados y analizados por la empresa, mediante este análisis se puede determinar las fortalezas y debilidades del proyecto. Son las fuerzas internas de la empresa. Este análisis es sumamente importante para la empresa de esta manera podemos verificar el estado y las decisiones que se debe tomar con respecto a:

- Clientes
- Competidores
- Proveedores

3.2.2.1. CLIENTES

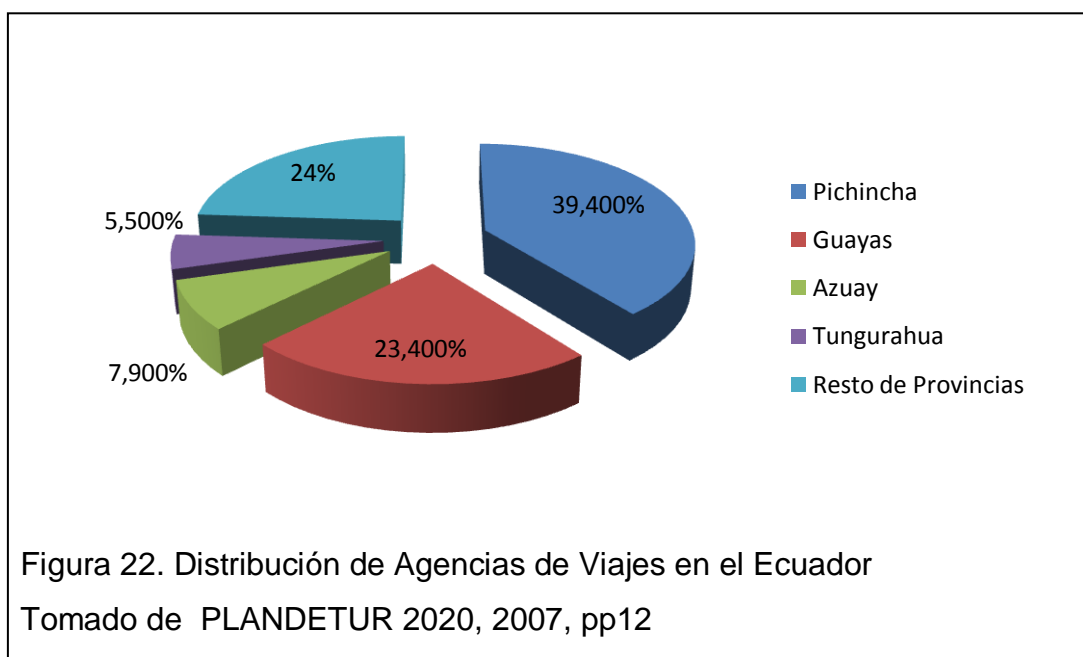
Los clientes de la empresa AVCALSEG son directamente empresas prestadoras de servicios de turismo aventura, legalmente constituidas, cumpliendo el Reglamento General de Aplicación a la ley de Turismo. Los clientes a las cuales certificará AVCALSEG deben elevar sus altos estándares de calidad lo que incluye infraestructura, servicio, seguridad, guías y sobre todo con quienes estén involucrados en la conservación de la naturaleza.

Sus clientes pueden ser:

- Operadores de turismo.
- Agencias de viajes.
- Guías especializados en turismo de aventura.

- Embarcaciones cuyos paquetes ofrezcan deportes de aventura.
- Lodges turísticos.

En el Ecuador según el Barómetro Turístico 2011 del Ecuador existen 1386 Agencias de Viajes distribuidas en 4 provincias principalmente. Este dato comprende agencias de viajes, agencias de viajes duales y tour operadoras



De esta distribución la mayor cantidad de agencias de viajes a nivel nacional se encuentran en las ciudades de Quito y Guayaquil.

3.2.2.1.1. OPERADORES DE TURISMO

Los operadores de turismo de aventura serán los clientes principales y estrellas de la certificadora AVCALSEG, dentro de la cartera de clientes que tiene la empresa en este tipo de clientes se encuentra una gran cantidad de agencias operadoras de turismo de aventura que no se encuentra legalmente constituidas, lo que da como resultado para AVCALSEG la eliminación de estos clientes de su cartera de negocios.

3.2.2.1.2. AGENCIAS DE VIAJES

Serán clientes potenciales todas las agencias de viajes que ofrezcan y operen Tours que involucren deportes de Aventura, específicamente serán agencias de viajes con dualidad. Estas agencias serán líderes en el mercado.

El Ecuador tiene un gran número de agencias duales las cuales son tomadas en cuenta en la cartera de clientes de la empresa.

3.2.2.1.3. GUÍAS ESPECIALIZADOS EN TURISMO DE AVENTURA

Son clientes sumamente importantes todos los guías turísticos en el Ecuador que deseen participar para ser calificados y certificados acreditando sus conocimientos científicos y prácticos para un desarrollo de competencias laborales.

Los guías turísticos objetivos a certificar son aquellos cuyo negocio se basa en la guianza que impliquen deportes de aventura. En el Ecuador según el Ministerio de turismo (Ministerio de Turismo, 2011, Barómetro Turístico, pp10) existen alrededor de 3060 guías turísticos los cuales son clientes claves para AVCALSEG

3.2.2.1.4. EMBARCACIONES CUYOS PAQUETES OFREZCAN DEPORTES DE AVENTURA

Toda embarcación turística en el Ecuador en cuyos paquetes de servicios se ofrezca actividades de turismo de aventura y deportes extremos.

Este mercado se encuentra ubicado principalmente en la región Insular del Ecuador- Galápagos. En esta región tenemos la posibilidad de certificar embarcaciones como:

- Barcos de Crucero
- Yates de Lujo, Primera Clase y Clase Turista
- Cruceros de Bucero

Además en la región Amazónica existe un cliente muy peculiar:

Manatee Amazon Explorer: Esta es una embarcación fluvial muy innovadora en el Ecuador, que atrae a muchos turistas extranjeros, generalmente estos turistas son viajeros expertos. Esta embarcación de primera clase ofrece a sus viajeros la opción de practicar actividades de aventura como:

- Caminatas
- Excursiones
- Viajes en canoa

Casi la totalidad de embarcaciones turísticas se encuentran en la provincia de Galápagos y según Alejandra Ordoñez (Ordoñez, Determinación de la oferta actual y potencial del sector turístico en las islas Galápagos pp24) se registra un total de 84 embarcaciones debidamente legalizadas funcionando con patente de operación turística.

3.2.2.1.5. LODGES TURÍSTICOS

En el Ecuador existen un gran número de Lodges que operan o intermedian sus actividades directamente con personal propio de la empresa, generalmente dentro de su nomina contratan guías turísticos permanentes.

Para la empresa AVCALSEG estos clientes tienen una gran importancia, debido a que se certificara las actividades de turismo de aventura que estos establecimientos operan además de todos los sistemas y procedimientos de los Lodges.

3.2.2.2. COMPETIDORES

Es importante conocer el mercado de competencia que tiene la empresa AVCALSEG, de esta manera se puede generar estrategias de mercado para obtener ventajas competitivas.

En el caso de la empresa AVCALSEG se ha realizado un análisis profundo de la diversidad de competidores y como resultado se ha obtenido que no existe un competidor que ofrezca el mismo producto con la misma filosofía de la empresa, es decir no se tiene a disposición en el Ecuador una empresa certificadora-auditora de calidad y buenas prácticas de turismo de aventura.

Aun así a pesar de no tener un competidor con el mismo producto, tiene una competencia directa con 2 empresas específicamente, las cuales están dedicadas a certificar actividades y personal que se involucra con la industria del turismo.

Estas empresas son:

- **Certified CYD** (Conservación y Desarrollo): es una empresa con sede en la ciudad de Quito creada con la finalidad de certificar, auditar y verificar 3 programas de Turismo Sostenible: Smart Voyager, GLOBALGAP y Rainforest Alliance Certified. Es una de las empresas líderes en certificación en el Ecuador y tienen una gran influencia en el ámbito internacional debido a su sello de calidad Smart Voyager el cual ha sido reconocido por organizaciones internacionales.

Esta empresa certifica operaciones turísticas como: hoteles, embarcaciones turísticas, aerolíneas, agencias de viajes entre otras. Su filosofía es el desarrollo sostenible del negocio mediante el cumplimiento de los estándares que sus certificaciones establecen.

Esta empresa se debe tomar en cuenta como un competidor influyente ya que el desarrollo del sello de calidad Smart Voyager ha sido muy bien preparado, promocionado y explotado teniendo hoy en día un reconocimiento y demanda internacional.

Los turistas extranjeros al ser más especializados buscan productos turísticos certificados en este caso una gran cantidad de viajeros conocen el sello de certificación Rainforest Alliance y el sello Smart

Voyager, los cuales llaman la atención de quienes demandan opciones turísticas, es por eso que los establecimientos turísticos se han adaptado para poder calificar a estas certificaciones y en el Ecuador las empresas turísticas han mejorado sus sistemas y prácticas para ser acreedores de estos sellos.

- **QUALITUR:** es una corporación encargada a la certificación de competencia laboral para trabajadores de la industria turística, QUALITUR tiene su sede en Quito pero trabaja con 2 unidades tanto en Quito como Guayaquil. Es una empresa privada con un gran apoyo de entidades como: la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo, Cámara de Turismo de Pichincha, Cámara de Turismo del Guayas, Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo (OPTUR), Corporación para el Desarrollo de la Provincia del Guayas.

Actualmente tiene inscritos 1643 clientes distribuidos en certificados y por certificar, estos procesos están clasificados por diferentes sectores de la industria turística como: Alimentos y bebidas, operación turística, alojamiento, otras competencias.

La empresa QUALITUR fundamenta sus principios y valores en la norma ISO/IEC 17024:2003.

Esta empresa es un competidor a considerar ya que al certificar personas para trabajar en la industria turística llama la atención de las empresas de este mismo ámbito, además tienen un servicio similar al de AVCALSEG, el cual se refiere a certificar Guías Turísticos Especializados para Turismo de Aventura.

3.2.2.3. PROVEEDORES

La empresa AVCALSEG se maneja con una lista de proveedores que abastecerán de los recursos necesarios para la cubrir las necesidades operativas de los empleados. En la siguiente tabla se visualiza los proveedores con los cuales trabajara AVCALSEG:

Tabla 11. Proveedores AVCALSEG

EMPRESA	SERVICIO	DIRECCIÓN
Grupo tv cable	Internet corporativo.	Guayaquil V.E. estrada 119 y bálsamos.
Compusoluciones	Servicio técnico, Reparación de Computadores.	Eloy Alfaro Lote 1-B y Juan Molineros Esquina 2Do Piso.
Papelería Onerom	Suministros de oficina, papel para copiadora e impresión.	Polonia n31-92 y Vancouver.
Novicompu	Venta de Computadoras y accesorios.	C.C. El Caracol - Local 108
Aluminar	Fabricación de Ilumino y Vidrio	Vargas N13-142 y Arenas
Multimuebles	Muebles y equipos para oficina	AV. América N29- 72 y Acuña

3.3 INVESTIGACION DE MERCADOS

3.3.1 DEFINICION DEL PROBLEMA

El escenario muestra que hoy en día toda empresa debe buscar mejorar sus sistemas e implementar mecanismos de autorregulación, esto se debe a que en la actualidad el usuario está más capacitado y busca las mejores referencias en cuanto a empresas de turismo de aventura, en muchas ocasiones sin importar la diferencia de precios.

El viajero de hoy en día investiga todas las variables previamente a su viaje es decir:

- Precio de los Servicios
- Calidad de los Servicios
- Referencias de los Servicios
- Servicios Complementarios

Además es importante conocer la tendencia de búsqueda del viajero en cuanto a opciones sostenibles, la cual es una forma de desplazamiento turístico impulsada y practicada los últimos años, incentivando a los empresarios turísticos a implementar prácticas y productos sostenibles.

Un turismo de aventura consciente, responsable, y sostenible exige calidad de servicios, equipos e instalaciones seguras y adecuadas, personal de servicio y guías turísticos altamente capacitados, servicios complementarios como seguros de accidentes y asistencias, servicios post venta, productos turísticos sostenibles y precios justos.

3.3.2. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

Desconocimiento de la aceptación de las empresas operadoras de turismo de aventura en relación a la propuesta de un modelo de negocio de una certificadora turística ecuatoriana con base a las tendencias de mercado globales enmarcadas en el cumplimiento de altos estándares de calidad y sostenibilidad.

3.3.3 DETERMINACION DE OBJETIVO

Determinar mediante una investigación cualitativa las necesidades de los negocios turísticos de aventurera y la factibilidad de implementación de la empresa certificadora AVCALSEG CIA LTDA analizando principalmente el grado de aceptación del proyecto.

3.3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

La recopilación de datos de la investigación de mercado descrita anteriormente será por medio de fuentes secundarias, como por ejemplo: investigaciones científicas del Ministerio de Turismo, PLANDETUR 2020, manuales de certificaciones de Rainforest Alliance, entre otros. Además se utilizara como fuente primaria para desarrollar el proyecto una técnica de investigación de mercados conocida como entrevista en profundidad o entrevista con expertos.

3.3.5 INFORMACION PARA EL PROYECTO DE FUENTES SECUNDARIAS

Las empresas certificadoras a nivel mundial certifican 50 empresas del total del mercado, es decir, se estima que tan solamente abarcan entre un 1%-5% de ocupación del mercado (CESD, 2009, pp.8). La empresa AVCALSEG en base a este dato establece un porcentaje de participación en el mercado del 5% teniendo en cuenta que es el porcentaje de ocupación máximo para el tipo de negocio

Los programas de certificación según CESD (CESD, 2009, pp.11) no cubren todos sus gastos con el cobro de tarifa por uso del sello, se debe implementar diferentes alternativas para cubrir gastos y generar utilidad para la empresa, en lo expuesto se determina que se genera ingresos de la siguiente forma:

- Tarifa de inscripción y solicitud.
- Evaluación y diagnóstico (auditorías).
- Auditorías por terceros.

- Tarifas de membresía anual o mensual.
- Tarifas por renovación.

La empresa AVCALSEG establece el cobro de solicitud para ingresar al programa de certificación, auditorías por parte de los expertos de la empresa, tarifa de membresía y renovación.

El margen de utilidad bruta de los negocios destinados a las certificaciones turísticas no supera el 50% los primeros años (CESD, 2009, pp. 10). En cuanto a costos permanentes en los emprendimientos de certificaciones turísticas CESD (CESD, 2009, pp. 28-32) establecen los siguientes costos:

- Personal: compuestos de empleados y auditores.
- Recursos de información: talleres de capacitación y materiales.
- Gastos de oficina.
- Consultorías externas.
- Reuniones del comité de certificación.
- Publicidad y promoción.

La empresa AVCALSEG tendrá estos gastos incorporados en su operación a excepción de las consultorías externas.

3.3.6 ENTREVISTA CON EXPERTOS

Esta técnica de investigación de mercados según CEEI GALICIA, S.A. (CEEI GALICIA, S.A, 2010, pp.30), consiste en una entrevista profunda con el objetivo de obtener información del tema que está desarrollando el entrevistador y del cual el entrevistado es un experto en la materia. La entrevista con expertos permite el desarrollo de la hipótesis. Se puede determinar varios obstáculos que puede presentar el proyecto en relación a: los clientes, empresas, proveedores, competidores.

Para desarrollar una entrevista con expertos de éxito se debe cumplir las siguientes normas según CEEI GALICIA, SA:

Tabla 12. Normas entrevista con expertos

Normas entrevista con expertos	Descripción
Abordar gradualmente al interrogado	El entrevistador debe crear un momento de amistad, identificación y cordialidad con el entrevistado.
Entrevistado debe sentirse seguro o locuaz	El entrevistador debe ayudar al entrevistado en la secuencia de la entrevista generando confianza.
Dejar concluir el relato del entrevistado	El entrevistador debe ayudar al entrevistado concretando con fechas y hechos.
Formular preguntas comprensibles	Evitar realizar preguntas de carácter privado o personal.
Entrevistador espontaneo y franco	No se debe poner en práctica una actitud que genere rodeos en la entrevista.

Tomado de CEEI GALICIA, S.A, 2010, pp.30-31

3.3.7 RESULTADO DE LAS ENTREVISTAS

Se realizo tres entrevistas a expertos obteniendo puntos de vista similares en relación a la factibilidad del negocio y las necesidades existentes en cuanto al turismo de aventura del Ecuador. Los tres expertos coinciden que el turismo de aventura es una actividad que se ha desarrollado empíricamente en el Ecuador, y que este país ofrece un sin número de variedades para el turista. Los deportes de aventura mas practicados según los señalados por los entrevistados son los que se establecen en la norma técnica de deportes de aventura del Ecuador.

En cuanto al impacto que genera esta tendencia turística en la naturaleza los entrevistados determinan que el turismo de aventura no comprende un turismo

masivo y que el impacto ambiental es sumamente pequeño, pero esto no quiere decir que no lo exista, Walter Ocaña especifica en la entrevista realizada que el desgate de flora es un impacto ambiental existente por la práctica de esta actividad. Los sitios turísticos que ofrecen mayor variedad en deportes de aventura y los cuales tienen mayor llegada de turistas aventureros para los tres expertos son: Mindo, Baños, Galápagos y la Amazonia.

Para lo que comprende al éxito de crear negocios turísticos de aventura los tres expertos creen que es una buena alternativa de negocio pero la modalidad de operación de este negocio en criterio de los entrevistados es diferente, Verónica Román sostiene la especialización de actividades de Aventura para los negocios, mientras que los Alejandro Barros y Walter Ocaña determinan que el éxito se encuentra en la oferta de la gama completa de deportes de aventura

Los tres entrevistados determinan en las entrevistas realizadas la gran importancia de la seguridad en los deportes de aventura y además que es obligatorio considerar factores como equipamiento e infraestructura en el desarrollo de esta actividad. Una variable muy peculiar fue señalada por la entrevistada Verónica Román y es que el empresario turístico debe probar la actividad para venderla de esta forma el será el primer agente que certifique el producto.

En cuanto a la opinión de los entrevistados acerca del control que establece el Ministerio de Turismo del Ecuador hacia los deportes de aventura en este país, los tres concuerdan que no existe control alguno, que la práctica de deportes de aventura se encuentra a libre albedrío. Para Alejandro Barros y Verónica Román el Ministerio de Turismo no cuenta con los recursos necesarios para certificar al turismo de aventura, además que el personal no es capacitado para certificar.

Walter Ocaña sostiene que el proceso de especialización de esta actividad tiene ya 10 años y que al momento de posicionarse completamente el

Ministerio de Turismo debe actuar inmediatamente para mejorar la calidad de servicios. Tanto Alejandro Barros como Verónica Román en cuanto accidentes en turismo de aventura mencionan el caso de la muerte de Julia Musailova en Mindo. Walter Ocaña señala que en el ámbito del Montañismo han desaparecido muchas personas y además la falta de control ha causado la muerte de algunos deportistas de aventura.

Para los 3 expertos los deportes de aventura debe tener sus estándares de calidad específicos ya que la especialidad y dificultad es diferente para cada uno de los deportes. Como resultado de las opiniones de estos tres expertos sostienen que los turistas extranjeros son los más interesados en adquirir opciones turísticas certificadas, para sustentar estos comentarios y dar un apoyo científico mas fuerte al proyecto Walter Ocaña nos indica que el turismo de aventura en el Ecuador está en el tercer puesto como oferta turística al extranjero es decir que los turistas extranjero son quienes exigen la calidad del turismo de aventura.

Los entrevistados creen que todo negocio debe tener estándares de seguridad, planes de respuesta a emergencias, aceptación de riesgos, planes de prevención debido a que esto mejora la calidad y disminuye la posibilidad de riesgo. Alejandro Barros determina que además de los estándares y planes descritos anteriormente se debe tener planes de contingencia, planes de evacuación y asistencia emocional al turista.

Las certificaciones sin duda para los tres entrevistados mejoran la calidad, reorganizan y establecen procesos adecuados para la operación de los negocios, crean un prestigio en la empresa y en la mayoría de los casos permiten a las empresas mejorar sus ingresos económicos. Un punto de vista un poco diferente en cuanto a ingresos económicos lo expone Walter Ocaña conforme a la situación actual de negocios turísticos de aventura en el Ecuador, nos explica que los negocios turísticos en el Ecuador son emprendimientos pequeños y que el éxito de la certificación turística de

aventura consiste en manejar precios competitivos que permitan a estos negocios adquirir la certificación.

Alejandro Barros y Walter Ocaña especifican que para los negocios turísticos de aventura grandes la certificación turística ya se convierte en una obligación más que en una opción. Verónica Román nos dice que la certificación turística de aventura privada puede traer grandes beneficios ya que es comprobable la honestidad y especialización de los procesos de la certificación.

CAPITULO IV.- PLAN DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN

4.1 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING DE LA EMPRESA

La empresa AVCALSEG va cumplir sus objetivos de ventas en el corto y mediano plazo, estableciendo 3 estrategias de ventas desarrolladas por Michael Porter (Ogayar, ESTRATEGIAS GENÉRICAS COMPETITIVAS, pp. 3-14).



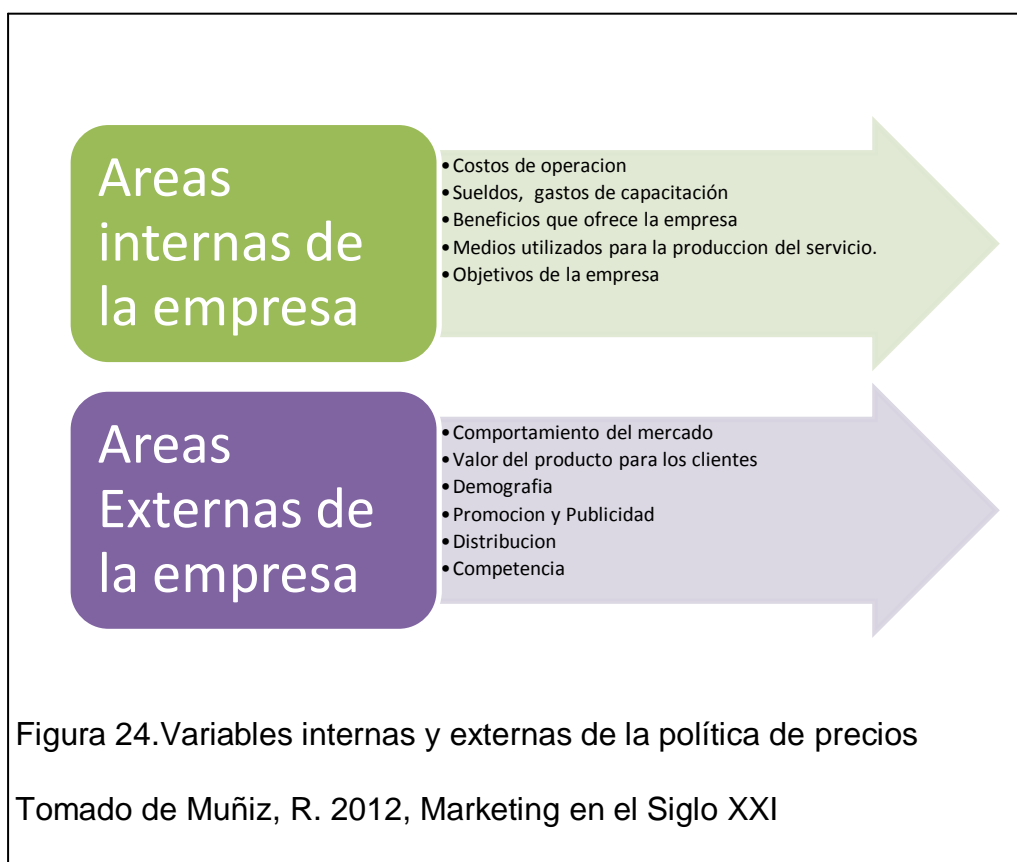
Figura 23. Estrategias de Marketing de AVCALSEG

Tomado de Manuel Aranda Ogayar, ESTRATEGIAS GENÉRICAS COMPETITIVAS

4.2 POLÍTICA DE PRECIOS

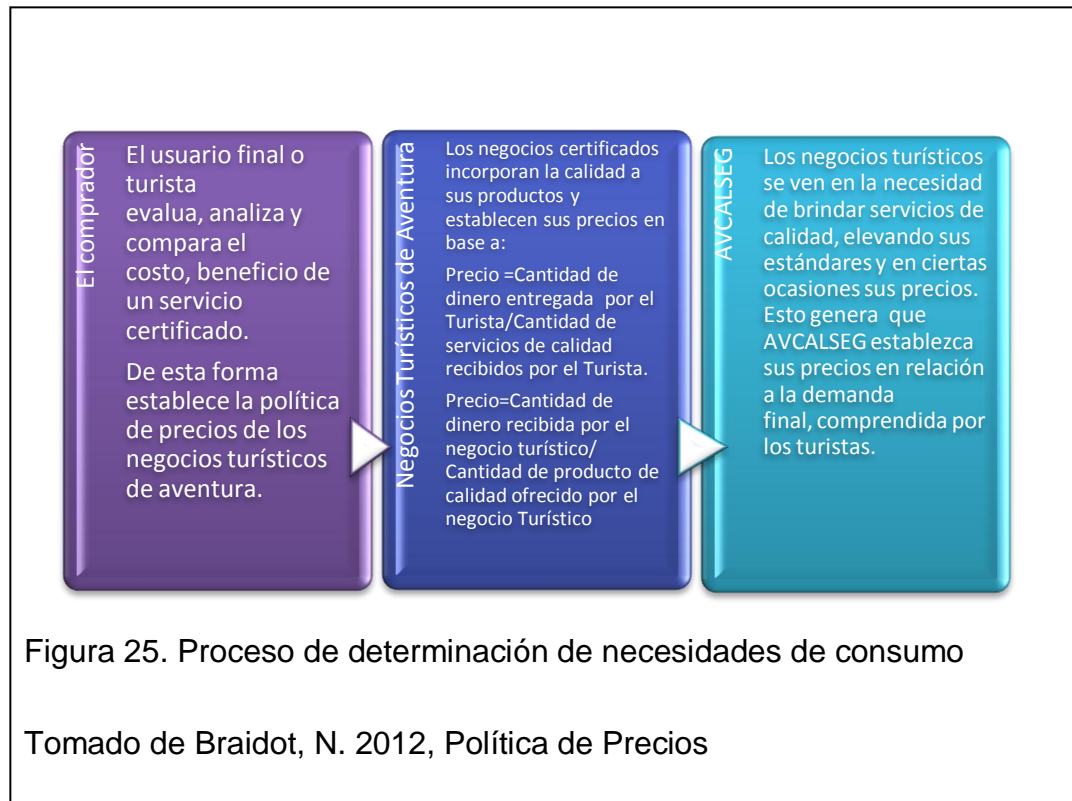
La empresa debe tener en cuenta varios factores que influyen en la toma de decisiones con respecto a la fijación de precios, esta variable de marketing se relaciona profundamente con la política comercial de la empresa según Muñiz (Muñiz, Marketing en el Siglo XXI, 2012).

Los variables de las áreas internas y externas de la empresa que influyen en la política de precios de AVCALSEG son los siguientes:



Además el futuro cliente analiza variables objetivas y subjetivas que determinan la aprobación o desaprobación del producto y servicio de AVCALSEG.

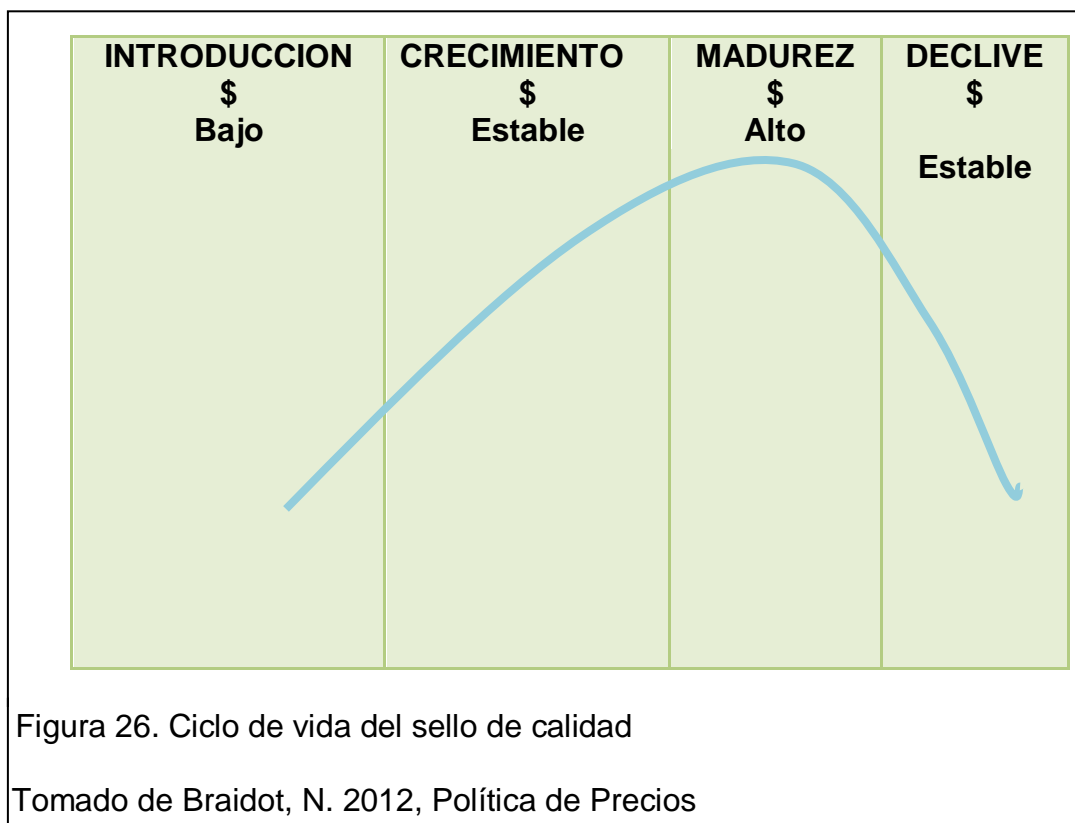
Los usuarios finales del turismo es decir los turistas deben ser analizados ya que ellos serán los que exijan el producto certificado, en base a ellos también AVCALSEG establece sus políticas de precios donde se determina lo siguiente:



En síntesis las políticas de precios de AVCALSEG son en base ha:

- Factores que influyen en las áreas internas y externas de la empresa.
- Comportamiento, capacidad económica y necesidades del turista aventurero
- Necesidades de los clientes directos de la empresa

4.2.1. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO CON RELACION AL PRECIO



El producto ingresara al mercado con un precio bajo en comparación con la competencia, de esa manera se podrá tener una ventaja competitiva de costos bajos, en la etapa de crecimiento se estabilizara el precio conforme a la demanda del mercado.

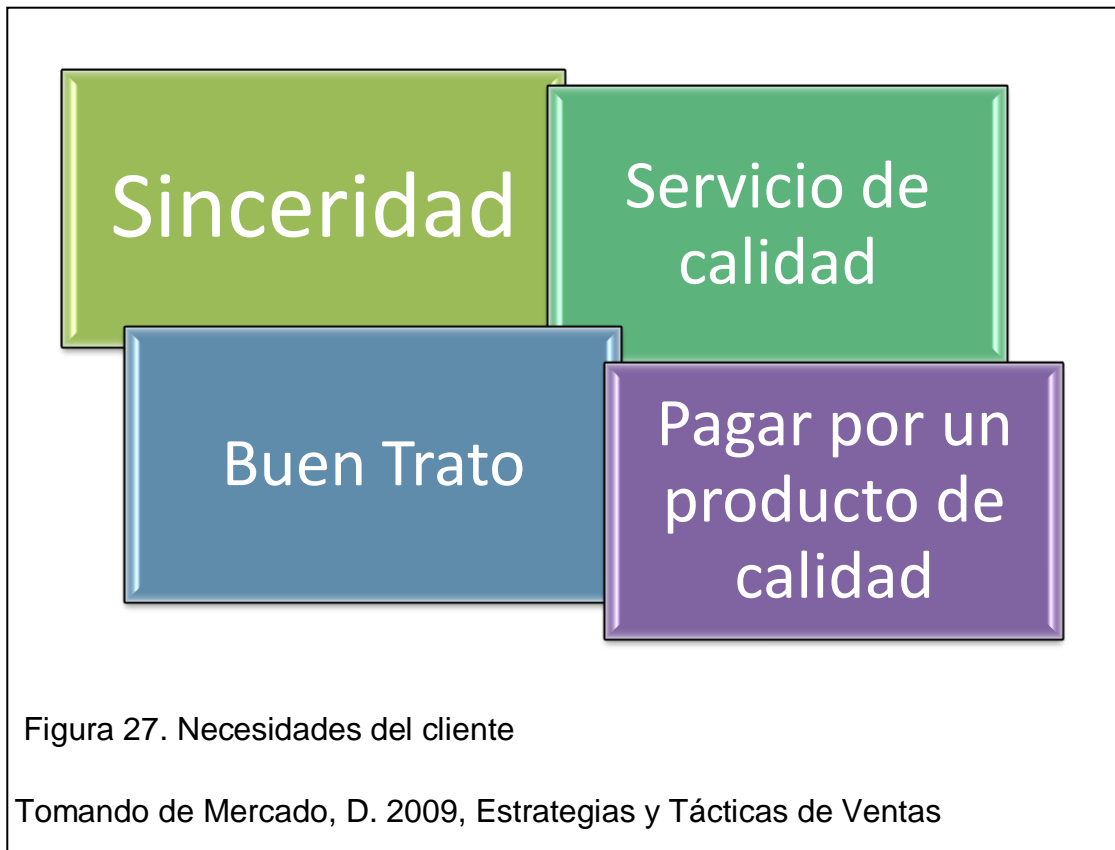
Para la etapa de madurez del producto, el precio se elevara por consecuencia de la calidad del producto, la demanda del sello y el posicionamiento en la mente de los turistas. Generando una relación que abarca lo siguiente:

Mayor calidad= Mayor Precio

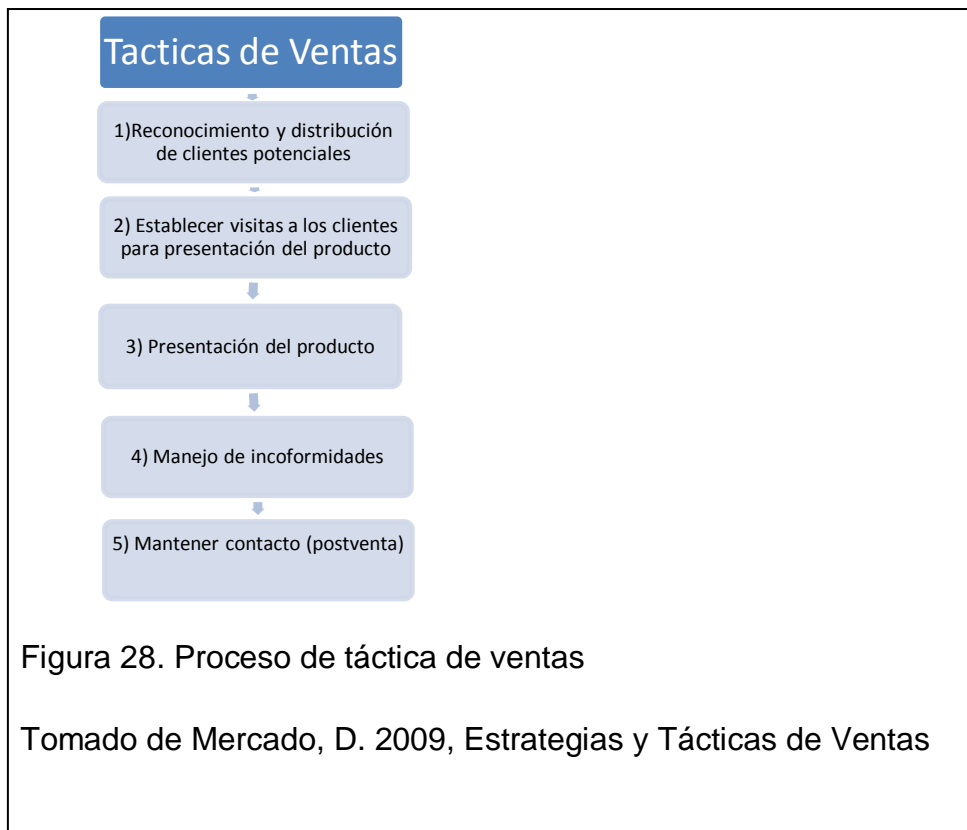
En la etapa de declive del producto como estrategia estabilizara precio tomando como referencia el valor utilizado en la etapa de crecimiento de esa manera se mantendrá a los clientes y se llamara la atención de nuevos.

4.3. TACTICAS DE VENTAS

AVCALSEG determina que el sello de calidad que ofrece a sus clientes es un producto que se gestiona mediante un servicio. Para generar tácticas de ventas que arrojen resultados positivos a la empresa en el corto y mediano plazo la empresa considera las necesidades del cliente:



El proceso de táctica de ventas que va seguir AVCALSEG para capturar a nuevos clientes es el siguiente:



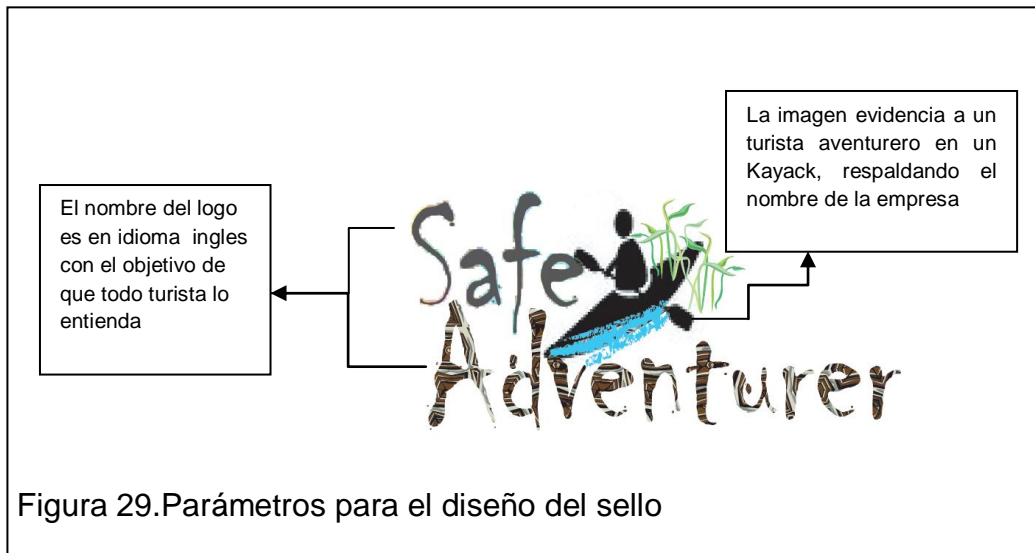
4.4. PROMOCION Y PUBLICIDAD

La certificación de AVCALSEG no garantiza desde el principio incremento en el volumen de ventas para los clientes de la certificadora; la implementación de un servicio de calidad conlleva un mayor prestigio del negocio y reconocimiento de los turistas. La eficiencia de la empresa certificada tiende a aumentar, los costos se reducen y el manejo administrativo es mucho mejor, es por eso que en un periodo de tiempo los resultados económicos son positivos. (Center for Ecotourism and Sustainable Development [CESD], 2009, pp. 24).

El marketing viral es la primera herramienta de promoción tanto clientes o usuarios finales, guías de turismo, medios de comunicación y los mismos operadores de turismo podrán sugerir a la certificación de turismo de aventura de AVCALSEG.

Es de gran importancia tener una imagen clara de lo que se quiere dar a conocer al cliente, el sello turístico según CESD (CESD, 2009, pp.4) debe

tener un nombre y logo entendible, además de un diseño que transmita el mensaje del programa de certificación.



4.4.1. PUBLICIDAD BTL

- La herramienta más poderosa de promoción de la empresa, son las presentaciones del producto destinadas directamente a los clientes, exponiendo el proyecto de certificación y beneficios del producto (conferencias, presentaciones, seminarios, lanzamiento)
- Desarrollo y creación del sello SAFE ADVENTURER en las redes sociales: Facebook, Twitter.
- La empresa AVCALSEG desarrollara su propia página web donde expondrá los beneficios del programa de certificación, además de todos los servicios de la empresa.
- Los guías turísticos usaran a la vista su credencial de guía turístico certificado.



Figura 30. Credencial de Guía Certificado SAFE ADVENTURER

- Además las empresas certificadas deben comentar a sus clientes sobre la certificación y cómo funciona el programa.
- Las empresas certificadas en lo posible utilizaran el sello SAFE ADVENTURER en el equipamiento e infraestructura que utilicen.
- Las empresas certificadas deben incorporar el uso del sello de calidad en la mayoría de su señalética.
- AVCALSEG determina que las empresas certificadas deben implantar y crear un enlace en su sitio web con relación al sello.
- Las empresas certificadas tiene el deber de aplicar el logo SAFE ADVENTURER en todos sus materiales de publicidad impresos.
- Publicidad en 2 vallas publicitarias por un mes: una en la ciudad de Quito y la otra en la ciudad de Guayaquil.
- Publicidad en la Revista Online Gratuita sobre Turismo, Cultura y Medio Ambiente de Ecuador, Ecuador Virtual Magazine

4.4.2. PUBLICIDAD ATL

- Publicidad en libros de guía de Viaje: Hunter Travel Guides para Ecuador y las Galápagos.
- Publicidad en el boletín de la Guía Ecuatoriana de Transporte y Turismo conocida como Transport.

4.4.3. PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROMOCION

Tabla 13. Presupuesto para publicidad y promoción

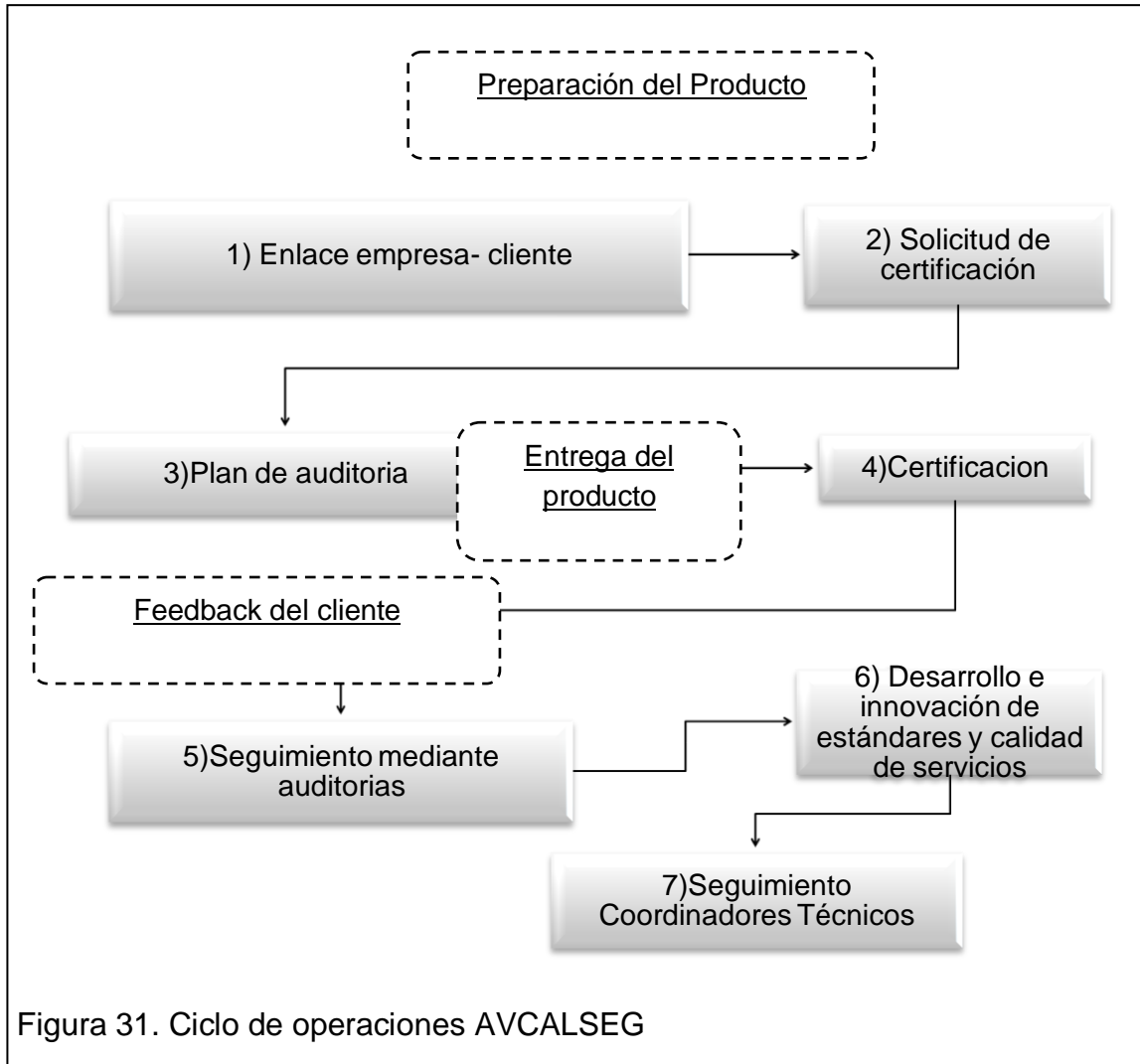
TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	PRESUPUESTO AL AÑO	PORCENTAJE DE PARTICIPACION
ATL	Participación boletín Transport por 13 semanas	\$ 488	2,20%
BTL	Anuncio publicitario Ecuador Magazine	\$ 800	3,61%
BTL	Valla publicitaria Quito por un mes	\$ 3.000	13,52%
BTL	Valla publicitaria Guayaquil por un mes	\$ 3.000	13,52%
BTL	Enlaces página web link con AVCALSEG	\$ 900	4,06%
BTL	*Pagina web de la empresa	\$ 1.100	4,96%
BTL	*FAN page Facebook y Twitter	\$ 900	5,06%
BTL	*Demostraciones, presentaciones, seminarios, roadtrips	\$ 12.000	54,08%
		\$ 22.188	100%

4.5 PLAZA

La empresa utiliza su página web como canal de distribución, el proceso de certificación se gestiona directamente con la empresa. Además otro medio de distribución que emplea es mediante su PEC (Personal en contacto con el cliente) quienes están encargados de generar clientes y establecer las principales estrategias para captar segmentos de mercado.

CAPITULO V.- PLAN DE OPERACIONES

5.1. CICLO DE OPERACIONES



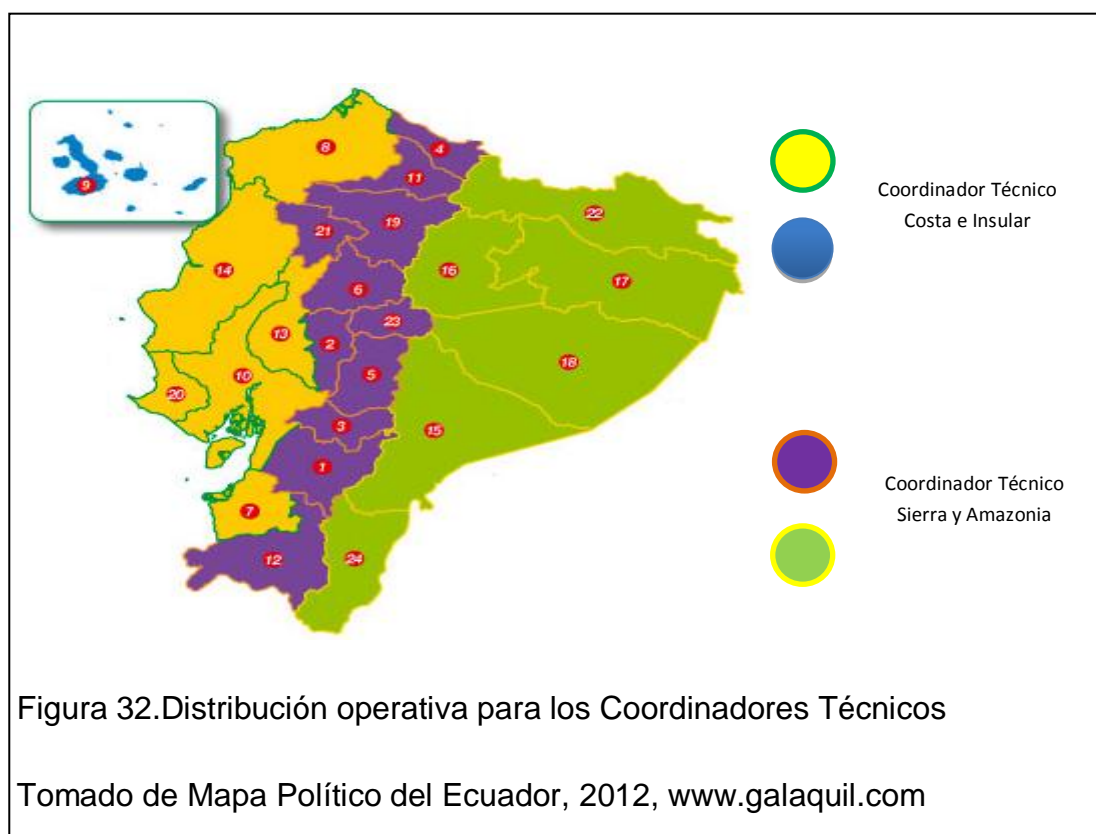
Como recurso de movilización para atender las necesidades de clientes que se encuentren localizados geográficamente en sitios de difícil acceso, los coordinadores técnicos y los expertos del departamento de operaciones tendrán a la disposición una camioneta LUV DMAX.

5.1.1. ENLACE EMPRESA CLIENTE

En este ciclo se comprometen principalmente los coordinadores técnicos, el enlace se establece de 2 maneras:

1. La empresa solicitante se contacta directamente con la empresa AVCALSEG, los coordinadores técnicos proceden a visitar y exponer acerca del proyecto de certificación.
2. AVCALSEG maneja una cartera de futuros clientes, los coordinadores técnicos tienen la responsabilidad de contactar a estos clientes y concretar una cita para la exposición del producto donde deben presentar una pre-cotización de la certificación.

La asignación geográfica de los coordinadores técnicos con respecto a la atención y generación de clientes es la siguiente:



En este ciclo de operaciones los coordinadores técnicos trabajan conjuntamente con el departamento financiero, ya que ellos proporcionan y

establecen el dinero necesario para que se cubran los gastos de viáticos de los coordinadores.

Tabla 14. Tabla de Viáticos de coordinadores Técnicos

Zona	Tipo de Gasto	Cantidad diaria	Boleto Aéreo
Región Insular	Alimentación, hospedaje, misceláneos	100\$	Si
Sierra Norte	Alimentación, hospedaje, gastos misceláneos	60\$	No
Sierra Centro	Alimentación, hospedaje, gastos misceláneos	80\$	No
Sierra Sur	Alimentación, hospedaje, gastos misceláneos	70\$	Si
Costa Norte	Alimentación, hospedaje, gastos misceláneos	60\$	No
Costa Sur	Alimentación, hospedaje, gastos misceláneos	80\$	Si
Amazonia Norte	Alimentación, hospedaje, gastos misceláneos	70\$	No
Amazonia Sur	Alimentación, hospedaje, gastos misceláneos	65\$	No

a. Gastos misceláneos: lavandería, llamadas telefónicas, regalos y cortesías para clientes.

Los coordinadores técnicos deben establecer una jornada de visitas estratégicas por ubicación geográfica de esa forma se pueden cubrir mas exitosamente con la cartera de clientes.

5.1.2. SOLICITUD DE LA CERTIFICACION

En este ciclo de operaciones la jefatura de operaciones tiene mucha participación, luego de haber llamado la atención de clientes por parte de los coordinadores técnicos. El experto en certificaciones recepta directamente las solicitudes de postulación para la certificación, por consecuente realiza el siguiente proceso:

- Revisión de Información de la Solicitud
- Confirmación de cumplimiento de Marco legal de la empresa solicitante
- Determinación de la propuesta de certificación
- Propuesta de certificación

5.1.3. PLAN DE AUDITORIA

Los coordinadores técnicos se involucran nuevamente en esta parte y junto al jefe de certificación citan o visitan a los negocios cuya solicitud ya ha sido aprobada, entregando personalmente el check-list y los documentos de estándares para la certificación que han sido seleccionados, desarrollados y analizados por el experto en estándares y el Jefe de operaciones. Posterior al tiempo establecido para la implementación de la certificación, el plan de auditoría se pone en ejecución; en este proceso participan el experto en estándares, el experto en certificaciones y experto en mejora continua. Este plan consiste en la verificación del cumplimiento de estándares.

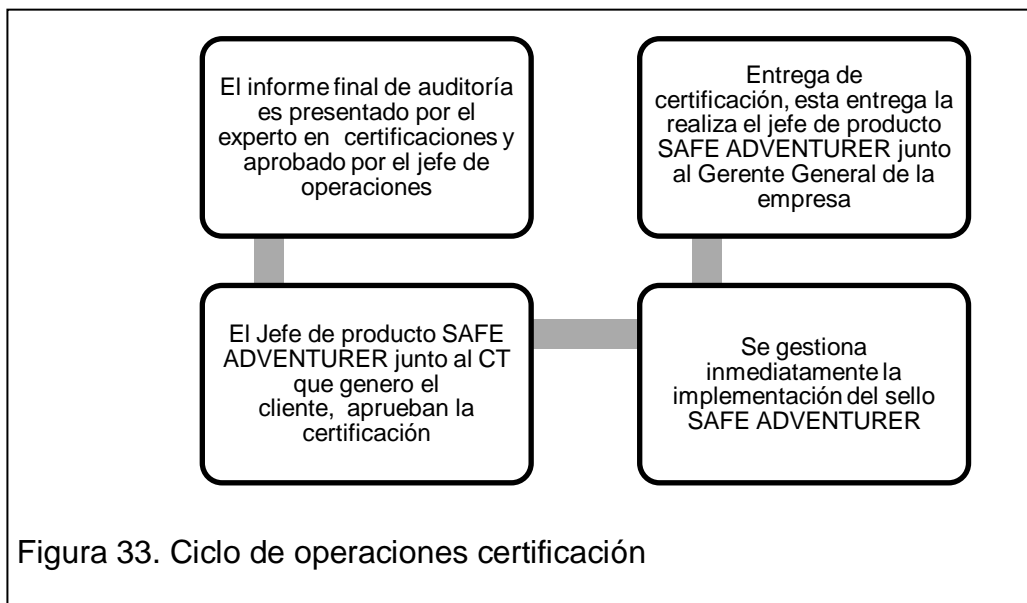
El experto en estándares junto al experto en certificaciones son los encargados de auditar al cliente postulante, en el caso de cumplir con los estándares establecidos entre ambas partes redactan el informe final de auditoría.

En el caso que el cliente no cumple con los estándares igualmente se redacta el informe final de auditoría como guía para que el experto de mejora continua desarrolle el informe de acciones correctivas para que los negocios y clientes postulantes corrijan sus falencias e implementen en sus estándares. Posteriormente a la implementación de acciones correctivas se realiza una auditoría más.

El plan de auditoría deberá auditar 5 clientes máximos por mes, de esa forma el plan de auditoría va ser más especializado y efectivo. Para el cumplimiento de este proceso los clientes deberán haber cancelado el valor del plan de auditoría según la duración de la misma.

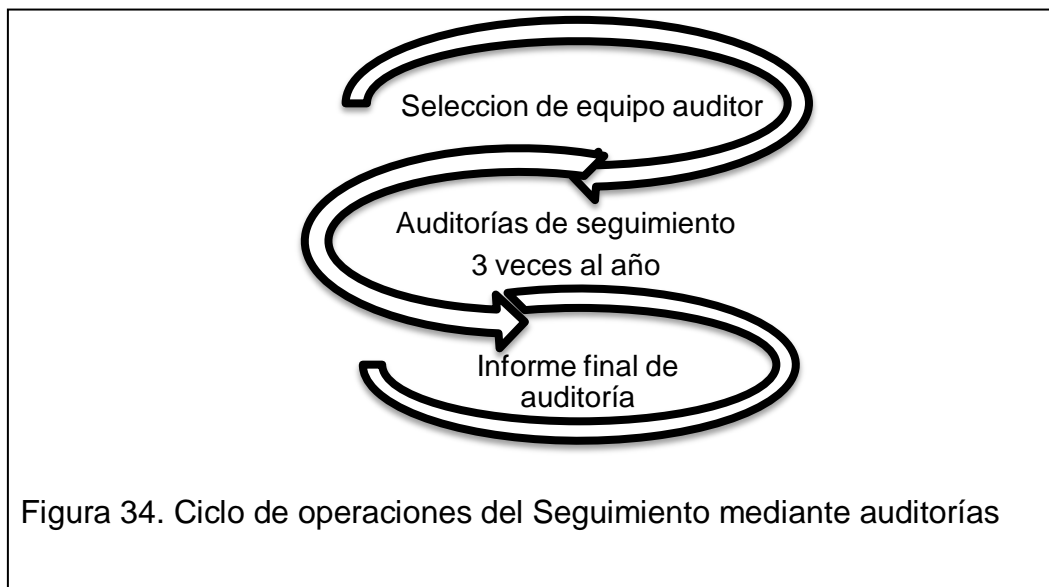
5.1.4. CERTIFICACION

Esta parte del ciclo de operaciones se desarrolla de la siguiente manera:



5.1.5. SEGUIMIENTO MEDIANTE AUDITORIAS

Este parte del ciclo de operaciones tiene que ver con el proceso en el seguimiento de la certificación y la renovación de la misma. El seguimiento de la certificación tiene el siguiente ciclo.



5.1.6. DESARROLLO E INNOVACIÓN DE ESTÁNDARES Y CALIDAD DE SERVICIOS

La empresa maneja un portal de la empresa disponible para todos los departamentos en la cual se encuentran:

- Estándares
- Clientes
- Informe de Auditorias
- Procedimientos de la empresa

Toda esta información está disponible con el fin de cada departamento de la empresa AVCALSEG desarrolle un plan de innovación de estándares y calidad de servicios. El experto en estándares debe dedicar la mayoría de tiempo al desarrollo de sistemas y procedimientos de la empresa.

Para que todos los empleados de AVCALSEG sean personas aptas y competentes para certificar, la empresa invertirá en el desarrollo profesional de los empleados que participan en la operación y gestión del sello mediante Seminarios y Talleres de Capacitación (Center for Ecotourism and Sustainable Development [CESD], 2009, pp.32). Además con el objetivo de que los clientes

se encuentren debidamente instruidos, la empresa desarrolla cursos de capacitación, con temas referentes a la certificación, la sostenibilidad turística y Turismo de Aventura.

Tabla 15. Presupuesto para capacitación clientes internos y externos

Actividad	Costos	Presupuesto Anual
Capacitación para empleados	Seminarios, Talleres, Especialistas	\$4800
Capacitación para los clientes	Materiales, Espacio donde se brinda la capacitación en el caso que se dicten capacitaciones externas fuera de las instalaciones de nuestros clientes.	\$5400
		\$10200

Tomado de CESD, 2009, pp32

El experto de mejora continua junto al Jefe de operaciones desarrollarán reuniones periódicas con los demás departamentos incluyendo la jefatura financiera para determinar fortalezas y debilidades de la empresa, mediante los informes que cada área presente. Igualmente cada asignación debe defender un informe técnico para mejorar estándares y la calidad de servicios.

5.1.7 SEGUIMIENTO COORDINADORES

Los coordinadores técnicos visitarán a los clientes periódicamente, con el fin de conocer las dudas, necesidades, resultados de la certificación; a la final redactarán un informe técnico dirigido para el experto en mejora continua quien tomará acciones inmediatas, si el caso lo exigiese. El gerente SAFE ADVENTURER realizara reuniones periódicas con los coordinadores técnicos para fortalecer conocimientos de Marketing y persuasión de clientes.

5.2. ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES

La empresa AVCALSEG es una compañía limitada y se registrará a los requerimientos que exige los órganos reguladores para la creación de una empresa en el Ecuador, el trámite para constituir la empresa es el siguiente según la Cámara de Comercio de Quito (Cámara de Comercio de Quito, 2012, Pasos para constituir la empresa):

1. Se debe reservar el nombre de AVCALSEG en la superintendencia de compañías.
2. Se debe abrir una cuenta de integración de capital en el banco que la empresa desee, con por un valor de 400\$.
3. Celebrar la escritura de la empresa, es decir presentar en una notaria la minuta de constitución de la compañía.
4. Se debe presentar la escritura de la empresa para que la superintendencia de compañías apruebe la constitución.
5. Posteriormente se retira las resoluciones aprobadas de las escrituras
6. Se debe publicar el nombre de la Empresa en un periódico de la ciudad donde se establece la Compañía.
7. Las resoluciones aprobadas serán llevadas a la notaria que se celebren la escritura de constitución de la empresa.
8. Se deberá marginar las resoluciones para el Registro Mercantil.
9. En el municipio se procederá a obtener la Patente Municipal y el certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
10. Se debe establecer la directiva de la AVCALSEG es decir: Presidente y Gerente General.
11. Inscribir en el Registro Mercantil los nombramientos de la directiva de la empresa.
12. Se presentará en la superintendencia de compañías los siguientes documentos para obtener las 4 hojas de datos de la compañía y además se reingresarán las escrituras de la empresa:
 - Formulario RUC 01A Y 01B.
 - Nombramientos inscritos en el Registro Mercantil.

- Copias de cédulas y papeletas de votación de la directiva de AVCALSEG.
 - Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil.
 - Planilla de luz del domicilio de AVCALSEG.
 - Ejemplar de la publicación.
13. Entregar al SRI la documentación pertinente para obtención del RUC de la empresa.
14. En el IESS la empresa AVCALSEG registrara la historia laboral.
15. La superintendencia de compañías generara un permiso para retirar el capital de la empresa.
16. Es importante que la empresa abra una cuenta bancaria para el manejo de la empresa y sacar el permiso en el SRI de impresión de facturas.

Tabla 16. Gastos de Constitución de la empresa

Gastos de Constitución	
Escritura de Constitución de la compañía (honorarios abogado y gastos notariales)	\$1200
Registro Mercantil	\$200
Superintendencia de Compañías	\$180
Patente Municipal	\$190
Total	\$1770

5.3. REGISTRO DE LA MARCA

La marca SAFE ADVENTURER debe ser registrada en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual), con el fin de que ningún otro negocio copie o implemente esta marca a su operación. El registro es fácil según la Presidencia IEPI (IEPI, 2012) se debe solicitar el registro de la marca ante la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual del IEPI siempre y cuando se haya realizado el debido estudio de factibilidad del nombre de la marca.

Posteriormente participar en 2 exámenes técnicos los cuales son los siguientes:

- Cumplimiento de requisitos exigidos en la Ley de Propiedad Intelectual (LPI).
- Examen Técnico de registrabilidad. (IEPI, 2012)

Si se cumple con dos exámenes se procede a emitir la resolución concediendo el registro.

5.4. LOCALIZACION DE LA EMPRESA

La empresa estará localizada en la ciudad de Quito, en la parroquia Benalcazar, entre las calles República del Salvador y Portugal N34-499 Edificio Trento Segundo Piso, Oficina 6.

El lugar de localización de la empresa ha sido escogido debido a que es una zona de alta plusvalía, que eleva la imagen de la empresa además es un sector empresarial el cual brinda muchas ventajas a la empresa y a sus empleados, teniendo cerca de aquí bancos, entidades gubernamentales, notarias que facilitan y agilitan un recurso tan valioso como es el tiempo.

Tabla 17. Costo de Arriendo de oficina

Costos de Arriendo	
Dimensiones de la empresa	80m ²
Precio de arriendo x m²	9 \$
Precio de arriendo mensual	960\$
Alícuota mensual	40\$
Política de garantía	Valor de dos arriendos mensuales
Valor de la garantía (1 sola vez):	1440\$
Costo de arriendo mensual	1000\$

Tomado de Administración Edificio Trento

5.5. INSTALACIONES Y DISTRIBUCION

La empresa contará con un espacio físico de 80m², la distribución de las áreas de la empresa se indican en el siguiente plano de la oficina:

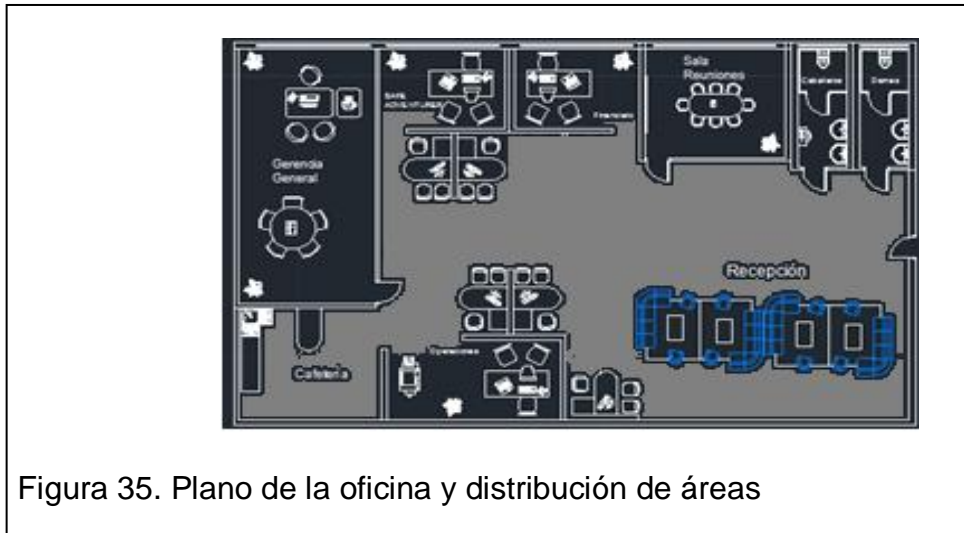


Figura 35. Plano de la oficina y distribución de áreas

El lugar físico de la oficina es abierto es por eso que se instalará divisiones modulares para generar una mejor armonía de espacios, se necesita un número específico de muebles y enseres para equipar la empresa así como artículos de oficina. Estos dos tipos de requerimientos se especifican en la siguiente tabla:

Tabla 18. Equipamiento para oficina

		Costo Unitario	Costo Total
Muebles, Enseres		3.467,00	4.862,00
1	Divisiones de Aluminio y Vidrio para oficinas	3.000,00	3.000,00
9	Escritorios de Oficina	90,00	810,00
1	Escritorio de Reuniones	170,00	170,00
26	Sillas Modulares	27,00	702,00
Artículos de oficina			242,75
3	porta papel de Escritorio	18,00	54,00
5	Basureros Pequeños	22,00	110,00
4	Grapadoras	3,00	12,00
2	Perforadoras	4,00	8,00
1	Extintor	35,00	35,00
1	Guillotina	18,00	18,00
1	Caja de lápices	3,50	3,50
1	Caja de estilógrafos	2,25	2,25
1	Silla acoplada de recepción	180,00	180,00

5.6 EQUIPO DE TRABAJO

La empresa tiene a 11 empleados distribuidos en administrativos y operacionales, además se cuenta con 2 personas cuya función es la asistencia de las necesidades del personal, los cuales son:

- Encargado de Facturación
- Mensajero de la empresa

Total empleados AVCALSEG: 13 empleados

5.6.1 REQUERIMIENTOS PROFESIONALES DE LA EMPRESA

Tabla 19. Requerimientos Profesionales AVCALSEG

PUESTO	PERFIL	CAPACITACIÓN Y APTITUDES	FUNCIONES A REALIZAR
GERENTE GENERAL	*Máster Administración de Empresa * Inglés Avanzado *Experiencia 5 años en empresas certificadoras *Edad 25-35 años	*Sistemas de gestión de calidad. *Liderazgo y Persuasión, *Autocontrol y Resolución de conflictos.	*Autoridad responsable del funcionamiento general de la empresa. *Coordinación con subgerentes
JEFE FINANCIERO	*Máster en Finanzas *Excelentes referencias profesionales *Experiencia 5 años en empresas certificadoras *Conocimiento herramientas financieras	*Informática avanzada *Sistemas contables *Excel avanzado. *Trabajo en Equipo *Identificación de problemas	*Autoridad responsable de las finanzas de la empresa. *Determinar políticas financieras. *Realizar presupuestos y proyecciones comerciales
JEFE DE PRODUCTO SAFE ADVENTURER	*Ing. Comercial con Mención en Marketing. *Inglés Avanzado *Experiencia 5 años como Director de Mercadeo *Edad entre 30 y 35 años	*Informática avanzada *Capacitación diseño de productos. *Pensamiento analítico *Orientación al cliente *Excelentes interrelaciones	*Diseñar el plan anual de mercadeo del sello SAFE ADVENTURER *Plan estratégico de la marca *Diseño e implementación del producto
COORDINADOR TECNICO SIERRA Y AMAZONIA	*Guía especializado en turismo de aventura. * Dos idiomas mínimo *Experiencia 5 años en empresas certificadas *Conocimientos estándares turísticos *Residencia de Quito	*Capacitación en diseño de productos *Pensamiento analítico *Habilidad para relacionarse *Liderazgo y manejo de equipos *Facilidad de comunicación	*Gestionar el sello SAFE ADVENTURER *Visitar clientes periódicamente *Control de quejas y reclamos por parte del consumidor final
COORDINADOR TECNICO COSTA E INSULAR	*Guía especializado en turismo de aventura. * Dos idiomas mínimo *Experiencia 5 años en empresas certificadas *Conocimientos estándares turísticos *Residencia en Guayaquil	*Capacitación en diseño de productos *Pensamiento analítico *Habilidad para relacionarse *Liderazgo y manejo de equipos *Facilidad de comunicación	*Gestionar el sello SAFE ADVENTURER *Visitar clientes periódicamente *Control de quejas y reclamos por parte del consumidor final
JEFE DE OPERACIONES	*Ing. En Producción Industrial *Experiencia mínima 4 años empresas certificadoras. *Inglés intermedio *Conocimientos procesos de calidad	*Manejo de personal *Capacitación Normas INEN e ISO. *Seguridad Operacional. *Pensamiento analítico. *Liderazgo	*Coordinar el cumplimiento de estándares. *Análisis de normativas *Evaluaciones de desempeño
EXPERTO EN ESTANDARES	*Graduado o cursando ultimo año en Ing. Industrial. *Experiencia mínima 2 años en aplicación de estándares. *Edad entre 22-35 años	*Capacitación ISO E INEN *Excel Avanzado *implementación de sistemas de gestión *rediseño, optimización de procesos	* Diagnóstico general de la estructura y procedimientos de estándares * Elaborar el manual de procesos
EXPERTO CONTROL Y MEJORA CONTINUA	Graduado o cursando ultimo año en Ing. Industrial o afines. *Experiencia mínima 2 años en aplicación de estándares. *Edad entre 22-35 años	* Capacitación Control de procesos *Excel Avanzado *implementación de sistemas de gestión *rediseño, optimización de procesos	*Desarrollar modificaciones en las responsabilidades *Controlar el cumplimiento de norma y estándares
EXPERTO EN CERTIFICACIONES	* Graduado o cursando ultimo año en Ing. Industrial. *Experiencia mínima 3 años en aplicación de certificaciones *Edad entre 25-30 años	Capacitación Certificación *Excel Avanzado *implementación de sistemas de gestión *rediseño, optimización de procesos	*Verificar requisitos de postulantes. *Analizar apelaciones de aplicación *Desarrollo de Estándares

5.6.2 GASTO MENSUAL EN SUELDOS

Tabla 20. Sueldos de los empleados

CARGO	SUELDOS	PORCENTAJE DE PARTICIPACION
GERENTE GENERAL	\$ 1.500	15,96%
JEFE FINANCIERO	\$ 1.200	12,77%
JEFE DE PRODUCTO SAFE ADVENTURER	\$ 1.300	13,83%
*CORDINADOR TECNICO SIERRA Y AMAZONIA	\$ 700	7,45%
*COORDINADOR TECNICO COSTA E INSULAR	\$ 700	7,45%
JEFE DE OPERACIONES	\$ 1.100	11,70%
EXPERTO EN ESTANDARES	\$ 800	8,51%
EXPERTO CONTROL Y MEJORA CONTINUA	\$ 750	7,98%
EXPERTO EN CERTIFICACIONES	\$ 720	7,66%
ASISTENTE CONTABLE Y ENCARGADO DE FACTURACIÓN	\$ 330	3,51%
MENSAJERO DE LA EMPRESA	\$ 300	3,19%
	\$ 9.400	100,00%

CAPITULO VI.- PLAN FINANCIERO

6.1. GASTOS BASICOS DE AVCALSEG

Tabla 21. Gastos Básicos

Gastos Básicos	MENSUAL	ANUAL
	\$1.216,00	\$14.592,00
Agua	\$17,00	\$204,00
Luz	\$40,00	\$480,00
Teléfono	\$120,00	\$1.440,00
Internet TV cable	\$39,00	\$468,00
Arriendo de oficina	\$1.000,00	\$12.000,00

Nota: En relación al tamaño de la oficina se considera que los gastos explícitos en la tabla de gastos básicos son el promedio para el negocio establecido

6.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 22. Gastos Administrativos

	Mensual	Anual
Gastos Administrativos	\$11.302,23	\$106.442,75
Sueldos personal administrativo	\$8.000,00	\$96.000,00
Uso mensual de suministros de oficina	\$20,23	\$242,75
Gastos Anual Capacitaciones personal y cliente	\$850,00	\$10.200,00

Se estima un gasto de 242,75 \$ anuales en compra de suministros de oficina, abasteciendo a la oficina todos los meses con un gasto de 20,23\$. El gasto anual de capacitaciones para el personal y clientes está establecido según el presupuesto de desarrollo e innovación de estándares y calidad de servicios del ciclo de operaciones.

6.3. GASTOS DE VENTA

Tabla 23. Gastos de Venta

	Mensual	Anual
Gastos de Ventas	\$3.249,00	\$56.488,00
Gasto mensual en promoción y publicidad	\$1.849,00	\$22.188,00
Sueldos de Coordinadores Técnicos	\$1.400,00	\$16.800,00
Presupuesto Anual Viáticos Coordinadores Técnicos	\$1462,50	\$17500,00

Nota: Se considera gasto de ventas todo gasto que influye directamente en la decisión de compra del sello. Los sueldos y viáticos de los Coordinadores Técnicos se reflejan en la presente tabla debido a que ellos establecen las relaciones comerciales con los clientes.

6.4. EQUIPAMIENTO PARA LA EMPRESA

Tabla 24. Vehículos para la empresa

Vehículos		Costo unitario	Costo total
1	Camioneta DMAX	\$29.900,00	\$29.900,00
Total			\$29.900,00

La función de la camioneta será el traslado del personal de operaciones así como el de los coordinadores técnicos.

Tabla 25. Equipos Electrónicos

Equipos electrónicos		Costo Unitario	Costo Total
1	Microondas	\$120,00	\$120,00
1	Televisores Plasma 32"	\$500,00	\$500,00
1	Refrigeradores minibar	\$89,00	\$89,00
2	Camaras Sony Dsc- W560	\$133,99	\$267,98
			\$976,98

Los equipos electrónicos a excepción de las cámaras estarán insertados en el diseño y equipamiento de la oficina de AVCALSEG con el fin de mantener armonía en la decoración de los interiores de la empresa. Las cámaras de video son equipos con los cuales los coordinadores técnicos y los expertos en operaciones trabajaran.

Tabla 26. Equipos de computación

Equipos de Computación		Costo unitario	Costo Total
1	Impresora Hp Deskjet F2050 Multifunción	\$69,99	\$69,99
5	Computadores Laptops Dell VOSTRO 3350 Core I5 4gb Ram	\$615,99	\$3.079,95
1	Impresora Matricial Epson Lx-300	\$258,00	\$258,00
1	Proyector Viewsonic	\$650,00	\$650,00
			\$4.057,94

Los equipos de computación descritos han sido establecidos para que las necesidades del trabajo en oficina y del trabajo de campo puedan ser satisfechas. Existe un gasto adicional en adecuación y compra de muebles y enseres con un valor de \$5620,00

6.5. POLITICAS Y SUPUESTOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA

Tabla 27. Políticas Operativas

Políticas Operativas:	
Número de días de Caja requeridos para operar:	20
Caja Operativa mínima:	\$12.252,93
Días de Cobro:	30
Días de Pago:	30
Crecimiento de Ventas :	4,00%
Gastos por Pagar (% de Gastos Admin. + Gastos de Ventas)	5,00%
Rendimiento requerido por accionistas (Ke):	16,00%

La empresa AVCALSEG necesita 20 días de caja para operar con un valor de caja operativa mínima de \$12252,93, este valor ha sido establecido conforme a la necesidad que presentan los gastos administrativos y gastos de ventas. Se establece 30 días de cobro a los clientes posterior a la aprobación de la certificación, de esa manera ellos podrán reasignar sus presupuestos y además serán 30 días máximos en los que AVCALSEG deberá cubrir sus gastos.

Los gastos por pagar al final de cada año serán del 5% en relación al total de gastos. El rendimiento requerido por accionista será del 16%, adecuado a la industria.

Tabla 28. Estructura de Financiamiento

Estructura de Financiamiento establecida para este proyecto:	
% Deuda Bancaria a Largo Plazo	60,00%
% Capital propio o accionistas	40,00%

Nota: La empresa se financiara en un 40% de capital propio y en un 60% por medio de un banco:

Tabla 29. Condiciones del Préstamo

Condiciones Prestamos:	
Plazo de PLP (años):	20
Tasa de Interés PLP (anual) (Kd):	11%
Tasa de Interés PCP (anual):	13%

Nota: las condiciones de préstamo según lo establecido para PYMES es de una tasa de interés del 11% para préstamos corto plazo con una extensión de hasta 20 años y para préstamos de corto plazo generalmente de hasta 1 año se maneja una tasa de interés del 13%.

Tabla 30. Impuesto a la renta

Impuestos:	
% Impuesto:	35,00%

Nota: Los impuestos establecidos por el gobierno serán recaudados posteriores a la culminación del año de la empresa, tomando en cuenta el mes de abril para rendición de cuentas. Para el tipo de negocio se estima un pago de impuesto de 35% correspondiente a impuesto a la renta.

Tabla 31. Capacidad máxima de auditoría e inscripciones de la certificación

Descripción	mensuales empresas	Anuales empresas	Estándar duración auditoria en días
Capacidad máxima de auditorías :	5	60	4,00
capacidad de inscripción	No aplica	192	

La capacidad de personal y de recursos de la empresa permite realizar 5 auditorías mensuales y 60 anuales. Con un estándar de duración de la auditoria de 4 días. Las inscripciones se estima que sean ilimitadas pero al ser una cadena operativa se espera tener 192 inscripciones al año.

Tabla 32. Porcentaje de ocupación

% Ocupación	
% Empresas Certificadas	5%

Según lo establecido en el proceso de investigación de mercados solo entre un 1% y 5% de empresas tienden a certificarse.

Tabla 33. Venta anual de productos por inscripción al programa

Estructura de Precios establecida:					
Precios de Inscripción					
Tipo de Cliente	Precio de Inscripción	Precio Promedio Inscripción	Cantidad de clientes	Numero de empresa a certificar	Venta Anual año 1
Operador Turístico *(M)	120	\$108,33	1386	69,30	\$7507,5
Operador Turístico *(MED)	100				
Operador Turístico *(P)	60				
Agencias de Viajes (M)	150				
Agencias de Viajes (MED)	120				
Agencias de Viajes (P)	100				
Cruceros de Lujo	200	\$160,00	85	4,25	\$680
Cruceros de Primera	150				
Cruceros Turista	130				
Lodge	150	\$150,00	200	10	\$1500
Guías Turísticos	80	\$80,00	3060	153	\$12240

Tomando el dato de porcentaje de ocupación y la cantidad de empresas existentes en el Ecuador como posibles clientes se desarrollo la tabla 23.10 determinando el valor de ventas anuales por inscripción de cada cliente.

Tabla 34. Venta anual por Auditorias

Auditorias	Diarias	Mensuales	Anuales
Honorarios de auditoria	\$500	\$10000	\$120000

Tabla 35. Venta anual por uso del sello

Cuota anual del Sello					
Tipo de Cliente	Cuota Anual	Precio Promedio	Cantidad de clientes	% ocupación	Venta anual
Operador Turístico *(M)	600	\$460,00	1386	69,3	\$31878
Operador Turístico * (MED)	500				
Operador Turístico *(P)	380				
Agencias de Viajes (M)	500				
Agencias de Viajes (MED)	400				
Agencias de Viajes (P)	380				
Cruceros de Lujo	1300	\$1150,00	85	4,25	\$1955
Cruceros de Primera	1150				
Cruceros Turista	1000				
Lodges	500	\$500,00	200	10	\$5000

					Venta por 3 años
Guías Turísticos	250	\$250	3060	153	\$38250

Tomando el dato de porcentaje de ocupación y la cantidad de empresas existentes en el Ecuador como posibles clientes se desarrollo la tabla 23.12 determinando el valor de ventas anuales por cuota del sello de cada cliente a excepción de los guías turísticos quienes serán certificados por 3 años.

Equipos de Computación 1		2,65	5,29	7,94	7,94	7,94	7,94	7,94	7,94	7,94	57,94
Equipos de Computación 1 Neto	4.057,94	2.705,29	1.352,65	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computación 2					2.028,97	2.028,97	2.028,97	2.028,97	2.028,97	2.028,97	2.028,97
Dep. Acum. Equipos de Computación 2					676,32	1.352,65	2.028,97	2.028,97	2.028,97	2.028,97	2.028,97
Equipos de Computación 2 Neto					1.352,65	676,32	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos de Computación 3								2.028,97	2.028,97	2.028,97	2.028,97
Dep. Acum. Equipos de Computación 3								676,32	1.352,65	2.028,97	2.028,97
Equipos de Computación 3 Neto								1.352,65	676,32	0,00	0,00
Equipos de Computación 4											2.028,97
Dep. Acum. Equipos de Computación 4											676,32
Equipos de Computación 4 Neto											1.352,65
Equipos de Computación (Total)	4.057,94	4.057,94	4.057,94	4.057,94	6.086,91	6.086,91	6.086,91	8.115,88	8.115,88	8.115,88	10.144,85
Dep. Acum. Equipos de Computación (Total)	0,00	1.352,65	2.705,29	4.057,94	4.734,26	5.410,59	6.086,91	6.763,23	7.439,56	8.115,88	8.792,20

Muebles y Enseres 1	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00
Dep. Acum. Muebles y Enseres 1	0,00	486,20	972,40	1.458,60	1.944,80	2.431,00	2.917,20	3.403,40	3.889,60	4.375,80	4.862,00
Muebles y Enseres 1 Neto	4.862,00	4.375,80	3.889,60	3.403,40	2.917,20	2.431,00	1.944,80	1.458,60	972,40	486,20	0,00

Muebles y Enseres (Total)	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00
Dep. Acum. Muebles y Enseres (Total)	0,00	486,20	972,40	1.458,60	1.944,80	2.431,00	2.917,20	3.403,40	3.889,60	4.375,80	4.862,00	4.862,00

Nota: Compras de activo fijo según Políticas y Supuestos

Tabla 37. Porcentajes depreciaciones de activo fijo

Depreciación Activo Fijo (% anual):	
% Depreciación Vehículos:	20,00%
% Depreciación Equipo electrónicos:	10,00%
% Depreciación Equipos Computación:	33,33%
% Depreciación Muebles y Enseres:	10,00%

En la tabla de Activo fijo se establece la depreciación de los activos fijos en algunos casos generando una reinversión del 50% del valor en libros del activo.

6.7. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 38. Estado de pérdidas y Ganancias Proyectado

AVCALSEG CIA LTDA
Estado de resultados

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ventas Netas	0,00	219.010,50	227.770,92	236.881,76	246.357,03	256.211,31	266.459,76	277.118,15	288.202,88	299.730,99	311.720,23
Gastos Administrativos	0,00	121.034,75	125.876,14	130.911,19	136.147,63	141.593,54	147.257,28	153.147,57	159.273,47	165.644,41	172.270,19
Gasto de Ventas	0,00	56.488,00	58.747,52	61.097,42	63.541,32	66.082,97	68.726,29	71.475,34	74.334,35	77.307,73	80.400,04
Utilidad antes de Impuestos, Intereses y Depreciación	0,00	41.487,75	43.147,26	44.873,15	46.668,08	48.534,80	50.476,19	52.495,24	54.595,05	56.778,85	59.050,00
Gastos de depreciación	0,00	7.736,54	7.736,54	7.736,54	7.060,22	7.060,22	4.160,22	4.160,22	4.160,22	4.160,22	4.160,22
Utilidad Antes de Impuestos e Intereses (U. Operativa)	0,00	33.751,21	35.410,72	37.136,61	39.607,86	41.474,58	46.315,97	48.335,02	50.434,83	52.618,63	54.889,78
Gasto Intereses	0,00	3.218,11	3.167,99	3.112,35	3.050,59	2.982,04	2.905,95	2.821,49	2.727,74	2.623,67	2.508,16
Utilidad Antes de Impuestos	0,00	30.533,09	32.242,73	34.024,25	36.557,26	38.492,54	43.410,02	45.513,53	47.707,09	49.994,96	52.381,63
Impuesto	0,00	10.686,58	11.284,95	11.908,49	12.795,04	13.472,39	15.193,51	15.929,74	16.697,48	17.498,24	18.333,57
Utilidad Neta	0,00	19.846,51	20.957,77	22.115,77	23.762,22	25.020,15	28.216,51	29.583,79	31.009,61	32.496,72	34.048,06

En año 0 el Estado de pérdidas y ganancias no arroja valores ya que no es un año contable operativo. Se puede observar que desde el año 1 la operación de la empresa refleja resultados positivos en la utilidad neta cubriendo todos los gastos y costos de la empresa. Proyectando con las políticas y supuestos de la empresa establecidos hasta al año 10 se observa rentabilidad en la utilidad neta de la empresa.

6.8. BALANCE GENERAL

Tabla 39. Balance General Projectado

AVCALSEG CIA LTDA											
Balance General											
Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Caja/Bancos	9.862,38	38.301,60	66.713,50	96.237,92	124.889,16	156.533,32	174.924,65	206.067,39	240.584,44	276.498,56	311.834,37
Cuentas por Cobrar (Clientes)	0,00	18.250,88	18.980,91	19.740,15	20.529,75	21.350,94	22.204,98	23.093,18	24.016,91	24.977,58	25.976,69
Total Activo Corriente	9.862,38	56.552,47	85.694,41	115.978,07	145.418,91	177.884,26	197.129,63	229.160,57	264.601,34	301.476,14	337.811,05
Vehículos	29.000,00	29.000,00	29.000,00	29.000,00	29.000,00	29.000,00	43.500,00	43.500,00	43.500,00	43.500,00	43.500,00
Dep. Acum. Vehículos	0,00	5.800,00	11.600,00	17.400,00	23.200,00	29.000,00	31.900,00	34.800,00	37.700,00	40.600,00	43.500,00
Equipos electrónicos	976,98	976,98	976,98	976,98	976,98	976,98	976,98	976,98	976,98	976,98	976,98
Dep. Acum. EE	0,00	97,70	195,40	293,09	390,79	488,49	586,19	683,89	781,58	879,28	976,98
Equipos de Computación	4.057,94	4.057,94	4.057,94	4.057,94	6.086,91	6.086,91	6.086,91	8.115,88	8.115,88	8.115,88	10.144,85
De. Acum. Equipos de Computación	0,00	1.352,65	2.705,29	4.057,94	4.734,26	5.410,59	6.086,91	6.763,23	7.439,56	8.115,88	8.792,20
Muebles y Enseres	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00	4.862,00
Dep. Acum. Muebles y Enseres	0,00	486,20	972,40	1.458,60	1.944,80	2.431,00	2.917,20	3.403,40	3.889,60	4.375,80	4.862,00
Total Activo Fijo Neto	38.896,92	31.160,38	23.423,83	15.687,29	10.656,03	3.595,81	13.935,59	11.804,34	7.644,12	3.483,90	1.352,65
TOTAL ACTIVO	48.759,30	87.712,85	109.118,24	131.665,35	156.074,95	181.480,07	211.065,22	240.964,91	272.245,46	304.960,04	339.163,70
Impuestos por pagar	0,00	10.686,58	11.284,95	11.908,49	12.795,04	13.472,39	15.193,51	15.929,74	16.697,48	17.498,24	18.333,57
Gastos por pagar	0,00	8.876,14	9.231,18	9.600,43	9.984,45	10.383,83	10.799,18	11.231,15	11.680,39	12.147,61	12.633,51
Préstamo a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Pasivo Corto Plazo	0,00	19.562,72	20.516,14	21.508,92	22.779,49	23.856,21	25.992,69	27.160,88	28.377,87	29.645,84	30.967,08
Préstamos a Largo Plazo	29.255,58	28.799,90	28.294,10	27.732,67	27.109,47	26.417,73	25.649,89	24.797,59	23.851,54	22.801,42	21.635,79
Total Pasivo Largo Plazo	29.255,58	28.799,90	28.294,10	27.732,67	27.109,47	26.417,73	25.649,89	24.797,59	23.851,54	22.801,42	21.635,79
TOTAL PASIVO	29.255,58	48.362,62	48.810,24	49.241,59	49.888,96	50.273,94	51.642,58	51.958,47	52.229,41	52.447,26	52.602,87
Capital	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72	19.503,72
Reservas	0,00	0,00	19.846,51	40.804,28	62.920,05	86.682,27	111.702,42	139.918,93	169.502,72	200.512,33	233.099,06
Utilidades Retenidas	0,00	19.846,51	20.957,77	22.115,77	23.762,22	25.020,15	28.216,51	29.583,79	31.009,61	32.496,72	34.048,06
TOTAL PATRIMONIO	19.503,72	39.350,22	60.308,00	82.423,76	106.185,94	131.206,13	159.422,65	189.006,44	220.016,05	252.512,77	286.560,83
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	48.759,30	87.712,85	109.118,24	131.665,35	156.074,95	181.480,07	211.065,22	240.964,91	272.245,46	304.960,04	339.163,70
Dif	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

El balance general de AVCALSEG en el año 0 establece en cuanto al Activo la inversión inicial de la empresa, el pasivo establece el valor de la inversión inicial que va financiar el banco, en cuanto al patrimonio se indica cual es el valor que debe aportar el inversionista para implementar el proyecto junto al préstamo del banco. Se proyecta el balance general de la empresa para 10 años, además las cuentas del balance General de AVCALSEG se determinan conforme a los requerimientos y políticas y supuestos de la compañía

6.9. AMORTIZACION DE PRESTAMO LARGO PLAZO

Tabla 40. Amortización de préstamo Largo Plazo

Valor del Préstamo	29.255,58	
Tasa de Interés	11,00%	<i>(Tasa de interes por periodo (mensual, anual, etc.)</i>
No. De Pagos (periodos)	20,00	<i>No. De pagos (No. De meses, años, etc.)</i>

Cuota por periodo	\$ 3.673,79
Monto Total Pagos	\$ 73.475,75

Tabla de amortización de Préstamo

Pago No.	Cuota (Pago)	Pago Interés	Pago Capital	Saldo Capital
1	\$ 3.673,79	3.218,11	455,67	28.799,90
2	\$ 3.673,79	3.167,99	505,80	28.294,10
3	\$ 3.673,79	3.112,35	561,44	27.732,67
4	\$ 3.673,79	3.050,59	623,19	27.109,47
5	\$ 3.673,79	2.982,04	691,75	26.417,73
6	\$ 3.673,79	2.905,95	767,84	25.649,89
7	\$ 3.673,79	2.821,49	852,30	24.797,59
8	\$ 3.673,79	2.727,74	946,05	23.851,54
9	\$ 3.673,79	2.623,67	1.050,12	22.801,42
10	\$ 3.673,79	2.508,16	1.165,63	21.635,79
11	\$ 3.673,79	2.379,94	1.293,85	20.341,94
12	\$ 3.673,79	2.237,61	1.436,17	18.905,76
13	\$ 3.673,79	2.079,63	1.594,15	17.311,61
14	\$ 3.673,79	1.904,28	1.769,51	15.542,10
15	\$ 3.673,79	1.709,63	1.964,16	13.577,94
16	\$ 3.673,79	1.493,57	2.180,21	11.397,73
17	\$ 3.673,79	1.253,75	2.420,04	8.977,69
18	\$ 3.673,79	987,55	2.686,24	6.291,45
19	\$ 3.673,79	692,06	2.981,73	3.309,72
20	\$ 3.673,79	364,07	3.309,72	0,00

6.10. FLUJO DE EFECTIVO

Tabla 41. Free Cash Flow

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Utilidad Neta	0,00	19.846,51	20.957,77	22.115,77	23.762,22	25.020,15	28.216,51	29.583,79	31.009,61	32.496,72	34.048,06
(+) Gastos Financieros	0,00	3.218,11	3.167,99	3.112,35	3.050,59	2.982,04	2.905,95	2.821,49	2.727,74	2.623,67	2.508,16
(=) Utilidad antes de Intereses y después de impuestos	0,00	23.064,62	24.125,76	25.228,12	26.812,81	28.002,19	31.122,46	32.405,28	33.737,35	35.120,39	36.556,21
(*) Gasto Depreciación y Amortización	0,00	7.736,54	7.736,54	7.736,54	7.060,22	7.060,22	4.160,22	4.160,22	4.160,22	4.160,22	4.160,22
(-) Variación Clientes	0,00	-18.250,88	-730,04	-759,24	-789,61	-821,19	-854,04	-888,20	-923,73	-960,68	-999,10
(-) Variación Inventarios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Variación Proveedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Variación Impuestos por Pagar	0,00	10.686,58	598,37	623,53	886,55	677,35	1.721,12	736,23	767,75	800,75	835,33
(+) Variación Gastos por pagar	0,00	8.876,14	355,05	369,25	384,02	399,38	415,35	431,97	449,25	467,22	485,90
(-) Compra de AF	0,00	0,00	0,00	0,00	-2.028,97	0,00	-14.500,00	-2.028,97	0,00	0,00	-2.028,97
(+) Venta de AF		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Flujo de Caja de los Activos (Free Cash Flow)	0,00	32.113,01	32.085,69	33.198,21	32.325,03	35.317,95	22.065,12	34.816,53	38.190,83	39.587,91	39.009,60
Inversión Inicial	-48.759,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Flujo de Caja de los Activos (Free Cash Flow)	-48.759,30	32.113,01	32.085,69	33.198,21	32.325,03	35.317,95	22.065,12	34.816,53	38.190,83	39.587,91	39.009,60
Ka (WACC)	10,69%	<i>Tasa de descuento del Proyecto.</i>									
VAN (Proyecto)	86.528,13	<i>Valor Actual neto de los flujos de Caja del Proyecto hasta el año 10, sin tomar en cuenta como se financia.</i>									
TIR (Proyecto)	65,90%	<i>Tasa de descuento con la que el VAN del proyecto sería cero.</i>									

El flujo de caja de los activos del proyecto es positivo, para los 10 años proyectados esto quiere decir que AVCALSEG cubrirá todos sus gastos, costos, intereses, impuestos manteniendo su operatividad. Al ser positivo el esquema presentado se determina que la empresa tiene dinero para reducir su deuda y generar mayor inversión.

Tabla 42. Equity Cash Flow

Flujo de Caja de los Activos (Free Cash Flow)	-48.759,30	32.113,01	32.085,69	33.198,21	32.325,03	35.317,95	22.065,12	34.816,53	38.190,83	39.587,91	39.009,60
(-) Gastos financieros	0,00	-3.218,11	-3.167,99	-3.112,35	-3.050,59	-2.982,04	-2.905,95	-2.821,49	-2.727,74	-2.623,67	-2.508,16
(+) Variación Deuda LP y CP	29.255,58	-455,67	-505,80	-561,44	-623,19	-691,75	-767,84	-852,30	-946,05	-1.050,12	-1.165,63
(=) Flujo de Caja del Accionista (Equity Cash Flow)	-78.014,87	28.439,22	28.411,90	29.524,42	28.651,24	31.644,16	18.391,33	31.142,74	34.517,04	35.914,12	35.335,81
<i>Diferencia de caja (Balance)</i>		28.439,22	28.411,90	29.524,42	28.651,24	31.644,16	18.391,33	31.142,74	34.517,04	35.914,12	35.335,81
<i>Diferencia de caja (Balance) - ECF</i>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Ke	16,00%	<i>Tasa de descuento del Accionista.</i>
VAN	-22.866,95	<i>Valor Actual neto de los flujos de Caja del Accionista hasta el año 10.</i>
TIR	35,24%	<i>Tasa de descuento con la que el VAN del accionista sería cero.</i>

El flujo de caja para el accionista, indica que es rentable la inversión en este proyecto ya que genera resultados positivos indicando que el accionista recuperaría su dinero y además tendría efectivo para reinvertir en la empres

7. CONCLUSIONES

- El Ecuador es un país enriquecido con diferentes atractivos naturales óptimos para el turismo de aventura generando como resultado una alta demanda de turistas aventureros especialmente extranjeros, a pesar de esto el país no ha desarrollado esta actividad correctamente, definitivamente el país debe establecer estrategias para la evolución de esta actividad implementando: organismos de control, estándares de calidad y seguridad, especialización de personal y control de impacto ambiental.
- Existen accidentes por la mala práctica de deportes de aventura en le Ecuador, es por eso que se necesita una institución o empresa que controle esta actividad. Mediante las entrevistas realizadas a expertos del ámbito turístico con mayor conocimiento acerca del turismo de aventura, determinan que es factible y necesario una empresa privada de certificación para el turismo de aventura.
- La empresa certificadora de calidad invertirá una mayor cantidad de recursos en su personal ya que ellos deben ser personas especializadas, éticas y responsables de esa manera se garantiza la credibilidad de la certificación.
- El ciclo de operaciones de AVCALSEG ha sido establecido de tal forma que se satisfaga todas las necesidades de los clientes, además de cumplir todo los procedimientos, el ciclo de operaciones ha sido diseñado para eliminar cualquier tipo de error en la operación.
- El plan financiero de la empresa arroja resultados positivos en la proyección del proyecto determinando la rentabilidad del negocio.

8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda a toda Cámara de Turismo, Gobiernos locales descentralizados, Organismo de control Turísticos, Ministerio de Turismo y comunidad en general, respaldar a esta iniciativa de negocio ya que lo único que busca es disminuir los accidentes por turismo de aventura, garantizar seguridad y mejorar la calidad de servicios de esta actividad.
- A todo negocio turístico involucrado con turismo de aventura y a los guías turísticos del Ecuador que se desenvuelvan en esta actividad se les recomienda que prueben el producto que la empresa AVCALSEG les ofrece, ya que de esa manera mejoraran sus operaciones y calidad de servicios.
- A los inversionistas se recomienda que inviertan en este proyecto ya que la rentabilidad del mismo es factible como se detalla en el plan financiero de la empresa, además es una iniciativa que genera un aporte a la comunidad donde se aplica la certificación y además disminuye el impacto ambiental.

9. REFERENCIAS

Administración Edificio Trento, 2012

Agencia ANDES (2011), Fijan normas técnicas para turismo de aventura en Ecuador, Revista Vistazo recuperado el 31 de Agosto de 2012 <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=16548>

Aguilar A (2012), ¡Falló el parapente y adiós!, *Diario El Extra*, recuperado el 28 de Agosto de 2012 <http://extra.ec/ediciones/2012/05/13/cronica/fallo-el-parapente--y-adios/>

Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (2012), Normas Técnicas de Turismo de Aventura recuperado el 31 de Agosto de 2012 <http://www.optur.org/normas-tecnicas-turismo-aventura.html>

Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (2012), Estadísticas de Turismo en el Ecuador- Estadísticas Turismo - Junio 2012, recuperado el 06 de Septiembre de 2012 <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html#descarga>

Banco Central del Ecuador (2012), Estadísticas Macroeconómicas Agosto 2012, recuperado el 11 de septiembre de 2012 <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000019>

Bonilla, J. (2012), El Puenting, el vértigo del vacío. Quito, Ecuador: Revista Criterios

Bonilla, J. (2012), El rafting, la pasión por la velocidad fluvial. Quito, Ecuador: Revista Criterios

Braidot, N. (2012), Política de Precios, recuperado el 08 de octubre de 2012 http://web.usal.es/~nbraidot/material_alumnos/4to-ade-07-P-Precios.pdf

Cámara de Comercio de Quito, (2012), Pasos para constituir la empresa recuperado el 17 de Octubre de 2012 http://www.conquito.org.ec/prueba/index.php?option=com_content&view=article&id=117%3Astep-by-step&catid=40&Itemid=196

Cardoso, (2012), Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada recuperado el 27 de septiembre de 2012 <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev11/1a.htm>

Center for Ecotourism and Sustainable Development, (2009), Manual 1 Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y Ecoturismo, Recuperado el 25 de julio de 2012 http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/funding_spanish.pdf

Center for Ecotourism and Sustainable Development, (2009) Manual 4 Financiamiento de programas de Certificación, recuperado el 25 de julio de 2012 http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/funding_spanish.pdf

Center for Ecotourism and Sustainable Development, (2009) Manual 3 Pasos prácticos para mercadear la certificación Turística , recuperado el 25 de julio de 2012 http://www.rainforest-alliance.org/sites/default/files/site-documents/tourism/documents/funding_spanish.pdf

CEEI GALICIA, S.A, (2010), COMO REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO, recuperado el 02 de octubre de 2012, http://www.bicgalicia.org/files/Manuais_Xestion/cast/3RealizarEstudodeMercado_cas.pdf

Costasur, Submarinismo y Snorkell Ecuador Sudamérica, recuperado el 30 de Septiembre de 2012 <http://ecuador.costasur.com/es/buceo.html>

Conceptos Fundamentales del Turismo, (2003), Proyecto FIT Perú recuperado el 27 de septiembre de 2012 http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf

Diario El Diario (2012), Turistas atacados por caimán no fueron advertidos del peligro, recuperado el 31 de Agosto de 2012 <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/240677-turistas-atacados-por-caiman-no-fueron-advertidos-del-peligro/>

Diario El Hoy (2009), Turista irlandés muere en Pastaza cuando hacía rafting recuperado el 28 de Agosto de 2012 <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/turista-irlandes-muere-en-pastaza-cuando-hacia-rafting-351965.html>

Diario El Universo, (2012), La informalidad caracteriza al mercado laboral, recuperado el 10 de Septiembre de 2012 <http://www.eluniverso.com/2012/04/29/1/1447/informalidad-caracteriza-mercado-laboral.html>

Diario El Telégrafo, (2012), Ecuador mejora en sus índices sociales, recuperado el 10 de septiembre de 2012 http://www.eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=39582&Itemid=2

Diario Hoy (2012), Inflación de Ecuador se acelera a 0,26% en julio, Recuperado el 10 de Septiembre de 2012 <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/inflacion-de-ecuador-se-acelera-a-0-26-en-julio-558139.html>

Ecuador Camping, (2012) Cabalgatas en Baños recuperado el 28 de Septiembre de 2012 <http://www.ecuadorcamping.com/banos-cabalgatas.php>

Ecuador Camping, Cicloturismo en Baños, recuperado el 28 de Septiembre de 2012 <http://www.ecuadorcamping.com/banos-bicicletas.php>

Ecuador.travel, (2011), Surf en Ecuador, guía de surf en Ecuador, las mejores playas y las estaciones de viaje, recuperado el 30 de septiembre de 2012 <http://old.ecuador.travel/es/que-hacer-en-ecuador/surf-en-ecuador/ecuador-guia-de-surf.html>

Ecuador Virtual Magazine, Mayo 2012, 26 Edición recuperado el 10 de Octubre de 2012 <http://www.ecuvirtual.com/>

Ecuador.travel (2012), Bicicleta de montaña en el Ecuador. Recuperado el 22 de Agosto de 2012 <http://www.ecuador.travel/espanol/que-hacer-en-ecuador/ciclismo-de-montana-en-ecuador.html>

EcosTravel, Kayaking, recuperado el 28 de septiembre de 2012 <http://www.ecostravel.com/ecuador/tours/kayaking.php>

EcosTravel, (2012) Canoping recuperado el 28 de Septiembre de 2012 <http://www.ecostravel.com/ecuador/tours/canoping.php>

EcosTravel, (2012), Mindo Ecuador, Tubing, recuperado el 30 de Septiembre de 2012 <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/tubing-mindo.php>

Fundación Habbit y Desarrollo, Grupo de Turismo Sustentable (2006), Programa de Turismo Alternativo, Turismo de Aventura, Recuperado el 22 de Agosto de 2012 <http://www.turismosustentable.org/turismo-alternativo.php>

Geoturs, (2011) Canyoning Baños Ecuador recuperado el 28 de Septiembre de 2012 http://www.geotoursbanios.com/turismo_de_aventura/canyoning-ecuador.html

Guía ecuatoriana de Transporte y Turismo Fundada en 1963, recuperado el 10 de octubre de 2012 <http://www.transport.com.ec/>

Jaramillo, Alicia, Unidad Conservación y Biodiversidad, recuperado el 22 de Agosto de 2012 http://www.cti.espol.edu.ec/maestros/Proyectos_ATEES/copol/principal.htm

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2012), recuperado el 14 de octubre del 2012

Mapa Político del Ecuador, (2012), recuperado el 14 de octubre de 2012 http://www.galaquil.com/galaquil/html/articulos/nuestro_ecuador.html

Marzano, Giuseppe (2011), informe de segmentación del sector turístico Ecuatoriano, recuperado el 23 de Agosto de 2012 http://www.redproductiva.org/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=74&lang=e

Mercado, D. (2009), Estrategias y Tácticas de Ventas, recuperado el 09 de Octubre de 2012 http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/subs_produccion/cultura_emprende/seminarios/Seminario_13.pdf

Ministerio de turismo del Ecuador (2012), Publicaciones Completas, Publicación Junio 2012, recuperado el 25 de julio de 2012, disponible en http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=4464

Ministerio de turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, Decretó No. 3400

Ministerio de Turismo, (2011), Barómetro Turístico de Ecuador Vol1, recuperado el 10 de septiembre de 2012 http://yebool.com.ec/wp-content/uploads/2011/01/Barometro_para_difusion.pdf

Moreno, Elisabet (2007), El turismo en Ecuador, Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito, recuperado el 06 de Septiembre de 2012 http://www.icex.es/FicherosEstaticos/auto/0806/turismo_24335_.pdf

Muñiz, R. (2012) Marketing en el Siglo XXI. 3ª EdiciónCAPÍTULO 4. Producto y precio, recuperado el 08 de octubre de 2012 <http://www.marketing-xxi.com/politica-de-precios-48.htm>

Ogayar, Manuel. ESTRATEGIAS GENÉRICAS COMPETITIVAS recuperado el 08 de octubre de 2012 <http://ciberconta.unizar.es/leccion/egc/estrategiasgen.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2004), Desarrollo sostenible del turismo – OMT, recuperado el 25 de julio 2012, http://www.manizales.unal.edu.co/modules/ununesco/admin/archivos/desarrollo_sostenibledeleturismo.pdf

OPTUR, (2011), Las nuevas tendencias en el turismo: la tecnología y la sustentabilidad, recuperado el 17 de Septiembre de 2012 <http://optur.org/noticias-turismo-ecuador/las-nuevas-tendencias-en-el-turismo-la-tecnologia-y-la-sustentabilidad>

Ordoñez, A, Determinación de la oferta actual y potencial del sector turístico en las islas Galápagos, recuperado el 21 de octubre de 2012 http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=14&ved=0CDAQFjADOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.galapagostour.org%2Findex.php%3Foption%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D161%26lang%3Des&ei=SjmEUPy2Gcmt0AHe34Ao&usg=AFQjCNEBHznMFEAX-eO0IYpS7yoyY1BDlw

PLANDETUR2020, (2007), Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador.

Rainforest Alliance (2002), Certificaciones Turísticas en Centroamérica Recuperado el 22 de Julio 2012, <http://www.bcienegociosverdes.com/Almacenamiento/Biblioteca/72/archivo.pdf>

Rodríguez, B (2012), El deporte extremo sin controles en Mindo, El Comercio.com, jueves 31/05/2012 recuperado el 27 de agosto de 2012

http://www.elcomercio.com/seguridad/deporte-extremo-controles-Mindo_0_709729254.html.

Robbins, S. y Coulter, M. (2005), Administración, Octava Edición, México: Pearson Educación

Social Media, (2011), Tipos de Turismo, recuperado el 1 de Octubre de 2012
<http://blog.lomas-travel.com.mx/tours-y-atracciones/tipos-de-turismo/>

Tamayo, C. (2010), Turismo de Aventura en el Ecuador, como Alternativa Sostenible de Desarrollo. Quito: Ecuador, recuperado el 25 de julio de 2012
<http://186.5.26.141/handle/123456789/56>

Vega Diana (2012), Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, Ecuador está entre los cinco mejores países del mundo para realizar deporte de aventura, Recuperado el 22 de Agosto de 2012
<http://www.andes.info.ec/deportes/2400.html>

Vela, E., Soto, M., Miranda, D., (2010), Proyecto de Implementación de una operadora de Turismo en el Ecuador. Quito, Ecuador: Escuela Superior Politécnica del Litoral recuperado el 30 de Septiembre de 2012
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11435/1/tesis%20terminada.pdf>

10. ANEXOS


ANEXO 1

Modelo de la entrevista

Cuestionario de Evaluación del Negocio

Entrevista con Expertos

Buenos días/tardes



Identificación del experto a entrevistar.
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles su nombre?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles el Nombre de la Empresa en que trabaja?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué Cargo desempeña en esta empresa?

Perfil del Experto
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo describiría su perfil profesional?

Turismo de Aventura
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué conoce acerca del turismo de aventura en el Ecuador?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Según usted cuáles son los deportes de aventura que más se practican en el Ecuador?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué sitios turísticos en el Ecuador proporcionan mayor variedad de atractivos turísticos de aventura para el viajero?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué complicaciones cree usted que puede traer el turismo de aventura a la naturaleza?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan exitoso es para el empresario desarrollar un negocio que implique esta tendencia turística?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tan importante es para usted la seguridad en la práctica de deportes de aventura?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuando hablamos de seguridad en deportes de aventura nos referimos solamente a personal capacitado o existen otras variables a considerar como equipamiento o infraestructura?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cree usted que el ministerio de turismo como órgano regulador de la actividad turística en el Ecuador controla correctamente el

turismo de aventura en este país?

- ¿Conoce usted de algún accidente lamentable por la mala práctica de deportes de aventura?

Certificación Turística de Aventura



- ¿Cree usted que cada deporte de aventura debería tener estándares de calidad?
- En la actualidad existe los viajeros expertos, generalmente son turistas extranjeros ¿Cree usted que ellos demandan opciones turísticas certificadas?
- ¿Es importante que los operadores, agencias de viajes, lodges turísticos y embarcaciones turísticas que ofrecen actividades de turismo de aventura tengan incorporados estándares de seguridad planes de respuesta a emergencias, aceptación de riesgos, planes de prevención? ¿Por qué?
- ¿Cree usted que las certificaciones turísticas permiten innovar la calidad del servicio, mejorar las prácticas ambientales y generar aporte a la comunidad que se desarrollan?
- ¿Cree usted que el costo de adquisición de una certificación turística refleja resultados positivos en la rentabilidad de la empresa?
- ¿El éxito de un negocio certificado es mayor que el de uno que no es certificado?
- ¿Es necesario para usted que exista una empresa privada ofrezcan servicios de auditoría y certificación a negocios turísticos que ofrezcan actividades de aventura?

ANEXO 2

Entrevista #1

Nombre del entrevistado: Verónica Román

Lugar de trabajo del entrevistado: Zona Travel

Cargo que desempeña en Zona Travel: Gerente

Perfil del Experto:

- Ingeniera en Administración Turística
- Profesora de la Universidad de las Américas, carrera Hotelería y Turismo.
- Dueña y socia de la agencia Zona Travel.
- 7 años de experiencia en Agencias de Viaje.
- Experta en operación y planificación turística.

¿Qué conoce acerca del turismo de aventura en el Ecuador?

Ecuador se vende como destino de turismo de aventura en diferentes modalidades, esta tendencia esta sectorizada, el país vende muchos productos tenemos: Rafting, Buceo Kayaking, Surfing, Canopy. Todo esto depende de la ciudad donde se realice.

El turismo de aventura no está regulado como muchas cosas en el turismo, se tiene una ley arcaica, y por ultimo existe mucha informalidad.

El Ecuador tiene de la ventaja de tener muchos productos ya posicionados y esto se debe a Campeonatos Mundiales que se realizan aquí. Hay campeonatos como: campeonato de rafting, surfing entre otros. Los turistas de aventura dependen de la actividad, la especialización, conocimiento y técnica pueden ser nacionales o extranjeros.

¿Según usted cuáles son los deportes de aventura que más se practican en el Ecuador?

- Alta Montaña
- Surfing
- Buceo de profundidad
- Rafting
- Canyoning

¿Qué sitios turísticos en el Ecuador proporcionan mayor variedad de atractivos turísticos de aventura para el viajero?

- Montañita.
- Galápagos
- Isla de la Plata
- Rio Napo
- Rio Mulate
- Rio Quijos
- Baños
- Mindo

¿Qué complicaciones cree usted que puede traer el turismo de aventura a la naturaleza?

El impacto es alto, todo depende de la técnica con que se realice la actividad. Este turismo es de un grupo reducido, por eso se tiene que considerar el lugar que se lo haga, ahora si ponemos como ejemplo Mindo donde el principal motivo de llegada es el turismo de aventura, a la larga la llegada de turista si ha causado daño en la naturaleza.

Si se masifica este turismo es posible que dañe incluso el paisaje natural de los destinos.

¿Qué tan exitoso es para el empresario desarrollar un negocio que implique esta tendencia turística?

Si es rentable, pero implica una inversión amplia porque dependiendo del tipo de deporte de aventura necesitas tener equipo, además se necesita

conocer los tipos de guías con los que voy a trabajar. El mercado de deportes de aventura exige que te especialices en 1 o 2 deportes, pero tampoco cerrando la opciones de otros deportes al turista. Los negocios deben considerar que la aventura implica riesgo y siempre existirá la posibilidad que ocurra algo.

¿Qué tan importante es para usted la seguridad en la práctica de deportes de aventura?

Totalmente importante

¿Cuando hablamos de seguridad en deportes de aventura nos referimos solamente a personal capacitado o existen otras variables a considerar como equipamiento o infraestructura?

Se debe considerar equipamiento, infraestructura, los guías turísticos y especialmente la persona encargada de la planificación y operación turística tiene la obligación de haber probado la actividad o el producto antes de poner el producto a la venta. De esta forma uno puede delimitar hasta que punto de riesgo se tiene y como contrarrestar los problemas que puedan ocurrir.

Es importante conocer como empresario que uno no puede certificar un producto si no lo ha probado.

¿Cree usted que el ministerio de turismo como órgano regulador de la actividad turística en el Ecuador controla correctamente el turismo de aventura en este país?

No, en lo absoluto no existe control por parte del Ministerio de Turismo y en el caso de Quito la empresa Metropolitana de Quito Turismo.

La causa puede ser que dentro de estas entidades no existen personas con estudios y experiencia en turismo. Además no existen personas certificadas en el ámbito.

Mindo y Baños son ejemplos claros de la falta de control de un órgano regulador para la actividad turística. En Baños se tiene como deporte el Bungee Jumping y se sabe que las cuerdas de este deporte tiene un tiempo de vida y se deben cambiar en un cierto tiempo, no existe un organismo de control que controle que ya se cumplieron los saltos máximos que la cuerda permite.

¿Conoce usted de algún accidente lamentable por la mala práctica de deportes de aventura?

En Mindo murió una mujer Estadounidense al practicar canopy, implicado el nombre de Arasha una hostería cuyo nombre ya esta posicionado desde hace muchos años atrás, esto se debe a que la turista estaba alojada en este lugar y adquirió este tour de canopy por medio de la hostería. En esta parte analizamos hasta que punto Arasha evaluó el profesionalismo de la empresa con la que intermedio para que esta turista pueda comprar su producto de canopy. Se supone según lo que nos comentan los guías que la causa de muerte de esta turista fue que no existía el cable de seguridad que exige este deporte.

Arasha intermedio- vendió y comisiono es por eso que la demanda fue contra la hostería también aparte del operador de canopy.

¿Cree usted que cada deporte de aventura debería tener estándares de calidad?

Tiene que haber porque cada deporte de aventura es diferente, los estándares deben estar ajustados a la actividad. No es lo mismo vender un producto para alguien que no tenga experiencia con un deportista especializado. Se debe estandarizar muchos factores como equipamiento, nivel de conocimiento de los guías, personal de mantenimiento de equipos.

En la actualidad existe los viajeros expertos, generalmente son turistas extranjeros ¿Cree usted que ellos demandan opciones turísticas certificadas?

El extranjero a diferencia del turista ecuatoriano se informa del destino, de las actividades y quien le va ofrecer el servicio.

**¿Es importante que los operadores, agencias de viajes, lodges turísticos y embarcaciones turísticas que ofrecen actividades de turismo de aventura tengan incorporados estándares de seguridad planes de respuesta a emergencias, aceptación de riesgos, planes de prevención?
¿Por qué?**

Definitivamente, es sumamente importante que cumplan estándares para operar.

¿Cree usted que las certificaciones turísticas permiten innovar la calidad del servicio, mejorar las prácticas ambientales y generar aporte a la comunidad que se desarrollan?

Claro que sí, porque generan un valor agregado desde el ámbito comercial. Por ejemplo se puede comparar los resultados que generan los negocios que son acreedores a la certificación de Rainforest Alliance la cual permite identificar a las empresas como negocios equilibrados con el medio ambiente.

¿Cree usted que el costo de adquisición de una certificación turística refleja resultados positivos en la rentabilidad de la empresa?

Se analiza el costo-beneficio donde se observa la adquisición de una certificación como una inversión para la empresa a nivel comercial que refleja seguridad en la empresa ya que todo el proceso de producción esta certificado y el riesgo es mínimo. El producto certificado se vende así mismo especialmente con clientes que conocen sobre las certificaciones como los extranjeros los cuales consideran a estas certificaciones como una garantía.

¿El éxito de un negocio certificado es mayor que el de uno que no es certificado?

Si, hablando a nivel comercial podemos poner el ejemplo de lugares que operan con certificaciones, el mismo hecho de tener el sello en mi establecimiento, en mi página web, en mi publicidad esto significa que quien vea este sello va a comprar mi producto. La certificación exige a que uno siga cumpliendo los estándares y trabaje para vender el producto certificado

¿Es necesario para usted que exista una empresa privada que ofrezca servicios de auditoría y certificación a negocios turísticos que ofrezcan actividades de aventura?

Yo creo que si es necesario, ya que al ser una empresa privada de certificación me garantiza que la gente que certifica va a tener un alto nivel de preparación. El trámite de certificación al ser por medio de una empresa privada se puede deducir que no va a ser un trámite burocrático. Además se puede tener la seguridad que el proceso de certificación será más transparente y ético.

Es sumamente importante fijarse en los resultados que tiene CyD actualmente certificando negocios a nivel internacional. Esto se debe a que trabajan con expertos y siempre están a la vanguardia además de tener capacitaciones propias.

ANEXO 3

Entrevista # 2

Nombre del entrevistado: Alejandro Barros

Lugar de trabajo del entrevistado: Reserva Geobotánica del Pululahua

Cargo que desempeña: Jefe de la Reserva del Ministerio del Ambiente

Perfil del Experto:

- Experiencia en Turismo Ambiental
- Consultorías en Turismo de Aventura
- Licenciado en Ecoturismo por la Universidad Central del Ecuador
- Especialización en empresas Eco turísticas
- Profesor de la Universidad de las Américas

¿Qué conoce acerca del turismo de aventura en el Ecuador?

Es una de la actividad que se pretende atreves del Ministerio de Turismo mejorar y cualificarle para promocionar a nivel mundial. Se necesita que los procesos dentro de cada deporte sean manejados adecuadamente, el Ministerio de Turismo, las Cámaras de turismo y tour operadores necesitan una normativa de operación.

¿Según usted cuáles son los deportes de aventura que más se practican en el Ecuador?

Es de acuerdo a la diversidad de escenarios, el ministerio de turismo ha promocionado un gran número de deportes de Aventura en aire, tierra y agua que se adecuan a las diferentes regiones naturales del Ecuador. Tenemos alta potencialidad para albergar deportes de aventura innovadores o convencionales

¿Según usted cuáles son los deportes de aventura que más se practican en el Ecuador?

De acuerdo a la escenografía, topografía, el Ecuador presente una gama infinita para deportes de aventura.

¿Qué complicaciones cree usted que puede traer el turismo de aventura a la naturaleza?

Si la operación está mal manejada los impactos ambientales son muy altos, el daño que puede causar puede ser: generación de basura, impacto de sonido, afectación a ecosistemas, daño a especies emblemáticas.

¿Qué tan exitoso es para el empresario desarrollar un negocio que implique esta tendencia turística?

Nada está dicho todo depende del enfoque del empresario, como ataca al mercado y establece estrategias adecuadas para atraer al turista que le gusta los deportes de aventura.

Es importante que al momento que los tour operadores especializados llegan al tope de los años de crecimiento vayan de caída porque el mercado no solo se enfoca al deporte de especialización del tour operador.

¿Qué tan importante es para usted la seguridad en la práctica de deportes de aventura?

Como todo lugar si se asegura la operación con calidad y brindas seguridad, un ejemplo de lo que no se debe hacer es el destino turístico Mindo que se afecto por una operadora que se encontraba operando sin estándares de seguridad, sin mantenimiento y renovación de equipos.

¿Cuando hablamos de seguridad en deportes de aventura nos referimos solamente a personal capacitado o existen otras variables a considerar como equipamiento o infraestructura?

Tenemos que tomar en cuenta mantenimiento y renovación de equipos, entrenamiento al personal no solo en la operación, se debe capacitar para

situaciones en caso de emergencia. Además se debe implementar planes de contingencia, planes de evacuación y asistencia emocional al turista.

¿Cree usted que el ministerio de turismo como órgano regulador de la actividad turística en el Ecuador controla correctamente el turismo de aventura en este país?

Para mi parecer no controla como debería ser, es por eso que existen tantos lugares en el Ecuador donde los operadores de turismo de aventura trabajan sin ningún control. El ministerio de turismo no tiene herramientas ni personal adecuado para controlar esta actividad.

¿Conoce usted de algún accidente lamentable por la mala práctica de deportes de aventura?

Conozco del problema suscitado en Mindo, deberíamos analizar la situación actual del país y desarrollar estrategias para controlar la mala práctica de deportes de aventura.

¿Cree usted que cada deporte de aventura debería tener estándares de calidad?

El ministerio de turismo ha desarrollado estándares de calidad en la Normativa técnica de deportes de aventura, lo que se debe hacer es analizar si son las adecuadas mediante un seguimiento de control a los tour operadores

En la actualidad existe los viajeros expertos, generalmente son turistas extranjeros ¿Cree usted que ellos demandan opciones turísticas certificadas?

Estamos en un mundo globalizado las empresas que no tienen una certificación turística definitivamente no pueden vender, el lograr alcanzar una certificación significa que sus operaciones son las adecuadas y además tienen altos estándares de calidad.

¿Es importante que los operadores, agencias de viajes, lodges turísticos y embarcaciones turísticas que ofrecen actividades de turismo de

aventura tengan incorporados estándares de seguridad planes de respuesta a emergencias, aceptación de riesgos, planes de prevención?

¿Por qué?

Es sumamente necesario.

¿Cree usted que las certificaciones turísticas permiten innovar la calidad del servicio, mejorar las prácticas ambientales y generar aporte a la comunidad que se desarrollan?

Una certificación visibiliza que la operatividad en el turismo es adecuada, ya se está manejando con personas capacitadas para interactuar con la naturaleza.

¿Cree usted que el costo de adquisición de una certificación turística refleja resultados positivos en la rentabilidad de la empresa?

Es una inversión adquirir una certificación, a nivel mundial la certificación abaliza que la empresa se está manejando bien. Un ejemplo del gran éxito de las certificaciones son los emprendimientos en turismo sostenible que han adecuado certificaciones y los resultados obtenidos son muy buenos.

¿El éxito de un negocio certificado es mayor que el de uno que no es certificado?

Definitivamente si va tener un mayor éxito.

¿Es necesario para usted que exista una empresa privada ofrezcan servicios de auditoría y certificación a negocios turísticos que ofrezcan actividades de aventura?

Es más que justo y necesario, ya que en el Ecuador no existen empresas que certifiquen los procesos de las tour operadoras. El detalle es la calidad que la empresa certificadora vaya exigir para poder monitorear, se genera una auditoria siempre y cuando la necesidad sea creciente, en el caso del Ecuador el turismo de aventura se está desarrollando y la certificación no la debe hacer el ministerio de turismo ni los gobiernos centrales.

La certificación pública es óptima para analizar aspectos legales como permisos más el trabajo de certificación de estándares de calidad debe estar destinado a una empresa privada.

ANEXO 4

Entrevista #3

Nombre del entrevistado: Walter Ocaña

Lugar de trabajo del entrevistado: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Cargo que desempeña: Técnico especialista en desarrollo turístico

Perfil del Experto:

- Docente de la Universidad de las Américas
- Licenciado en turismo Ecológico por la Universidad Central del Ecuador
- Especializado en diseño y gestión de proyectos de desarrollo social en la FLACSO
- Desarrollo y planificación Turística
- Docente por más de 7 años en instituciones públicas y privadas siempre en el ámbito turístico

¿Qué conoce acerca del turismo de aventura en el Ecuador?

El turismo de aventura es la tercera tendencia turística de venta por el Ecuador, es decir para quienes vienen del exterior, en el caso del turismo nacional se encuentra en un 5 puesto, es una iniciativa nueva a pesar de que deportes y actividades como el trekking y el montañismo llevan más de 60 años de práctica. Como oferta productiva del país lleva alrededor de 10 o 12 años.

¿Según usted cuáles son los deportes de aventura que más se practican en el Ecuador?

El deporte que más se practica en el Ecuador y en el mundo es el trekking o la caminata, dentro de esta existen varias modalidades como: media y alta montaña, excursionismo. También se explota varias actividades desarrolladas en varios terrenos: acuáticos, terrestre y aéreos. Deportes involucrados con descensos de barrancos, en cuerdas, además el parapentismo y paracaidismo son actividades explotadas en el país.

¿Según usted cuáles son los deportes de aventura que más se practican en el Ecuador?

De las 24 provincias todas ofrecen algún deporte de la línea de productos de turismo de aventura, dentro de estas provincias se ha analizado que se practican 24 actividades diferentes pero solo 10 son priorizadas en la normativa técnica del Ministerio de turismo del Ecuador para deportes de aventura. Hay provincias que tienen mayor potencialidad para el desarrollo del turismo de aventura, un ejemplo es la ciudad de Baños o el caso de Mindo. En la amazonia los deportes de aventura son más especializados, además los sectores con estribaciones como Santo Domingo de los Tsachilas y Cuenca ofrecen una amplia gama de actividades para el turismo de aventura

¿Qué complicaciones cree usted que puede traer el turismo de aventura a la naturaleza?

En un estudio realizado para el Ministerio de Turismo del Ecuador, se analizó el impacto ambiental de esta actividad sobre diferentes áreas: agua, suelo, flora y fauna. Dentro de este estudio se encontró que los deportes motorizados de aventura generan un mayor daño a estas variables. Las demás actividades de aventura al no ser un turismo masivo no generan un mayor impacto.

¿Qué tan exitoso es para el empresario desarrollar un negocio que implique esta tendencia turística?

Es exitoso siempre y cuando pueda ofrecer calidad en los servicios

¿Qué tan importante es para usted la seguridad en la práctica de deportes de aventura?

Este tipo de turismo necesita una alta capacidad de seguridad, turismo de deportes de aventura sin seguridad no se puede reconocer.

¿Cuando hablamos de seguridad en deportes de aventura nos referimos solamente a personal capacitado o existen otras variables a considerar como equipamiento o infraestructura?

Cuando se habla de seguridad se habla de un proceso integral, estamos comprometiendo por un lado al operador u ofertante, por otra parte el turista como ente activo del desarrollo turístico, los organismos de gestión de control, el entorno. La seguridad en deportes de aventura se entiende en dos partes: la infraestructura básica y la infraestructura especializada.

¿Cree usted que el ministerio de turismo como órgano regulador de la actividad turística en el Ecuador controla correctamente el turismo de aventura en este país?

No, como dije el turismo de aventura como producto turístico no lleva más de 10 años, el proceso para generar la política pública de procesos de control va posterior al desarrollo de la actividad turística. En el caso de la regulación y control de las actividades de aventura no se ha hecho prácticamente nada en el país. Existe la creación de la norma técnica de deportes de aventura, la cual es una norma de operación más no de seguridad y control. El país tiene carencia de normativas para acreditación y control de deportes aventura.

Un ejemplo es los guías de turismo el Ministerio de Turismo los acredita como guías especializados pero no existe alguna institución que haya verificado las capacidades y conocimientos de los guías.

¿Conoce usted de algún accidente lamentable por la mala práctica de deportes de aventura?

Varios, básicamente en la línea de deportes de aventura, los deportes terrestres especialmente en los deportes motorizados, además en el caso de Baños los ciclistas han sufrido accidentes. No se ha dado casos graves por la ruptura de cuerdas en deportes como el Bungee y puenting. Los deportes terrestres que comprenden la gama que ofrece el trekking han traído varios accidentes especialmente en lo que se refiere a alta y media montaña. En el último año se han perdido alrededor de 80 personas realizando esta actividad y han fallecido 16 personas. Hay casos de personas ahogadas realizando cannoying y rafting

¿Cree usted que cada deporte de aventura debería tener estándares de calidad?

Todo el proceso de la actividad turística debe tener estándares de calidad, en la lógica de evolución de las actividades turísticas uno debe tener primero atractivos con infraestructuras básicas e infraestructuras turísticas, luego una estrategia de comercialización, un proceso de posicionamiento.

Cuando ya se establece la oferta turística uno debe mejorar los servicios, en el Ecuador lo menos que se tiene es la mejora de servicios es por eso hablar de estándares de calidad en la oferta turística es complicado y más aun en un turismo tan especializado como el de aventura.

Son necesarios los estándares específicos por cada deporte pero no los hay.

En la actualidad existe los viajeros expertos, generalmente son turistas extranjeros ¿Cree usted que ellos demandan opciones turísticas certificadas?

En los últimos 20 años ha aparecido la moda por las certificaciones, específicamente en temas ambientales, la modalidad de turismo sostenible ha generado muchas iniciativas de certificación, estas certificaciones han caído en una lógica de valoración simplemente económica, antes un podía garantizar calidad mediante certificación, muchas certificaciones se han convertido en negocios cuya finalidad no es innovar los procesos si no obtener dinero.

Las tendencias de los turistas buscan calidad, el turista Europeo y americano es más especializado y exige alternativas certificadas

Es importante que los operadores, agencias de viajes, lodges turísticos y embarcaciones turísticas que ofrecen actividades de turismo de aventura tengan incorporados estándares de seguridad planes de respuesta a emergencias, aceptación de riesgos, planes de prevención? ¿Por qué?

Si necesitan tener, en especial por lógica de operación básica, es decir cuando uno compra un producto turístico, una marca o una identidad se sobre entiende que la marca ofrecida es de calidad, entonces la incrementación de estándares de calidad, procesos de protocolo de operación son fundamentales.

¿Cree usted que las certificaciones turísticas permiten innovar la calidad del servicio, mejorar las prácticas ambientales y generar aporte a la comunidad que se desarrollan?

Depende la certificaciones se convierten en un valor agregado a la calidad de servicio, es decir si bien uno no cobra o modifica el precio de su producto por tener una certificación turística, está ofreciendo calidad y garantía de servicios, entonces en ese sentido la certificaciones cumplen con ese rol. Así mismo las certificaciones son un reconocimiento de una buena operación, sobre todo basada en el enfoque de la sostenibilidad, tomando en cuenta los 4 pilares de la sostenibilidad:

- Ambiental
- Sociocultural
- Institucional
- Ambiental

En el Ecuador como dato se tiene alrededor de 36 empresas con certificaciones en turismo sostenible y ninguna de esta vinculadas con turismo de aventura.

¿Cree usted que el costo de adquisición de una certificación turística refleja resultados positivos en la rentabilidad de la empresa?

Si es que la empresa es un emprendimiento familiar o un negocio pequeño lo que busca es solventar sus gastos para mantener la empresa, es decir mantener un margen de ganancias atrayendo un grupo de turistas. En el caso de grandes emprendimientos y empresas la certificación turística es un requisito básico, porque le va a beneficiar en la competitividad de la empresa.

Determinando la relación

Negocio familia-Certificado= gasto

Emprendimiento grande= inversión

¿El éxito de un negocio certificado es mayor que el de uno que no es certificado?

No se ha comprobado aun lo explicito en el caso de PYMES pequeña y mediana industria, los costos que las empresas han destinado para adquirir alguna certificación, no han significado una mejora en sus procesos ni obtención mayor de rentabilidad. En el caso de las medianas y grades empresas si representa un éxito el incorporar una certificación. En ese sentido el 96% de las operaciones en el Ecuador son PYMES, es por eso que una certificación con altos precios no les va rentabilidad en los negocios.

El éxito de la certificación está en la calidad del proceso de certificación y en cómo ha sido establecida la marca.

¿Es necesario para usted que exista una empresa privada ofrezcan servicios de auditoría y certificación a negocios turísticos que ofrezcan actividades de aventura?

Si, es necesario que se cree una empresa privada de certificación de deportes de aventura de esa manera se puede desarrollar la calidad de estas actividades, teniendo en cuenta que la certificación debe tener apoyo y respaldo de un organismo internacional reconocido, sector público y de los clientes es decir los operadores turísticos.

ANEXO 5

ARTICULOS DEL REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Art. 41.- Alcance de las definiciones contenida en este Reglamento.- Para efectos de la gestión pública y privada y la aplicación de las normas del régimen jurídico y demás instrumentos normativos, de planificación, operación, control y sanción del sector turístico ecuatoriano, se entenderán como definiciones legales, y por lo tanto son de obligatorio cumplimiento y herramientas de interpretación en caso de duda, según lo dispuesto en el Art. 18 del Código Civil ecuatoriano, las que constan en este capítulo.

Art. 42.- Actividades Turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la Ley:

d) Operación

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Se realizará a través de Agencias Operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas,

debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación; cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

e) Intermediación

La actividad de intermediación es la ejercida por Agencias de Servicios Turísticos las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

Por razón de las funciones que deben cumplir y, sin perjuicio de la libertad de empresa, las Agencias de Servicios Turísticos pueden ser dos clases: Agencias de Viajes Internacionales, Agencias de Viajes Mayoristas y Agencias Duales.

Son Organizadoras de Eventos Congresos y Convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial.

Art. 44.- Normas Técnicas y Reglamentarias para las actividades turísticas.- Sin perjuicio de las normas de carácter general contenidas en este Reglamento, sobre la base de las definiciones contenidas en este capítulo, únicamente el Ministerio de Turismo de forma privativa, a través de Acuerdo Ministerial, expedirá las normas técnicas y reglamentarias que sean requeridas con el objeto de establecer las particularidades y la clasificación de las actividades de turismo definidas en este Reglamento y sus respectivas modalidades. La potestad asignada en este artículo es intransferible.

Las entidades del régimen seccional autónomo o dependiente no expedirán normas técnicas ni de calidad sobre actividades o establecimientos turísticos,

no definirán actividades o modalidades turísticas ni establecerán sujetos pasivos o responsables sin que sean establecidos por el Ministerio de Turismo.

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este Reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.