



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración Turística

Evaluación del Turismo de Aventura en la Parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Administración Turística

AUTORA

Jessica Viviana Aguinaca Tene

DIRECTOR

Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.,

Loja-Ecuador

2023

Loja, 16 de Marzo de 2023

Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

C E R T I F I C O:

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Evaluación del Turismo de Aventura en la Parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chichipe**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración Turística**, de la autoría de la estudiante **Jessica Viviana Aguinaca Tene**, con cédula de identidad Nro. **1900484435**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Jessica Viviana Aguinaca Tene**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula: 1900484435.

Fecha: Loja, 16 de marzo de 2023

Correo institucional: jessica.aguinaca@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0980348968

Carta de autorización de trabajo de titulación por parte del autor para la consulta, reproducción parcial o total, y publicación electrónica del texto completo.

Yo, **Jessica Viviana Aguiñaca Tene**, declaro ser el autora de la del Trabajo de Titulación denominado: “**Evaluación del Turismo de Aventura en la Parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe**”, como requisito para optar el título de: **Ingeniera en Administración Turística**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines Académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar en contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o por la copia del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 22 días del mes de marzo del dos mil veintitrés.

Firma:

Autora: Jessica Viviana Aguiñaca Tene C.I: 1900484435

Dirección: Loja, barrió San Vicente Alto

Correo electrónico: jessica.aguinsaca@unl.edu.ec

Teléfono: 0980348968

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del trabajo de titulación: Ing. Alex Javier Quito Ramón Mgs. Sc.

Tribunal de Grado:

Presidente del Tribunal: Ing. Gladys Alexandra Suarez Jaramillo

Miembro del Tribunal: Ing. Yesenia Alexandra Briceño Luzuriaga, Mg. Sc.

Miembro del Tribunal: Ing. Luis Raúl Coronel Curimilma

Dedicatoria

A Dios y a la Virgen del Cisne por ser mi guía durante este transcurso universitario, por brindarme la oportunidad de día a día seguir cumpliendo mis metas y sin duda alguna haberme regalado la oportunidad de seguir viviendo y enfrentando cada obstáculo que se me ha presentado.

A mis padres Miguel y Edita por haberme dado la vida y apoyarme para poder terminar mi carrera universitaria. A mis hermanos por el apoyo incondicional que día a día recibí para poder culminar esta etapa en mi vida profesional, a mis dos sobrinas por llenarme de alegría y sobre todo por brindarme mucho amor.

A esa persona especial que a pesar de la distancia siempre quiso lo mejor para mí porvenir y estuvo apoyándome emocionalmente todo este tiempo, a mis tres amigas que siempre estuvimos apoyándonos de alguna manera para poder culminar nuestra tesis de la mejor manera.

Jessica Viviana Aguiñaca Tene

Agradecimiento

Agradezco a la gloriosa Universidad Nacional de Loja que me abrió sus puertas con mucha acogida, para formarme profesionalmente. De manera especial a la carrera de Administración por brindarnos excelentes docentes y sobre todo impartir una gran variedad de conocimientos y darme la oportunidad de obtener mi título de tercer nivel. A todos los docentes que nos impartieron las diversas asignaturas, mi gratitud hacia ustedes.

De manera especial agradezco a mi director de trabajo de titulación el Ing. Alex Quito, quien gracias a sus conocimientos y su apoyo constante hizo posible la realización y culminación del trabajo de tesis, así mismo al Ing. Luis Coronel por el compromiso de orientarnos y guiarnos en el trabajo de titulación.

Le doy gracias a mis padres por el apoyo incondicional que me dieron durante esta trayectoria universitaria sin su apoyo no hubiese logrado a mi familia por el apoyo y cariño incondicional.

De la misma manera a mis compañeros y las amistades que se formaron gracias por estos 5 años de risas, peleas, y sobre todo los buenos recuerdos que nos llevamos de cada gira que hemos tenido.

¡Mi agradecimiento hacia todos ustedes, Bendiciones!

Jessica Viviana Aguinsaca Tene

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificado	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Figuras	xiii
Índice de Anexos	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Turismo	6
4.2. Tipos de Turismo	6
4.2.1. Turismo Convencional.....	6
4.2.2. Ecoturismo	6
4.2.3. Turismo Cultural	6
4.2.4. Turismo Negro	6
4.3. Turismo de Aventura.....	6

4.3.1.	Antecedentes del Turismo de Aventura	6
4.3.2.	Evolución y tendencias del turismo de Aventura.....	7
4.3.3.	El turismo de Aventura en Ecuador.....	7
4.3.4.	Tipos de turismo de Aventura	8
4.3.5.	Características del Turismo de Aventura.....	9
4.4.	Promoción Turística.....	9
4.4.1.	Estrategias de Promoción	9
4.5.	Marketing.....	10
4.5.1.	Marketing Mix	10
4.5.2.	Estrategias de Marketing	10
4.5.3.	Canales de distribución.....	10
4.6.	Marco Referencial.....	11
4.6.1.	Estudios Previos.....	11
4.7.	Marco Legal	13
4.7.1.	Constitución.....	13
4.7.2.	Ley de Turismo del Ecuador.....	14
4.7.3.	Reglamento General de Actividades del Ecuador	15
4.7.4.	Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas	15
4.7.5.	Reglamento de Operación Turística de Aventura.....	16
5.	Metodología.....	18
5.1.	Área de Estudio	18
5.2.	Materiales... ..	18
5.3.	Métodos.....	19
5.3.1.	Método Analítico.....	19

5.3.2. La Investigación Bibliográfica.....	19
5.3.3. Método Inductivo.....	19
5.3.4. Método Deductivo.	19
5.4.Técnicas.....	19
5.4.1. Técnica de Observación Directa	19
5.4.2. Técnica de la Entrevista	19
5.4.3. Tamaño de Muestra	19
5.5.Metodología por objetivos	20
6. Resultados.....	22
6.1.Diagnóstico de la situación actual del turismo aventura en la Parroquia de Zamora.....	22
6.1.1. Inventarios de atractivos turísticos de aventura en la parroquia Zamora.....	22
6.2.Deportes de Aventura	29
6.3.Operadoras de turismo	29
6.4.Resumen de entrevistas.....	30
6.5.Evaluación de las actividades vinculadas al turismo de aventura que se realizan en la parroquia Zamora.....	30
6.5.1. Evaluación de la demanda.....	30
6.5.2. Análisis de Resultados de Calidad de Satisfacción	36
6.5.3. Análisis de los resultados de la evaluación a la oferta y demanda.....	46
6.6.Estrategias de Marketing para la reactivación del turismo de aventura en la parroquia Zamora.....	47
6.6.1. Análisis FODA de la parroquia Zamora.....	47
6.6.2. Análisis de FODA estratégico.....	48
6.6.3. Estrategias propuestas mediante el análisis FODA.	49
7. Discusión.....	52

8. Conclusiones.....	54
9. Recomendaciones.....	55
10. Bibliografía.....	56
11. Anexos	59

Índice de Tablas

Tabla 1. Modalidad Turística de Aventura Nomenclatura	16
Tabla 2. Cascada la Poderosa.....	22
Tabla 3. La Chismosa.....	23
Tabla 4. Parque Nacional Podocarpus.....	24
Tabla 5. Río Bombuscaro.....	25
Tabla 6. Parque lineal de Zamora.....	26
Tabla 7. Mirador tres cruces.....	27
Tabla 8. Reloj Gigante	28
Tabla 9. Actividades de aventura en Zamora	29
Tabla 10. Catastro de tuor operadoras de Zamora y Loja	29
Tabla 11. Perfil del Turista.....	31
Tabla 12. Lugar de Residencia.....	31
Tabla 13. Rango de edad.....	31
Tabla 14. Ocupación	32
Tabla 15. Grado de Instrucción.....	32
Tabla 16. Ingresos Mensuales	32
Tabla 17. Estado Civil.....	33
Tabla 18. Enuncie el atractivo turístico donde realizo turismo de aventura, en su viaje a la ciudad de Zamora.....	33
Tabla 19. ¿Qué tipo de actividad de aventura realizó en su visita a la ciudad de Zamora?	34
Tabla 20. Resultados de evaluación de calidad percibida	34
Tabla 21. Resultados de evaluación de los atractivos naturales.	37
Tabla 22. Resultados de los guías	37

Tabla 23. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de Ascenso y Descenso de Canyoning.....	38
Tabla 24. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Ascenso y Descenso de Canyoning.....	39
Tabla 25. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de ciclismo.....	40
Tabla 26. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Ciclismo....	40
Tabla 27. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de senderismo.....	41
Tabla 28. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Senderismo	41
Tabla 29. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de Tubing.....	42
Tabla 30. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Tubing...	42
Tabla 31. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de Rafting.	42
Tabla 32. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Rafting	43
Tabla 33. Evaluación de los equipos y accesorios del turista y guía en la actividad de Salto del puente.....	43
Tabla 34. Matriz FODA.....	45
Tabla 35. Análisis de FODA estratégico.....	46
Tabla 36. Precios de los servicios de aventura por persona	48
Tabla 37. Precios de los servicios de aventura por paquetes.....	48

Índice de Figuras

Figura 1. Mapa Geográfico del Cantón Zamora	18
Figura 2. Cascada la Poderosa	22
Figura 3. La Chismosa	23
Figura 4. Parque Nacional Podocarpus	24
Figura 5. Rio Bombuscaro	25
Figura 6. Parque Lineal de Zamora.....	26
Figura 7. Mirador tres cruces	27
Figura 8. Reloj Gigante.....	28
Figura 9. Diseño de Paquete Turístico	47
Figura 10. Diseño Marca, logotipo y nombre	47
Figura 11. Publicidad en Facebook.....	48
Figura 12. Publicidad en Instagram	49
Figura 13. Publicidad en Pagina Web	49

Índice de Anexos

Anexo 1. Oficio designación de director del trabajo de titulación	59
Anexo 2. Certificado del Abstract.....	60
Anexo 3. Modelo de Entrevista para empresas que ofrecen servicio turístico.....	61
Anexo 4. Modelo de encuesta dirigida para turistas y visitantes	65
Anexo 5. Evaluación por actividades de aventura a los prestadores de servicio.....	69
Anexo 6. Registro Fotográfico.....	82

1. Título

“Evaluación del Turismo de Aventura en la parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe”

2. Resumen

El presente trabajo de investigación denominado “**Evaluación del turismo de Aventura en la Parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe.**”, se planteó como objetivo General: “Evaluar el turismo de aventura de la Parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia Zamora Chinchipe”; también se plantearon tres objetivos específicos: “Realizar un diagnóstico de la situación actual del turismo aventura la parroquia Zamora”; “Evaluar qué tipo de actividades vinculadas al turismo de aventura se realizan en la parroquia Zamora” y “Establecer estrategias de marketing que permitan reactivar el turismo de aventura en la parroquia Zamora”. Se creó una matriz de diagnóstico tomando en cuenta la metodología del MINTUR para determinar los atractivos turísticos aptos para realizar deportes de aventura, adicional a ello se realizó entrevistas a las personas de las empresas vinculadas con la actividad turística, se aplicaron encuestas a la oferta y demanda para la evaluación de las actividades de aventura, se elaboró un FODA desde la parte interna y externa de la parroquia, además se realizó un FODA estratégico, el mismo que nos sirvió para obtener las estrategias de marketing para la reactivación del turismo de aventura en la parroquia. Los resultados en la evaluación aplicada a la oferta y la demanda arrojan que los turistas con un 38% dando como Buena en la escala de Likert han recibido un buen servicio por parte de las operadoras turísticas, sin embargo también mencionan su insatisfacción en cuanto a equipamiento y accesorios con un 15% siendo Regular por la falta de implementos. Como recomendación se planteó a las empresas que brindan este tipo de servicio implementar paquetes turísticos con relación a los deportes de aventura, contar con implementación en buen estado y tener guías profesionales y certificados para el desarrollo de esta actividad.

Palabras Claves

Turismo, Turismo de aventura, marketing, estrategias, parroquia Zamora.

2.1. Abstract

The present research work called "Evaluation of Adventure tourism in the Zamora Parish, Zamora Canton, Zamora Chinchipe Province.", was raised as a General objective: "Evaluate adventure tourism in the Zamora Parish, Zamora Canton, Zamora Chinchipe Province "; Three specific objectives were also raised: "Make a diagnosis of the current situation of adventure tourism in the Zamora parish"; "Evaluate what kind of activities related to adventure tourism are carried out in the Zamora parish" and "Establish marketing strategies that allow the reactivation of adventure tourism in the Zamora parish". A diagnostic matrix was created taking into account the MINTUR methodology to determine the tourist attractions suitable for adventure sports, in addition to this, interviews were conducted with people from companies related to tourism, surveys were applied to the offer and demand for the evaluation of adventure activities, a SWOT was elaborated from the internal and external part of the parish, in addition a strategic SWOT was carried out, the same one that helped us to obtain the marketing strategies for the reactivation of adventure tourism in the parish. The results in the evaluation applied to supply and demand show that tourists with 38% giving Good on the Likert scale have received good service from tour operators, however they also mention their dissatisfaction in terms of equipment. and accessories with 15% being Regular due to the lack of implements. As a recommendation, companies that provide this type of service were asked to implement tourist packages related to adventure sports, have implementation in good condition and have professional and certified guides for the development of this activity.

Keywords

Tourism, adventure tourism, marketing, strategies, Zamora parish.

3. Introducción

El turismo de aventura en la actualidad es una de las alternativas de generar recursos económicos, ya que se ha identificado como viajes que tienen el fin de realizar actividades recreativas y deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza (OMT, 2002). En Ecuador el Turismo de Aventura es una de las formas más comunes hoy en día de generar más ingresos económicos, tomando en cuenta que en Ecuador existen 21 actividades de turismo de aventura que están permitidas y se practican en nueve provincias del Ecuador. (El Comercio, 2020).

En los últimos 10 años, a nivel latinoamericano, la creación de proyectos de turismo de aventura ha mostrado un significativo crecimiento disintiendo con la industria turística mundial que se ha mantenido (Beltrán Galindo, 2008). Este autor señala que este evento genera la necesidad de que los proveedores de servicios turísticos garanticen estándares de calidad para la seguridad de los turistas durante las pasantías y para el desarrollo sostenible de los sitios turísticos de su destino turístico. Al implementar estos requisitos, las agencias de viajes y los destinos en América Latina pueden aceptar el desafío que afirmar su posición a nivel mundial, destaque y compita en un mercado cada vez más exigente, obtenga certificaciones y etiquetas para ser reconocido como el país con la mejor industria turística.

El turismo de aventura ha tenido un gran avance a lo largo de los años, al punto de convertirse en un tipo de turismo exclusivo. Con esta información se ha planteado la presente investigación de evaluar el turismo de aventura que se desarrolla en la parroquia Zamora. La presente investigación tiene como finalidad evaluar el turismo de aventura, a través de la percepción que tienen los turistas que practican deportes de aventura, mediante la aplicación de métodos que permitan comprender de mejor manera las causas del porque no se desarrolla con constancia esta actividad.

El aporte de esta investigación es la mejora en cuanto a servicio y productos a oferta de las operadoras o empresas turísticas relacionadas al turismo de aventura. De igual manera, establecer estrategias de marketing las cuales permitirán promocionar y reactivar el turismo de aventura el cual ayudara a contribuir al desarrollo turístico de la misma.

La presente investigación tiene relación con los diferentes estudios previos como son: “La Propuesta de Turismo de Aventura deporte extremo: Parapente en el cerro Chuqui sector la Mandalá del cantón macará provincia de Loja” de autoría de Erik Masache (2018), donde su objetivo principal era el diseño de una propuesta de turismo de aventura deporte extremo en el sector ya mencionado, con la propuesta la autora pretende incentivar e impulsar la actividad turística logrando un aprovechamiento de los mismos y una vinculación de la comunidad en esta actividad; así mismo las preferencias de los turistas para elaborar paquetes turísticos relacionados con el turismo de aventura en la provincia de Santa Elena, que tiene como finalidad mejorar la oferta de productos en un destino

que cuenta con recursos naturales para el desarrollo de esta modalidad de turismo. Otro trabajo que tuvo más de relación fue “Diagnóstico de la calidad del servicio del turismo de aventura en el cantón Baños para la propuesta de un plan de mejora.” de autoría Michelle Uvillus (2016), donde tiene como objetivo general trata de identificar y definir las fallas y aciertos que la comercialización del turismo de aventura que ha tenido en el Ecuador. Es por ello que la autora ha planteado la elaboración de un análisis y diagnóstico, de la calidad del servicio del turismo enfocado en el de aventura y adrenalina, arraigado a la práctica de deportes extremos de alto riesgo, lo cual le permitió evaluar la situación actual a la que tanto oferta, como demanda, se enfrentan mediante un análisis de la percepción.

Con este antecedente el trabajo titulado “Evaluación del turismo de aventura en la parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe”, se planteó un objetivo general que es : “Evaluar las actividades de aventura en la Parroquia de Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe”, también se plantearon tres objetivos específicos: “Realizar un diagnóstico de la situación actual del turismo aventura la parroquia Zamora”; “Evaluar qué tipo de actividades vinculadas al turismo de aventura se realizan en la parroquia Zamora” y “Establecer estrategias de marketing que permitan reactivar el turismo de aventura en la parroquia Zamora”.

El alcance de la presente investigación se centró en la evaluación del turismo de aventura en relación a la oferta y demanda, finalmente proponer estrategias de marketing que ayuden a posicionar a la parroquia como un destino turístico.

En cuanto a las limitaciones que se dieron para que no se realice con eficiencia la presente investigación fue el paro nacional que empezó 13 de junio hasta el 30 de junio de 2022, resultando ser un impedimento para el traslado hacia el lugar de investigación y finalmente la pandemia de COVID 19 que limitó en parte el cumplimiento de actividades en los trabajos de campo.

4. Marco Teórico

4.1. Turismo

La OMT, (2020) citado en la secretaria de Turismo (2001) menciona:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. (p.31)

4.2. Tipos de Turismo

4.2.1. Turismo Convencional

El turismo convencional se define como el turismo que se realiza a gran escala con el objetivo de la relajación o el placer. Sus principales destinos son las grandes ciudades o las playas.

4.2.2. Ecoturismo

Este tipo de turismo se basa en la preservación del medio ambiente sin cambiar el equilibrio del medio ambiente, al mismo tiempo, el ecoturismo mantiene un sentido de ética, que además del placer del viajero, también tiene en cuenta el bienestar de la comunidad local, este tipo de turismo se desarrolla en zonas rurales y paisajes naturales.

4.2.3. Turismo Cultural

Es aquel que tiene como principal motivo, conocer la cultura e historia de determinados destinos turísticos.

4.2.4. Turismo Negro

Es algo que sucede en lugares donde la atracción principal es un evento trágico o catastrófico que sucedió cerca. (Figueiras, S. 2021, secc. Tipos de Turismo)

4.3. Turismo de Aventura

Guacho, O. (2018) citando a la SERNATUR (2018) define al turismo de aventura como “las actividades que realiza una persona en contacto con la naturaleza con un riesgo controlado, cuya característica más notable es el uso de servicios turísticos no tradicionales, generalmente las personas aficionadas al turismo de aventura presiden de lujo y comodidad”. (p. 11)

4.3.1. Antecedentes del Turismo de Aventura

Fundamentalmente, se plantea que el turismo de aventura ha despegado en el siglo XX raíz de la Declaración de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas, que señala en su

Art. 24 que “toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una duración razonable de la jornada laboral ya vacaciones pagadas”, en consecuencia, a partir de ahora se ha generalizado la delimitación de diversas formas de canalizar este tiempo libre o de ocio, ampliando los criterios y dando lugar al desarrollo de actividades en las que el esfuerzo físico puede ser pasivo o activo.

Sin embargo, a raíz de los fenómenos sociales y otros movimientos que han generado nuevas tendencias con el fin de satisfacer los deseos de la sociedad, ha surgido un nuevo tipo de deporte, que se caracteriza por el surgimiento de los deportes de aventura, que no es más que una peculiaridad que es basado en la combinación de las dos modalidades mencionadas anteriormente con la intención de lograr un objetivo específico. Del mismo modo, este busca reconectar al ser humano con la naturaleza, al mismo tiempo que revive sensaciones como el vértigo y el riesgo, que generalmente se minimizan o se controlan por completo en la vida de la ciudad moderna. (Peticara, 2006)

4.3.2. Evolución y tendencias del turismo de Aventura

La evolución del turismo de aventura va estrechada de otros tipos de turismo como el: turismo deportivo en la naturaleza, turismo activo, turismo de aventura, turismo deportivo activo, turismo blando, etc., la evolución del turismo de aventura está indisolublemente unida a la evolución de otros tipos de turismo. A pesar de que tienen connotaciones distintas, con frecuencia se utilizan de manera distinta, lo que dificulta definir y adoptar una idea pura y precisa de turismo de aventura a efectos de analizar la propia evolución personal.

Dado el dinamismo que caracteriza a la industria turística, el turismo de aventura tiende a desarrollarse año tras año. Las nuevas motivaciones turísticas están provocando un cambio en el comportamiento y, como resultado, nuevos tipos de turismo, como el que estamos discutiendo, se están volviendo más populares. Como resultado, las empresas de turismo de aventura están desarrollando nuevos productos más exclusivos y adaptados a las necesidades de sus clientes, lo que les permite crear su propia infraestructura turística sin tener que depender de otros tipos de turismo o de otros segmentos del mercado turístico.

Además, el turismo de aventura es visto como una estrategia de desarrollo sostenible por parte de algunas poblaciones, lo que se traduce en un aumento de su oferta y una mayor participación de turistas. (Luque A, 2003).

4.3.3. El turismo de Aventura en Ecuador

El Ministerio de Turismo, a través de un Acuerdo Ministerial, expidió el Reglamento de Operación Turística de Aventura, que regulará todas las operaciones de turismo de aventura en el país. Ecuador ha dado un paso significativo en la consolidación de un gran proyecto como es el de brindar un marco normativo moderno, adecuado y responsable para el turismo de aventura.

Es importante señalar que la operación de turismo de aventura comprende una variedad de

modalidades para la organización de viajes y visitas bajo las modalidades de turismo de aventura, y será realizada por agencias de turismo de aventura o duales, las cuales se definen como entidades comerciales integradas por personas naturales o jurídicas que han sido debidamente autorizados para dedicarse a la organización de modalidades de turismo de aventura. (MINTUR, 2014)

4.3.4. Tipos de turismo de Aventura

- **Senderismo;** se puede definir que es el trazos de caminos a pie denominada también en el mudo andino como “chaki ñan “visitando la flora y fauna que existen dentro de un determinado ecosistema,
- **Educación ambiental;** forma parte de la capacitación y formación para la conservación y cuidado del medio ambiente dado mucha importancia a otros especies la calidad y mejoramiento de vida.
- **Camping;** lugares o campos delimitados turísticos dotados para su ocupación por un tiempo determinado con una capacidad máxima de 10 personas y pretendiendo hacer una vida al aire libre con el fin de vacaciones turísticas con una facilidad de transporte de las residencias móviles, tiendas armables entre otras cosas similares.
- **Cabalgatas;** esta actividad es practicada a caballo en todo momento en terreno ya previsto ya sea en montañas, valles o terrenos donde vehículos motorizados no tienen acceso alguno, el principal objetivo de esta actividad es visitar lugares para realizar fotografías o el simple hecho de llegar a conocer el sitio previsto.
- **Ciclismo de montaña;** es una práctica deportiva que consiste en desplazarse de un lugar a otro por terrenos variados donde se siente la adrenalina de la velocidad y el aire en el rostro como también la sensación de libertad.
- **Espeleología;** consiste en el estudio de cavernas y de diferentes cavidades naturales como grutas sótanos, túneles naturales entre otras.
- **Kayak;** definido como una actividad deportiva para practicar en aguas tranquilas tripulada desde una persona hasta 4 tripulantes anteriormente utilizada para la pesca se lo impulsa mediante un remo de dos palas o lados existen varios tipos de kayak dependiendo del tipo de aguas que va intervenir.
- **Escalada;** se termina que es una práctica deportiva que consiste subir rocas o recorrer paredes rocosas verticales laderas u otras relieves naturales siempre y cuando implementes los medios de aseguramiento como son cuerdas arneses mosquetones cascos entre otros implementos que están principalmente adecuados para este tipo de actividades.
- **Rafting;** se puede decir también descenso en río, requiere de alguien especializado para poder practicarlo ya que el guía dará las instrucciones e implementos de seguridad respectiva se necesita un una balsa, un remo, casco y chaleco salvavidas para realizar

este deporte extremo. (Baca, 2013)

4.3.5. Características del Turismo de Aventura

La principal característica del turismo de aventura es que permite a los viajeros mejorar su bienestar emocional y físico mientras se enfrentan a los desafíos que les plantean la naturaleza y ellos mismos. Esas actividades extremas cuando los desafíos son contra el tiempo o el hombre individual quedan fuera del alcance. (OMT, 2017)

El turismo de aventura tiene una serie de características que lo diferencian de las otras tipologías turísticas, como son:

- El turismo de aventura ha heredado la fascinación por las nuevas sensaciones, dejando a los escritores de la historia en papel y tinta meditar sobre mapas antiguos con símbolos misteriosos que indicaban el camino hacia los tesoros protegidos de las tribus guerreras.
- En su sentido más amplio, el turismo de aventura se refiere a un viaje comercial que involucra medios de transporte activos y una estadía en un entorno natural.
- El término "aventura" se refiere al deseo de encontrarse con algo nuevo e inusual; en este sentido, ya se ha establecido un camino para salir de la rutina, que puede tomar la forma de un viaje acuático por un río o la ascensión a una montaña.
- A diferencia de otros tipos de turismo, la aventura es incompatible con el papel del espectador; sin embargo, un turista puede sentir literalmente al menos una pequeña parte de la Tierra.
- Este tipo de turismo tiene como objetivo ayudar a los visitantes a desconectarse de su vida diaria por un corto período de tiempo, y puede ocurrir por una variedad de razones que llevan a los visitantes a buscar este tipo de aventuras. (CEUPE, 2020)

4.4. Promoción Turística

El propósito de la promoción es brindar a los viajeros, tanto nacionales como extranjeros, todos los medios a través de los cuales puedan conocer los atractivos turísticos de los más diversos lugares, así como la cultura y hospitalidad de quienes allí habitan. Además, la promoción sirve para informar a los viajeros sobre las condiciones de seguridad en los destinos que visitan, en particular las relacionadas con la estabilidad de la economía, la política y los sistemas sociales, así como el medio ambiente mismo. (Arboleda Proaño, 2015, p. 26)

4.4.1. Estrategias de Promoción

Una estrategia promocional es un proceso paralelo a cualquier actividad publicitaria y se define por el uso de un lenguaje persuasivo, se distingue así por su alto atractivo, lo que le permite llegar a un gran número de personas, además será un paso adelante de la estrategia de relaciones públicas, con el beneficio o distinción adicional de que la estrategia promocional es más agresiva, directa, mordaz,

persuasiva y tiene poder de persuasión. (Riquelme, 2022)

4.5. Marketing

Según Philip Kotler (2008) “el marketing es un proceso social y administrativo en el que las personas obtienen lo que quieren y necesitan mediante la generación de deseo, la oferta y el comercio de productos valiosos.”

4.5.1. Marketing Mix

Para Feijo et al, (2017) el marketing mix es la forma en cómo el producto, el precio, la distribución, y la promoción son integrados de manera adecuada para atender las necesidades & deseos del segmento de mercado seleccionado por la empresa como su mercado objetivo, es decir, a donde dirige. (p. 52)

- **Producto:** Es el bien o servicio que se ofrece al cliente para satisfacer una determinada necesidad. Puede ser un objeto, un servicio o una idea. Siempre cumplirá un objetivo: aportar un beneficio al consumidor.
- **Precio:** Para calcular el precio adecuado de un producto tienes que calcular tres variables. El valor monetario del mismo, el tiempo empleado en adquirirlo y el esfuerzo que ha representado comenzar a disfrutar de él. La suma de los tres valores te dará el precio que puedes poner al producto para que sea justo y competente.
- **Plaza o Distribución:** El punto de venta es el lugar, físico o virtual, en el que pones a disposición del cliente el producto que comercializas. Es importante que el punto de venta cumpla una serie de requisitos para que sea atractivo. El cliente puede ser el consumidor final o ser un intermediario. En ambos casos llegar al producto debe ser fácil y accesible.
- **Promoción:** Existen multitud de instrumentos de promoción dependiendo de las características de cada bien o servicio, del público objetivo al que va dirigido y de la competencia que encontramos en el mercado. (Botey, 2022)

4.5.2. Estrategias de Marketing

Una estrategia de marketing es el estilo y el método que se usa para crear oportunidades de venta. Sirve para comunicar y posicionar los productos y servicios de una empresa, y se traduce en líneas operativas que permiten llegar a un mercado meta por los canales idóneos. (Sordo, 2021)

4.5.3. Canales de distribución

Según Lamb et al, (2002) desde un punto de vista formal, un canal de marketing (también conocido como canal de distribución) es una red de negocios interdependientes que va desde el punto de origen de un producto hasta el consumidor, con el objetivo de entregar los productos hasta su destino de consumo final. (p. 380)

4.6.Marco Referencial

4.6.1. Estudios Previos

Propuesta de Turismo de Aventura deporte extremo: Parapente en el cerro Chuqui sector la Mandalá del cantón macará provincia de Loja. Tiene como objetivo general “Diseñar una propuesta de turismo de aventura deporte extremo: parapente en el cerro chuqui sector la mandalá del cantón Macará Provincia de Loja”, y respectivamente con sus objetivos específicos, el primero consistió en: Realizar el diagnóstico turístico para el desarrollo de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja, utilizó el método analítico para describir el entorno de la situación actual de los diferentes sitios turísticos para lo cual se tomó en cuenta: el plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2015-2019 (PD y OT) del cantón Macará y desarrolló la matriz de Carla Ricaurte.

En el segundo objetivo se consideró: “Elaborar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo: parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja” aquí se utilizó el método descriptivo que permitió detallar en forma real los elementos turísticos que conforman nuestro objeto de estudio conjuntamente con el trabajo de campo. Se formuló el diseño de la propuesta de turismo de aventura para la cual se utilizó medios tecnológicos como programas de edición de fotos Adobe Photoshop, Paint 3D que permitió el diseño de la misma y para la señalética se tomó en cuenta la metodología del MINTUR.

Finalmente, en el tercer objetivo: “Socializar la propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente en el cerro chuqui sector la Mandalá del Cantón Macará Provincia de Loja”, Utilizó la técnica de MARPP (Método de Análisis Rápida y Planificación Participativa) comprendida en sus 3 fases Previa, Ejecución y Resultados que fueron fundamentales para el desarrollo del taller de participación donde se expuso la propuesta y se obtuvieron conclusiones y recomendaciones por parte de los participantes. Como conclusiones de la investigación realizada se descubrió la carencia de información turística de los atractivos principales, falta de apoyo por parte de las autoridades ligadas al turismo para la promoción y difusión de los atractivos turísticos.

La propuesta de turismo de aventura deporte extremo parapente aportará al crecimiento turístico del cantón Macará y se convertirá en un factor de promoción y difusión de los atractivos turísticos además de posesionarse como un destino turístico para ser visitado por turistas que gusten de realizar deportes extremos, mejoraría la actividad económica del lugar y por ende la calidad de vida de los pobladores

Preferencias para el turismo de aventura en la elaboración de un paquete turístico: Caso Santa Elena, Ecuador. Mencionan que las preferencias para el turismo de aventura en un

destino traen información importante para elaborar paquetes turísticos y mejorar la oferta de productos en un destino que cuenta con recursos naturales para el desarrollo de esta modalidad de turismo. El presente trabajo empírico se basó en un cuestionario que pretende encontrar un modelo para la creación de paquetes de turismo de aventura. Los resultados evidencian que las preferencias acerca del turismo de aventura en la provincia de Santa Elena muestran el potencial de este tipo de turismo. Los visitantes en este destino prefieren, principalmente, realizar el buceo y la práctica de snorkel, seguido de parapente; luego continúan esquí acuático y canopy. Los resultados contribuirán a crear productos acordes a la demanda del turismo de aventura. Las preferencias determinan que los visitantes desearían estar entre tres días y dos noches, y de dos días con una noche con las modalidades que obtuvieron más porcentaje tales como buceo, snorkel, parapente, canopy y esquí acuático, basado en el precio entre 100 a 150 dólares por paquete turístico, lo cual es accesible para este segmento.

Estudio de Factibilidad del Turismo de Aventura en el Municipio De Jamao Al Norte, Año 2020. Mencionan que la presente investigación busca estudiar la factibilidad del turismo de aventura en el municipio de Jamao al Norte, en el cual se han podido llevar a cabo varios proyectos de esta índole. El contenido va desde las generalidades del turismo como tal, del turismo de aventura, todo lo relacionado a potencial turístico, antecedentes del municipio Jamao al Norte, generalidades y como se está desarrollando actualmente el turismo de aventura allí. Visualmente, se encuentran ilustraciones que reflejan datos estadísticos que complementan las informaciones teóricas. Utilizaron la metodología de investigación descriptiva para el análisis de los datos recolectados por medio de la observación, entrevistas y encuestas. Realizaron dos entrevistas, donde los entrevistados dieron un punto de vista más real de como el municipio ha podido transformarse gracias a los avances del turismo en la zona. Las encuestas dieron a conocer la disposición que habría por parte de una población determinada de visitar Jamao al Norte, donde se reflejó que el 92% de los encuestados les gustaría conocer los servicios y atractivos que se ofrecen en la zona, el 85% no conocen el municipio y el 66% ha realizado turismo de aventura. Por otra parte un 75% de encuestados prefieren realizar turismo con amigos y familiares y un 52% indicó que estarían dispuestos a pernoctar por un período de 2 días en Jamao al Norte. Cada una de las preguntas de la encuesta fueron tabuladas, graficadas y analizadas para la mejor comprensión de los datos, lo que facilitó la realización de un análisis FODA en base a dicha información.

Por último, luego de haber estudiado la situación actual de Jamao al Norte e identificar que es factible para el turismo de aventura, recomiendan realizar un plan de marketing para estudiar a fondo el mercado al que se va a dirigir y desarrollar de forma adecuada un buen lanzamiento de promoción del destino.

Diagnóstico de la calidad del servicio del turismo de aventura en el cantón Baños para

la propuesta de un plan de mejora. Según Tribe, el turismo es una actividad que llegó para quedarse, ya que su importancia económica y social es una realidad en todo el mundo. Históricamente el turismo de masas ha motivado el nacimiento de una extensa variedad de tipos de turismo (1999), en el Ecuador, particularmente en el cantón Baños, el turismo de aventura es aún nuevo, por eso requiere de más atención e investigación. Debido a esto se ha planteado este análisis como una alternativa para proponer mejoras que apoyen el desarrollo del turismo de aventura y sus distintos servicios. Vender turismo de naturaleza así como satisfacer las necesidades de los deportistas aficionados y de los turistas, demanda cada vez mayores y mejores actividades de la industria del descanso, el esparcimiento, la liberación y la aventura; el turismo. Debido a ello se busca indagar en fuentes precisas y veraces acerca de la comercialización descontrolada de los deportes extremos que se da en el cantón así como también las garantías que se deben brindar al turista con respecto a su seguridad, bienestar y satisfacción, considerando que el término “capacidad” no determina la calidad de ejecución de una actividad. La falta de acceso a la información turística y los limitados casos de estudio sobre el turismo de aventura, no permiten contar con datos actualizados y esto demora los cambios y modificaciones en el desarrollo de la actividad turística (Bentley et al., 2004). Por ello es vital empezar a analizar los marcos regulatorios, matrices de evaluación, parámetros e indicadores del nivel de satisfacción del turista, logrando generar un respaldo de información sobre el turismo de aventura en una de las zonas con más desarrollo turístico nacional. Todo esto debido a que el turismo de aventura ha pasado a constituirse en el núcleo del desarrollo de la población que habita en el cantón Baños (Fundación Natura, 2005). Este proyecto trata de identificar y definir las fallas y aciertos que la comercialización del turismo de aventura que ha tenido en el Ecuador, tomando como caso de estudio al cantón Baños. Es por ello que la elaboración de un análisis y diagnóstico, de la calidad del servicio del turismo enfocado en el de aventura y adrenalina, arraigado a la práctica de deportes extremos de alto riesgo, permitiría evaluar la situación actual a la que tanto oferta, como demanda, se enfrentan mediante un análisis de la percepción. La recopilación de esta información será contrastada con la legislación vigente, la cual regula toda actividad turística en el país; para la industria de los servicios, resulta muy importante medir cuáles son los aciertos y errores que se presentan en los servicios, con esa información se puede identificar los índices de satisfacción de sus clientes, ya que son su primera y más importante carta de presentación

4.7. Marco Legal

4.7.1. Constitución

La constitución es el documento funcional de un Estado, el cual establece los privilegios y deberes fundamentales de las personas y gobernantes. Por ser la norma jurídica más alta, nada contravenir o estar precepto a disposición con ella.

Art 57.- Muchas de las actividades turísticas que conforman el producto turístico nacional tienen como base los aspectos culturales y de tenencia de la tierra de las comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 83.- El Estado se obliga a promover empresas con responsabilidad ambiental, argumento indispensable para la promoción turística internacional.

Art. 100.-Obliga a que el sector turístico en general se organice para fortalecer la generación de políticas públicas turísticas y pueda articularse con otros sectores de la sociedad.

Art. 157.- Es un espacio para que el sector del turismo pueda impulsar acciones adecuadas en otros sectores y así mejorar el producto turístico nacional.

Art. 252 – 259.- Oportunidades y trabas para la generación de políticas públicas y acciones para mejorar la calidad de producto turístico, así como asegurar una adecuada promoción para turismo interno (República del Ecuador, 2008-2011).

Art. 326-329.- Riesgos y oportunidades en la organización de actores empresariales y de trabajadores en la prestación de servicios turísticos; adaptación de relaciones laborales con las características de la prestación de servicios turísticos; alcances de la protección del trabajo autónomo y por cuenta propia que se realicen en espacios públicos en cuanto la actividad turística.

Art. 381-394.- Oportunidades para impulsar el turismo deportivo, turismo cultural, turismo científico; uso de los criterios de gestión de riesgos en elaboración de ofertas de servicios turísticos y defensa de infraestructura turística; adaptación de los criterios de transporte turístico para la adecuada regulación por parte del Estado.

4.7.2. Ley de Turismo del Ecuador

Es el instrumento normativo de las actividades turísticas del país, que se refiere al marco legal para la promoción, desarrollo y regulación del turismo, las atribuciones del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores de servicios y usuarios.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector.
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización.
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos.

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

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán apoyo del Ministerio de Turismo.

4.7.3. Reglamento General de Actividades del Ecuador

Es importante señalar que este reglamento cubre los alojamientos en centros turísticos y otras zonas turísticas, así como los derechos, obligaciones y responsabilidades de sus propietarios, así como la clasificación de los alojamientos según estrellas y cuánto cuestan. Sin embargo, no existen reglas específicas en cuanto al turismo de aventura.

Art. 35.- Campamentos de turismo o camping. - Son campamentos de turismo aquellos terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se pernocta bajo tienda de campaña (carpa) o remolque habitable, mediante precio.

4.7.4. Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas

Art. 31.- Las modalidades de turismo permitidas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado PANE son:

Turismo de Naturaleza. - donde el objetivo es la contemplación y esparcimiento asociada a la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, paisajísticos, geológicos, geomorfológicos, entre otros.

Turismo Cultural. - Es aquel en el que la motivación del viaje está dada por el interés generado en atractivos culturales materiales e inmateriales de un destino turístico;

Turismo de Aventura. - En el que el contacto con la naturaleza requiere de esfuerzos físicos y de diferentes niveles de riesgo moderado y controlado, pudiendo realizar actividades tales como:

- Rafting
- Kayak
- Surf,

- Vela
- Senderismo
- Rapel
- Cabalgata
- Ciclo turismo
- Espeleología
- Montañismo
- Buceo
- Otros,

Es importante señalar que las actividades antes mencionadas deben implicar la visita a los espacios naturales, preservando su entorno, haciéndolo con el mínimo impacto y fomentando la participación activa y socioeconómica ventajosa de las poblaciones locales.

4.7.5. Reglamento de Operación Turística de Aventura

Todas las operaciones de turismo aventura en el país se rigen por este reglamento, el cual será efectuado por el Ministerio de Turismo en todas sus acciones de regulación y control, así como por los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los que se les haya transferido la competencia respectiva, en donde este turista se pretende que la actividad crezca.

Art. 8.- Registro de Turismo.- Los prestadores de servicios turísticos deberán cumplir con los requisitos establecidos en la Ley, su reglamento general de aplicación y demás normativa para la obtención del Registro de Turismo, de acuerdo a la actividad turística correspondiente.

Art. 17.- Nomenclatura.- La nomenclatura que se usará para cada modalidad turística de aventura será la siguiente:

Tabla 1. Modalidad Turística de Aventura Nomenclatura

MODALIDAD TURÍSTICA DE AVENTURA NOMENCLATURA		
Tierra	Agua	Aire
Cabalgata CB	Modalidades recreativas en embarcaciones MREM motorizadas (boya, banana, parasailing y esquí acuático)	Alas Delta AD
Canyoning CY	Buceo BC	Parapente PP

Ciclo turismo CT	Kayak de mar KM A.
Escalada ES	Kayak lacustre KL
Exploración de cuevas EX	Kayak de río KR
Montañismo M	Kitesurf KS
Senderismo SE	Rafting R
Salto del puente SP	Snorkel SK
Canopy CN	Surf SF
	Tubing TB

Nota: En la tabla se muestra la nomenclatura del turismo de aventura.

Tomado del Reglamento de Operación turística de aventura (2014).

5. Metodología

5.1. Área de Estudio

La presente investigación se la va a realizar en la parroquia Zamora, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe, en las siguientes coordenadas: 4°04'09"S 78°57'24"O/ - 4.0691666666667, -78.9566666666667.

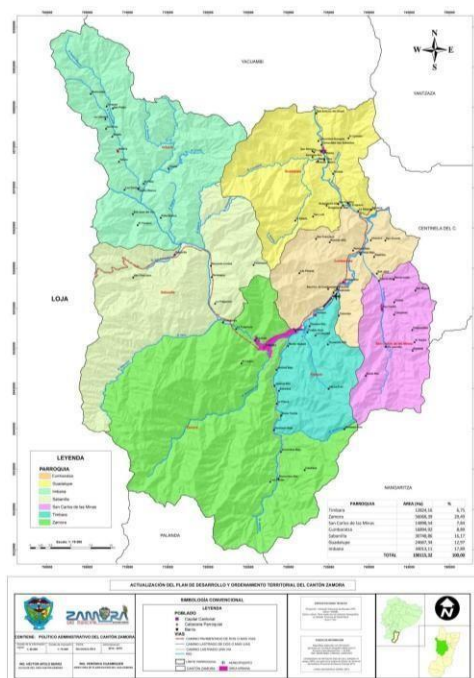


Figura 1. Mapa Geográfico del Cantón Zamora

5.2. Materiales

Materiales de Oficina:

- Hojas de papel bond
- Cuaderno
- Carpeta
- Esferos
- Borrador
- Lápices, etc.

Materiales Bibliográficos:

- Libros
- Folletos
- Internet
- Informes, etc.

Materiales de Equipos de Oficina:

- Computador e impresora
- Flash memory

Materiales de Campo

- Cámara Fotográfica

5.3.Métodos

5.3.1. Método Analítico.

Me permitió en la recolección de información durante el trabajo de investigación y así elaborar un análisis a fondo de la realidad de los atractivos más importantes que posee el área de estudio, con el fin de identificar la valorización y el potencial de cada uno de los atractivos.

5.3.2. La Investigación Bibliográfica.

En este método me ayudo a obtener información base y conceptos generales que ayudaran a conformar el marco teórico del proyecto, como: tesis y proyectos relacionados en el objeto de estudio, estudios relacionados con el turismo de aventura, entre otros.

5.3.3. Método Inductivo.

El Método inductivo, permitió conocer las características de cada uno de los atractivos naturales, además conocer qué tipo de deportes se pueden realizar.

5.3.4. Método Deductivo.

El método deductivo se utilizó para determinar las conclusiones que se obtendrán en base a la problemática y propuesta de acuerdo a criterios técnicos para el beneficio de los atractivos turísticos del área de estudio.

5.4.Técnicas

5.4.1. Técnica de Observación Directa

A través de esta técnica se observó directamente y se recogió datos mediante un sondeo rápido del lugar de estudio para obtener información y desarrollar el diagnóstico turístico del lugar.

5.4.2. Técnica de la Entrevista

Mediante esta técnica, aplicada a tres actores claves involucrados en la actividad turística, se realizó con la finalidad de conocer criterios, sugerencias, datos generales que se encuentren enmarcados dentro del objeto de estudio.

5.4.3. Tamaño de Muestra

Para obtener el tamaño de muestra, se aplicó la siguiente fórmula de muestra finita, con el

finde conocer con exactitud las encuestas que serán aplicadas a la posible demanda referencial:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1)} + Z^2 \times p \times q$$

DATOS:

N = tamaño de la población (346,082)

Z = nivel de confianza (95%) / (Za= 1,96)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%)

Q = probabilidad de fracaso (50%)

E (d)= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (5%)

5.5. Metodología por objetivos

Para dar cumplimiento del primer objetivo **“Diagnostico de la situación actual de la parroquia Zamora, Cantón Zamora, provincia de Zamora Chichipe.”** Mediante el uso del método analítico y el uso del PDyOT, cantonal me permitió obtener un análisis del entorno de los diferentes atractivos turísticos y las actividades de aventura que se realizan en la parroquia Zamora, además se realizó la ficha resumen del MINTUR (2008) en base a las fichas de inventarios levantadas por la Unidad de Turismo del Cantón Zamora , la cual fue adaptada con el fin de conocer cuáles serían los deportes de aventura que se podrían realizar en cada atractivoturístico. Finalmente mediante la técnica de las entrevistas que se realizó a cinco actores involucrados con las actividades turísticas entre ellos un representante del departamento de la Unidad de Turismo de Zamora, un representante de las agencias de viajes Zamora Travel, Loja Aventura y Travesías del Sur y el Gerente de Adventure Zamora una empresa privada que brinda el servicio de alquiler de equipamiento para la práctica de deportes de aventura, estas entrevistas me ayudo a obtener más información acerca de los deportes de aventura en la parroquia Zamora.

Para el cumplimiento del segundo objetivo planteado **“Evaluar qué tipo de actividades vinculadas al turismo de aventura se realizan en la parroquia Zamora”**. Para este objetivo se desarrolló dos evaluaciones; una dirigida a la demanda con la finalidad de saber el grado de satisfacción que el turista obtuvo al recibir este tipo de servicio, para lo cual se ha aplico una encuesta de manera online usando google forms la cual consto de 18 ítems de preguntas cerradas dirigidas a 182 personas y fue medida con la escala de Likert siendo 1 “Muy mala” y 5 “Excelente”.,

y la evaluación a la oferta con el fin de conocer la calidad de servicio interna que brindan las operadoras turísticas, para la elaboración de la matriz se tomó en cuenta los resultados de las entrevistas obtenidas en el primer objetivo que hace referencia a las actividades de aventura que se han realizado en la parroquia para ello se tomó en cuenta el equipamiento y los accesorios que los guías y turistas debieron haber obtenido para la realización de los deportes de aventura, estos indicadores fueron tomados del Reglamento de Operación Turística de Aventura.

Para obtener los resultados del tercer objetivo denominado **“Establecer estrategias de marketing que permitan reactivar el turismo de aventura en la parroquia Zamora”**, en base a los resultados del primer y segundo objetivo se pudo realizar un FODA sencillo y en base al mismo se pudo realizar un FODA estratégico el cual nos permitió desarrollar las estrategias de marketing que se van a utilizar, además se utilizó la técnica de la observación directa para levantar la información relevante acerca de las empresas turísticas que brindan este tipo de servicio para determinar precios y productos que estas brindan.

Finalmente se diseñó las estrategias de marketing con los parámetros a considerar fueron: estrategias, indicadores de resultados, actividades, responsables, el tiempo de duración de ejecución de las actividades de aventura.

6. Resultados

6.1. Diagnóstico de la situación actual del turismo aventura en la Parroquia de Zamora.

6.1.1. Inventarios de atractivos turísticos de aventura en la parroquia Zamora.

La parroquia de Zamora cuenta con una variedad de atractivos turísticos, para la presente investigación se ha tomado en cuenta los que tienen el potencial de realizar turismo de aventura, a continuación se ilustra los atractivos turísticos:

Tabla 2. Cascada la Poderosa

Nombre del Atractivo: Cascada la Poderosa		Jerarquía: II
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: Bombuscaro



Figura 2. Cascada la Poderosa

Ubicación:

La Cascada La Poderosa se encuentra dentro del Parque Nacional Podocarpus a unos 587m. de distancia del centro de administración del Parque Nacional Podocarpus, sector Bombuscaro del Ministerio del Ambiente (MAE).

Longitud: 04°06'39.37·S

Latitud: 78°57'58.11" W

Altura: 1.050 msnm

Descripción:

La cascada la Poderosa es la de mayor significado de esta área protegida por su gran caída de 40m. Y un caudal de 0.12 m³/s. Se caracteriza por ser aguas de alta montaña, sufriendo cambios en su coloración y volumen de aporte.

Los sectores adyacentes a la cascada cuentan con su respectivo estacionamiento, senderos, centro administrativo, miradores, área de camping, orquidiario y cabañas, cada lugar con su respectiva señalización.

Recomendación:

- Ropa adaptada al tiempo
- Protección solar
- Comida e Hidratación
- Botiquín de Primeros auxilios

Actividades de Aventura

- Senderismo
- Descenso de Cascada
- Camping

Nota: La ficha muestra en resumen la información del atractivo turístico natural Cascada la Poderosa, categoría, tipo, subtipo, características, recomendaciones y actividades turísticas. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora y el PD y OT del cantón Zamora.

Tabla 3. La Chismosa

Nombre del Atractivo: La Chismosa		Jerarquía: II
Categoría: Atractivo Natural	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: Zamora



Figura 3. La Chismosa

Ubicación:

La Cascada La Chismosa se encuentra ubicada dentro del Nacional Podocarpus sector Bombuscaro a unos 110 m. de distancia del centro administrativo.

Longitud:04°06'49.47"S

Latitud: 78°57'54.16"W

Altura: 1.014msnm

Descripción:

El P. N. Podocarpus fue creado el 15 de diciembre de 1982, y tiene una extensión de 146.280 hcts., que recorren todas las variedades que se encuentran entre el páramo andino y el bosque húmedo tropical, es un área considerada idónea para la observación de aves, murciélagos e insectos, muchos de ellos endémicos de la región. Por razones administrativas y de control, y por su extensión, el parque tiene tres Guarderías.

Recomendación:

- Ropa adaptada al tiempo
- Protección solar
- Comida e Hidratación
- Botiquín de Primeros auxilios

Actividades de Aventura

- Senderismo
- Camping
- Biking

Nota: La ficha muestra en resumen la información del atractivo turístico natural Cascada la Chismosa, categoría, tipo, subtipo, características, recomendaciones y actividades turísticas. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora y el PD y OT del cantón Zamora.

Tabla 4. Parque Nacional Podocarpus

Nombre del Atractivo: Parque Nacional Podocarpus	Jerarquía: III	
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Sistema de Áreas Protegidas	Subtipo: Parque Nacional
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: Zamora



Figura 4. Parque Nacional Podocarpus

Ubicación

El Parque Nacional Podocarpus se encuentra en el sector Bombuscaro a 6 Km de la ciudad de Zamora, luego se avanza por un sendero que atraviesa el bosque húmedo tropical hasta las instalaciones del centro administrativo.

Longitud: 04°06'29.06"S

Latitud: 78°57'49.59"W

Altura: 900–1600 msn

Descripción:

Lleva el nombre de Podocarpus por un nombre científico de un árbol característico del bosque muy húmedo montano. El Parque Nacional Podocarpus posee formaciones vegetales y aspectos geológicos que son características únicas en la región su clima cambia según las zonas; en el lado oriental se caracteriza por sus abundantes lluvias mientras que en el lado occidental se da el fenómeno de sombras y lluvia. Esta zona se destaca por ser una de las más ricas del mundo en cuanto a su avifauna con más de 630 especies registradas entre ellas loros, colibríes, tucanes, tangaras y varias especies de rapaces. En este hábitat crece el árbol de cascarilla o chinchona. El ingreso al parque no tiene costo.

Recomendación:

- Ropa adaptada al tiempo
- Protección solar
- Comida e Hidratación
- Botiquín de Primeros auxilios

Actividades de Aventura:

- Senderismo
- Descenso de Cascada
- Camping
- Biking

Nota: La ficha muestra en resumen la información del atractivo turístico natural Parque Nacional Podocarpus, categoría, tipo, subtipo, características, recomendaciones y actividades turísticas. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora y el PD y OT del cantón Zamora.

Tabla 5. Río Bombuscaro

Nombre del Atractivo: Río Bombuscaro	Jerarquía: III	
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Sistema de Áreas Protegidas	Subtipo: Parque Nacional
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: Zamora



Figura 5. Río Bombuscaro

Ubicación:
Se encuentra a 6 kilómetros de la ciudad de Zamora en la parte urbana de la ciudad, en el margen izquierdo destaca el Recreacional Bombuscaro, en la parte derecha tenemos la vía hacia el Parque de reserva Podocarpus, esta vía está construida siguiendo el margen derecho del río, lo que le permite ir apreciando los balnearios.

Longitud: 04°04'58.75"S

Latitud: 78°57'05.8"W

Altura: 965 msn

Descripción:

Las riberas del río Bombuscaro son un sitio ideal para disfrutar de su tranquilidad es un lugar adecuado para las caminatas y las reuniones familiares y aprovechar un baño en sus aguas. El río nace en el Podocarpus y su cuenca constituye una de las mejores expresiones del paisaje de selva. Conocido antes como Bombuscara, su nombre proviene del Shuar y significa "aguas claras". Es conocido porque en los bosques que lo rodean se encuentra una diversidad de aves endémicas. Nace en las lagunas del Nudo de Sabanilla y la mayor parte de su recorrido lo hace dentro del Parque Nacional Podocarpus. Es un lugar muy interesante para los visitantes, porque cuenta con agua cristalina de excelente calidad que se encuentra en las atractivas lagunas naturales.

Recomendación:

- Ropa adaptada al tiempo
- Protección solar
- Comida e Hidratación

Actividades Turísticas:

- Senderismo
- Rafting
- Tubbing
- Puenting
- Biking

Nota: La ficha muestra en resumen la información del atractivo turístico natural Río Bombuscaro, categoría, tipo, subtipo, características, recomendaciones y actividades turísticas. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora y el PD y OT del cantón Zamora.

Tabla 6. Parque lineal de Zamora

Nombre del Atractivo: Parque lineal de Zamora		Jerarquía: I
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas	Subtipo: Obra Técnica
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: Zamora



Ubicación

Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Zamora, sobre las orillas del río Zamora.

Georreferenciación:

Longitud: 04°03'52.2"S

Latitud: 78°57'06.85"W

Altura: 955 msnm

Figura 6. Parque Lineal de Zamora

Descripción:

El Gobierno Provincial de Zamora Chinchipe construyó el Parque Lineal de Zamora el 30 de agosto de 2008, en la margen derecha del río Zamora. Tiene una longitud aproximada de 180 metros. Se compone de una plaza de teatro de estilo griego que está abierta al público y rodeada de exuberantes jardines; se utiliza para exposiciones, producciones teatrales y conciertos de música durante los meses de verano. Encontramos una serie de gradas que conducen al Río Zamora y tres tipos de madera locales (palos de remo, paja toquilla), y los pisos en ciertas áreas son de varias formas con bambú, platanillos y heliconias locales.

Recomendación:

- Ropa adaptada al tiempo
- Protección solar

Actividades de Aventura

- Senderismo
- Biking

Nota: La ficha muestra en resumen la información del atractivo turístico natural Parque Lineal de Zamora, categoría, tipo, subtipo, características, recomendaciones y actividades turísticas. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora y el PD y OT del cantón Zamora.

Tabla 7. Mirador tres cruces

Nombre del Atractivo: Mirador tres cruces	Jerarquía: II	
Categoría: Atractivo Natural	Tipo: Montañas	Subtipo: Bajo Montaña
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: Zamora



Figura 7. Mirador tres cruces

Ubicación:

Se encuentra ubicado en barrio 10 de Noviembre, vía a Loja.

Longitud: 78.9552188

Latitud: -4.0741466

Altura: 1200 msnm

Descripción:

El Cerro "Las Tres Cruces" Uno los atractivos, turísticos que posee la ciudadde Zamora. Loma las Tres Cruces es una colina en Ecuador y tiene una altitud de 1.161 metros. Loma las Tres Cruces está situada circa de Escuela Lauro Guerrero, y circa de Colegio San Francisco.

Recomendación:

- Ropa adaptada al tiempo
- Protección solar
- Comida e Hidratación
- Botiquín de Primeros auxilios

Actividades de Aventura

- Senderismo
- Biking
- Camping

Nota: La ficha muestra en resumen la información del atractivo turístico natural Mirador tres cruces, categoría, tipo, subtipo, características, recomendaciones y actividades turísticas. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora y el PD y OT del cantón Zamora.

Tabla 8. Reloj Gigante


Nombre del Atractivo: Reloj Gigante		Jerarquía: II
Categoría: Sitio Natural	Tipo: Realizaciones Técnicas Científicas	Subtipo: Obra Técnica
Provincia: Zamora Chinchipe	Cantón: Zamora	Localidad: Zamora
		Ubicación: Se encuentra ubicado en la ciudad de Zamora, en la entrada a la ciudad en las estribaciones del cerro el Tejar.
		Georreferenciación: Longitud: 04°04'07.69"S Latitud: 78°57'09.97"W Altura: 1.070 msnm

Figura 8. Reloj Gigante

Descripción:

El reloj más grande del mundo ocupa un área de 1600 de talud, adecuada con una geomalla para evitar la erosión en la superficie. El acero inoxidable utilizado en las máquinas que contienen cromo, níquel y otros elementos de alineación apropiados para el medio. La longitud del minuterero es de 14,67 m y tiene un peso de 375Kg.

El control principal del reloj es electrónico y maneja todas las funciones como son encendido del motor principal, reproducción de sonidos y la iluminación. La precisión es de uno a dos minutos de adelanto o atraso al año. Posee un sistema de reproducción musical de salida de altavoces que permite escuchar melodías zamoranas; a los costados se han levantado dos torres donde se encuentran instaladas las bocinas. La esfera del reloj es circular y tiene 30 m de diámetro.

Recomendación:

- Ropa adaptada al tiempo
- Protección solar
- Comida e Hidratación
- Botiquín de Primeros auxilios

Actividades de Aventura

- Senderismo
- Camping

Nota: La ficha muestra en resumen la información del atractivo turístico natural Reloj Gigante, categoría, tipo, subtipo, características, recomendaciones y actividades turísticas. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora y el PD y OT del cantón Zamora.

6.2. Deportes de Aventura

Por medio de las entrevistas realizadas a los diferentes actores involucrados a las actividades turísticas de aventura y a las salidas de campo se pudo evidenciar que la parroquia Zamora cuenta con un potencial gracias a los recursos turísticos que tiene para el desarrollo del turismo de aventura, en la siguiente tabla se detallan las actividades de aventura que ya se han realizado:

Tabla 9. Actividades de aventura en Zamora

Actividad	Atractivo Turístico
Tubing	• Cascada la Poderosa
Rafting	• Cascada la Chismosa
Kayak de Rio	• Rio Bombuscaro
Puenting	• Puente del río Bombuscaro
Senderismo	• Parque Lineal de Zamora
Biking	• Tres Cruces
Camping	• Reloj Gigante

Nota: La tabla muestra los deportes de aventura que se han realizado en la parroquia Zamora. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

6.3. Operadoras de turismo

Las diferentes operadoras de turismo de la ciudad de Zamora ofertan una variedad de opciones para realizar este tipo de deportes. Además se ha considerado tomar en cuenta dos agencias de viajes de la provincia de Loja las cuales están legalmente catastradas y se presentan a continuación:

Tabla 10. Catastro de tuor operadoras de Zamora y Loja

Nº	Nombre	Teléfono	Dirección
Zamora			
1	Zamora Travel	0997967474	Km 7 Troncal Amazónica Barrio Las Palmas
2	Zamora Van S.A.	2607588	Amazonas Y Pio Jaramillo Alvarado
3	Viajes Globalizado	2607879	Manuelita Cañizares Y Av. Héroes De Paquisha
4	Castellasur S.A.	2607737	Av. Del Maestro Y 24 De Mayo
Loja			
5	Loja Aventura	098 527 0354	Lourdes 14-58 entre Bolívar y Sucre, Loja, Ecuador
6	Travesías del Sur	0995833850	

Nota: La tabla muestra las operadoras turísticas de la parroquia Zamora y Loja que realizan deportes de aventura. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

6.4. Resumen de entrevistas

Una vez aplicada la entrevista que se realizó con la finalidad de conocer criterios, sugerencias, datos generales que se encuentren enmarcados acerca de la investigación, la misma que consta de 7 preguntas abiertas las cuales fueron aplicadas a cinco actores involucrados con las actividades turísticas entre ellos un representante del departamento de la Unidad de Turismo de Zamora, un representante de las agencias de viajes Zamora Travel, Loja Aventura y Travesías del Sur y el Gerente de Adventure Zamora una empresa privada que brinda el servicio de alquiler de equipamiento para la práctica de deportes de aventura.

Según los resultados encontrados se puede indicar que el turismo de aventura en Zamora es muy escaso por la falta de operadoras que ofrezcan productos relacionados con este deporte, debido a la falta de apoyo de la comunidad y sin mencionar el poco apoyo por parte de las autoridades competentes, los cuales no han tomado la iniciativa de dar capacitaciones a las empresas privadas con temas relacionados al turismo de aventura.

A demás se pudo evidenciar que las empresas que brindan este servicio realizan un plan de contingencia antes de ofrecer algún producto a los turistas, teniendo en cuenta que estos tienen un conocimiento acerca de primeros auxilios, sin embargo estas cuentan con el apoyo de personal capacitado como son los bomberos, ministerio de salud y Cruz Azul. Estas empresas cuentan con guías especializados, materiales e equipamiento necesario para brindar seguridad y buen servicio a los turistas.

Algunos de los deportes de aventura que estas empresas ya han realizado son: puenting, ciclismo, senderismo, camping, rafting, tubing, kayak y el descenso de cascadas, los cuales se han realizado con éxito, no obstante, estos mencionan que se puede realizar con más constancia estas actividades si hubiera una planificación para la mejora de los atractivos turísticos y así poder ofrecer nuevos productos a los turistas, los cuales se puedan promocionar en las diferentes redes sociales o en la página del Gad Cantonal.

6.5. Evaluación de las actividades vinculadas al turismo de aventura que se realizan en la parroquia Zamora.

Para encontrar el tamaño de la muestra se utilizó una fórmula finita, en donde el tamaño de la población se determinó con una proyección al año 2023 de los cantones de Zamora, Loja y Yanzatza al ser cantones cercanos del lugar de estudio.

6.5.1. Evaluación de la demanda

Para la aplicación de la encuesta se estableció un cuestionario que consta de 18 ítems (ver

anexo 5) con determinantes respecto a lo sociodemográfico, atractivos turísticos, infraestructura, operación, equipo técnico, guía y seguridad de las actividades de aventura que el encuestado realizó.

Las mismas que fueron aplicadas a 182 personas tomando en cuenta a 2 cantones cercanos de lugar de estudio. A continuación se puede observar los resultados obtenidos:

Perfil del Turista

Tabla 11. Perfil del Turista

Variable	Total	
	Cantidad	%
Femenino	99	54%
Masculino	83	46%
Total	182	100

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo a la información levantada se ha determinado que el 54% correspondiente a un total de 99 personas pertenecen al sexo masculino, mientras que el 46% correspondiente a 83 personas son del sexo femenino.

Tabla 12. Lugar de Residencia

Variable	Total	
	Cantidad	%
Zamora Chinchipe	104	57%
Loja	67	37%
El Oro	2	1%
Guayaquil	5	3%
Pichincha	4	2%
Total	182	100

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo con la gráfica el 57% de los encuestados son de la provincia de Zamora Chinchipe, el 37% de la provincia de Loja, el 3% pertenecientes a la provincia de el Oro mientras que el 2% a la provincia de pichincha.

Tabla 13. Rango de edad

Variable	Total	
	Cantidad	%
15-20	81	44%
21-26	65	36%
27-33	25	14%
34-40	5	3%
41-49	2	1%
Más de 50 años	4	2%
Total	182	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: El 44 % correspondiente a 81 personas corresponde al rango de edad de entre 15 a 20 años, el 36% es decir 65 personas pertenecen a la edad 21 a 26 años, el 14% al grupo de 27-33 años un total de 25 encuestados, de 34 – 40 años es decir 5 encuestados al 3%, 2 encuestados de 41-49 dando el 1%, así mismo 4 personas es decir el 2% pertenecen al rango de edad entre más de 50 años.

Tabla 14. Ocupación

Variable	Total	
	Cantidad	%
Estudiante	59	32%
Empleado	40	22%
Profesional	75	41%
Empresario	5	2%
Jubilado	3	2%
Total	182	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: El 32% correspondiente a 59 encuestados son estudiantes, el 22% son empleados, mientras que 41% correspondiente a 75 personas son profesionales, el 3% son empresarios y el 2% son personas jubiladas.

Tabla 15. Grado de Instrucción

Variable	Total	
	Cantidad	%
Primaria	2	1%
Secundaria	40	22%
Tercer Nivel	118	65%
Estudios de tercer nivel superiores	22	12%
Total	182	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo al gráfico el 22% correspondientes 40 encuestados han culminados sus estudios primarios, el 65% perteneciente a 118 encuestados tienen un título de tercer nivel, mientras que el 1% cuentan con estudios de tercer nivel superiores.

Tabla 16. Ingresos Mensuales

Variable	Total	
	Cantidad	%
\$425 - \$600	112	62%
\$601 - \$800	36	20%
\$801 - \$1000	26	14%
Más de \$1001	8	4%
Total	182	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo al gráfico los ingresos de los encuestados el 62% correspondiente a 112 personas son de \$425 - \$600\$, el 20% que son 36 encuestados de \$601 - \$800, mientras que el 14% va de \$801 - \$1000 que son 26 personas y el 4% que corresponden a 8 encuestados sus ingresos mensuales van más de \$1001.

Tabla 17. Estado Civil

Variable	Total	
	Cantidad	%
Soltero	126	69%
Casado	31	17%
Divorciado	2	1%
Unión de hecho	22	12%
Viudo	1	1%
Total	182	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: El 69% de encuestados que corresponde a 126 personas son solteros, el 17% equivalente a 31 personas son casadas, el 1% son personas divorciadas, el 12% correspondientes a 22 personas están en unión de hecho y finalmente el 1% de las personas es viudo.

Tabla 18. Enuncie el atractivo turístico donde realizo turismo de aventura, en su viaje a la ciudad de Zamora.

Variable	Total	
	Cantidad	%
Parque Nacional Podocarpus	41	22,5%
Cascada la poderosa	34	18,7%
Cascada la Chismosa	22	12,1%
Rio Bombuscaro	37	20,3%
Parque Lineal de Zamora	26	14,3
Reloj Gigante	11	6%
Mirador tres cruces	11	6%
Total	182	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: El 22,5% correspondiente a 41 encuestados conocen el Parque Nacional Podocapus, el 18,7% la cascada la poderosa, el 12,1% la cascada la Chismosa, el 20,3% correspondiente a 37 encuestados conocen el rio bombuscaro, el 14,3% el Parque lineal de Zamora, el 6% el reloj gigante y el 6% corresponden a 11 encuestados conocen el mirador tres cruces.

Tabla 19. ¿Qué tipo de actividad de aventura realizó en su visita a la ciudad de Zamora?

Variable	Total	
	Cantidad	%
Rafting	23	12,8%
Tubbing	15	8,3%
Ciclismo de Aventura	33	18,3%
Puenting	21	11,7%
Senderismo	55	30,6%
Camping	15	8,3%
Descenso de cascadas	18	10%
Total	182	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo al grafico el 12,8% de los encuestados en su visita a la ciudad de Zamora ha realizado rafting, el 8,3% tubing, 18,3% han realizado ciclismo de aventura, el 11,7% puenting, un 30,6% que corresponde a 55 personas realizaron senderismo, el 8,3% ha hecho camping y el 10% han realizado descenso de cascada.

Calidad Percibida

Para la evaluación de calidad del producto obtenido por los turistas se utilizó la escala de Likert siendo 1 muy mala y 5 Excelente en los diferentes enunciados dando como resultado lo siguiente:

Tabla 20. Resultados de evaluación de calidad percibida

Variable	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Excelente
	1	2	3	4	5
INFRAESTURA					
10. ¿Cómo calificaría el estado de conservación de los sitios turísticos en dónde realizó la actividad de	5; 3%	14; 8%	67; 37%	70; 38%	26; 14%
OPERACIÓN					
11. ¿El personal de ventas que lo atendió fue claro explicando los programas y precios (costos accesibles) de los paquetes que ofrecen?	5; 3%	13; 7%	36; 20%	87; 48%	41; 22%
12. ¿Los operadores de turismo cumplen con el cronograma de actividades ofertadas puntualmente?	7; 4%	14; 8%	36; 20%	86; 47%	39; 21%
13. ¿Se le proporciono todo el equipo técnico y de seguridad necesario para el desarrollo de la actividad?	6; 3%	11; 6%	42; 23%	85; 47%	38; 21%
14. ¿Cuál fue el estado de los equipos técnicos y de seguridad que usted utilizo en el desarrollo dela actividad de aventura?	6; 3%	14; 8%	45; 25%	78; 43%	39; 21%
15. ¿Califique su nivel de satisfacción con respecto al tipo de servicio que recibió por parte del	6; 3%	9; 5%	50; 28%	77; 42%	40; 22%

personal de guía

¿fueron precisos y
eficientes?

16. ¿El personal de guía ofreció una charla informativa sobre las normas de seguridad y operación de la actividad?	6; 3%	13; 7%	35; 19%	77; 43%	51; 28%
--	-------	--------	---------	---------	---------

SEGURIDAD

17. ¿Considera usted que la actividad de aventura que realizó tiene un grado de dificultad identificado?	8; 5%	13,7%	42; 23%	78; 43	40; 20%
--	-------	-------	---------	--------	---------

18. ¿La actividad de aventura fue desarrollada sin errores dificultades (conocimientos del guía), ni contratiempos?	3; 2%	14; 8%	36; 20%	72; 39%	57; 31%
---	-------	--------	---------	---------	---------

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los encuestados en cuando a la calidad percibida por las operadoras de turismo que brindan el servicio de turismo de aventura.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

6.5.2. Análisis de Resultados de Calidad de Satisfacción

De acuerdo a los resultados recopilados de las encuestas se pudo concluir que existe un buen manejo de conservación de los sitios turísticos, en vista que el porcentaje de acuerdo a la escala de Likert fue “Bueno” con un 38%. Sin embargo existe un 8% equivalente a 14 encuestados que cree que estos sitios no han tenido el cuidado respectivo.

Según los resultados del sondeo el 48% de los encuestados perteneciente a 87 turistas se sienten satisfechos por la atención e información recibida, no obstante existe un 3% de insatisfacción ya que consideran que la atención no fue la apropiada y que se debe implementar nuevas formas de atención al cliente considerando que la comunicación es una herramienta importante para una empresa que brinda este tipo de servicios. Lo ideal sería implementar talleres de capacitación al personal de ventas ya que es el interlocutor en el proceso de vender y convencer al cliente.

Cumplir con lo prometido es una de las expectativas que los turistas tienen cuando adquieren un producto, es por ello que es importante conocer cuan puntuales y cumplidos pueden ser las

operadoras que ofrecen este servicio. Según los resultados obtenidos según la escala de Likert un 47% es Buena sin embargo el 4% de los encuestados mencionan que las operadoras no han cumplido con el cronograma programado dando esto como una mala impresión al turista. Las operadoras turísticas tienen la responsabilidad de cumplir con puntualidad y satisfacción las actividades planeadas para llenar las expectativas de los clientes.

Según resultados obtenidos el 47% de los encuestados si se les fue entregado el equipo técnico de seguridad necesario antes de realizar algún deporte de aventura. El porcentaje de diferencia alcanza el 3% en respuesta negativa. Considerado las pocas veces que se realiza este tipo de actividades en la parroquia las operadoras deben contar con el equipamiento necesario, es por eso que el 43% de los encuestados mencionan que las condiciones en las que se encuentran los equipos técnicos han sido Buenas.

La eficiencia y precisión demostrada por los guías que realizan deportes de aventura muestra el gran esfuerzo y preparación que impulsa el desempeño en el momento de realizar dichas actividades. Según los resultados arrojados 42% de los encuestados están satisfechos con la eficiencia de los guías, sin embargo un 28% mencionan que la eficiencia de los guías es regular considerando que algunos no tienen un buen desenvolvimiento al momento de realizar estos deportes de aventura. Gracias a la planificación y uso de políticas las operadoras cuentan con herramientas para poder coordinar y controlar las actividades tratando de minimizar las consecuencias negativas que puedan suceder.

Las operadoras turísticas que practican este tipo de deportes de aventura tienen conocimiento de los riesgos y peligros a los que se someten, es por esto que es de suma importancia que el guía brinde la suficiente información al turista. Según los resultados se obtuvo que el 43% de los guías brindan información necesaria acerca del uso de los equipos técnicos además de brindar información de los riesgos que pueda haber en cada actividad de aventura. Considerando que las operadoras turísticas cuentan con el material de apoyo es decir reglamento, manuales e instructivos, lo que ayuda a la gestión de riesgos de los deportes de aventura.

Es importante saber si los deportes que ofrecen en la ciudad de Zamora se consideran un nivel de dificultad apropiado para los turistas ya que, como su nombre lo indica, la práctica de deportes de aventura implica exposición a algunos riesgos en su ejecución. Según los resultados arrojados un 43% de encuestados consideran que el grado de dificultad fue la adecuada, mientras que el 5% considera que las actividades tuvieron un grado de dificultad extrema no apta para ellos.

La buena planificación y organización por parte de las operadoras turísticas hacen que no exista algún contratiempo en la práctica de estos deportes, tal como se refleja en los resultados con

el 39% los encuestados consideran que se llevó sin dificultades los deportes de aventura, mientras que un 2% siendo una mínima negativa evidencio problemas de alta transcendencia en la práctica de Evaluación de la oferta y demanda

La matriz de medición de calidad interna, es una herramienta de investigación utilizada para conocer la accesibilidad al atractivo turístico, el perfil de los guías turísticos y los equipos y accesorios de los turistas y guías, las cuales son herramientas que emplea una empresa turística en el desarrollo de las actividades de aventura, es importante mencionar que los indicadores de equipos y accesorios fueron tomados del Reglamento de Operaciones turísticas de Aventura según la actividad turística que los entrevistados han realizado en la parroquia. A continuación en las siguientes tablas se podrá observar los resultados de las fichas aplicadas:

Tabla 21. Resultados de evaluación de los atractivos naturales.

Atractivo Natural	Total	Porcentaje
Accesibilidad del camino	79	17%
Señalética	71	16%
Atractivos Naturales	88	19%
Servicios Básicos (agua, baño, alimentos)	63	14%
Ubicación ante alguna Emergencia	86	19%
Calidad de la infraestructura	67	15%
Total	454	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Una vez realizada la evaluación se obtuvo los siguientes resultados un 17% de accesibilidad, 16% de señalética, 19% atractivos naturales, 14% de servicios básicos, 19% de personal de emergencia y 15% de la calidad de la infraestructura, cabe recalcar que estos resultados son referentes a los atractivos naturales donde se realizan las actividades de turismo de aventura.

Tabla 22. Resultados de los guías

Guías Turísticos	Total	Porcentaje
Preparación profesional	105	8%
Nivel de liderazgo	107	11%
Actitud (activa y positiva)	109	19%

Respeto	109	11%
Disponibilidad y apoyo ante el cliente	107	11%
Nivel de confianza	107	11%
Responsabilidad	108	11%
Apariencia (Vestimenta distintiva)	104	7%
Coherencia en la información	107	11%
Total	963	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Una vez realizada la evaluación se hizo un análisis general de todas las matrices aplicadas dando como resultado lo siguiente un 8% de preparación profesional arrojando un bajoporcentaje porque en dos matrices solo se evaluó solo a dos personas sin embargo existe un granprofesionalismo por las personas que son guía para la realización de los deportes de aventura, un11% en los siguientes: nivel de liderazgo, respeto, apoyo al cliente, responsabilidad, nivel de confianza y coherencia en la información y un 7 % en la apariencia del guía.

Tabla 23. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de Ascensoy Descenso de Canyoning

<i>Equipo y accesorios del Turista</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Trajes de neopreno	11	7%
Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías.	16	11%
Casco	18	12%
Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña.	18	12%
Calzado, con base antideslizante.	12	8%
Descendedor de seguridad con su respectivo mosquetón deseguro.	16	11%
Línea de vida con su respectivo mosquetón de seguro.	10	7%
Mosquetones HMS de seguro.	17	11%

Linterna frontal resistente al agua	21	14%
Gafas de piscina o buceo en caso que exista la necesidad de sumergirse	11	7%
Total	150	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Una vez realizado el análisis nos da como resultado lo siguiente 7% cuentan con trajes de neopreno, gafas de piscina o buceo en caso que exista la necesidad de sumergirse y línea de vida con su respectivo mosquetón de seguro 11% Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías, el 12% cuentan Casco y Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña , el 8% Calzado con base antideslizante, el 11% descendido de seguridad con su respectivo mosquetón de seguro y Mosquetones HMS de seguro, 14% Linterna frontal resistente al agua.

Tabla 24. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Ascenso y Descenso deCanyoning.

<i>Equipo y accesorios del Guía</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Trajes de neopreno	15	4%
Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías.	23	6%
Casco	24	7%
Calzado con base antideslizante.	20	6%
Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña,	25	7%
2 mosquetones con seguro.	24	7%
Silbato.	21	6%
Sistema de comunicación.	25	7%
Botiquín de primeros auxilios	23	6%
Poleas para cuerdas.	21	6%
Mochila especial con desagüe	23	6%
Bolsa Seca, útil para guardas linternas, radios, etc.	24	7%
4 Clavijas	19	5%
Burilador para brocas SDS de taladradoras	7	2%

Maillones	23	6%
Protección artificial para rutas tradicionales	22	6%
Aprobación de un examen de natación, nadar mínimo 50 mts, recuperar un objeto a 3 mts de profundidad y nadar con una persona rescatada 20 mts	21	6%
Total	360	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Según los entrevistados el 4% de guías cuentan con trajes de neopreno, el 6% Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías, el 7% Casco, 6% Calzado con base antideslizante, el 7% Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña, el 7% cuenta con 2 mosquetones con seguro, el 7% con silbato, el 7% con sistema de comunicación, el 6% con botiquín de primeros auxilios, el 6% cuenta con poleas para cuerdas, el 6% mochila especial con desagüe, el 7% con bolsa Seca, útil para guardar linternas, radios, etc., el 5% cuenta con 4 Clavijas, el 2% con burilador para brocas SDS de taladradoras, el 6% maillones, el 6% protección artificial para rutas tradicionales y el 6% hacen una aprobación de un examen de natación, nadar mínimo 50mts, recuperar un objeto a 3 mts de profundidad y nadar con una persona rescatada 20 mts.

Tabla 25. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de ciclismo.

<i>Equipo y accesorios del Turista</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Casco de ciclista	4	45%
Calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona	3	33%
Dispositivo reflector		22%
Total	7	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Según el entrevistado los turistas el 45% cuentan con casco, el 33% con Calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona y el 22% con dispositivo reflector.

Tabla 26. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Ciclismo.

<i>Equipo y accesorios del Guía</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Casco de ciclista	20	20%

Calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona.	20	20%
Dispositivo reflector.	20	20%
Botiquín de primeros auxilios	20	20%
Herramientas básicas (inflador, tubo de repuesto, parches, rompecadenas, llaves hexagonales).	20	20%
Total	100	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo a la entrevista realizada el guía con el 20% cuenta con casco de ciclista, el 20% calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona, el 20% Dispositivo reflector, el 20% Botiquín de primeros auxilios y el 20% con las herramientas básicas (inflador, tubo de repuesto, parches, rompecadenas, llaves hexagonales).

Tabla 27. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de senderismo.

<i>Equipo y accesorios del Turista</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Calzado y vestimenta adecuadossegún la zona (por ej.: botas de caucho para la selva y páramo).	14	41%
Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.	14	41%
Bastón (opcional)	6	18%
Total	34	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Mediante las entrevistas realizadas se pudo obtener que el 41% de los turistas tienen Calzado y vestimenta adecuados según la zona (por ej.: botas de caucho para la selva y páramo), el 41% Linterna, cuando la modalidad sea nocturna y el 18% Bastón (opcional).

Tabla 28. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Senderismo

<i>Equipo y accesorios del Guía</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Calzado y vestimenta adecuados según la zona (porej.: botas de caucho para la selva y páramo).	18	14%
Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.	20	16%
Botiquín de primeros auxilios	19	15%
Sistema de comunicación.	20	16%
Equipo de orientación en aéreas remotas.	15	12%
Navaja multiuso o cuchillo.	16	13%
Bolsas secas para guardar el equipo y ropa, que proporcione protección contra las inclemencias del clima y que esté fabricado con materiales ¹⁷ resistentes reforzados anti desgarro y abrasión.		14%
Total	125	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo a las entrevistas se obtuvieron los siguientes resultados el 14 Calzado y vestimenta adecuados según la zona (por ej.: botas de caucho para la selva y páramo),el 16% Linterna, cuando la modalidad sea nocturna, el 15 % cuenta con un botiquín de primeros auxilios, el 16% con Sistema de comunicación, el 12% con equipo de orientación en aéreas remotas, el 13% cuenta con navaja multiuso o cuchillo y el 14% con bolsas secas para guardar elequipo y ropa, que proporcione protección contra las inclemencias del clima y que esté fabricado con materiales resistentes reforzados anti desgarro y abrasión.

Tabla 29. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de Tubing

<i>Equipo y accesorios del Turista</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Chaleco salvavidas acorde a la modalidad	22	51%
Casco de kayak o rafting	23	49%
Total	45	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Según los resultados de la entrevista se supo conocer que la empresa es la que brinda estos accesorios al turista dando como resultados los siguientes con el 51% Chaleco salvavidas acorde a la modalidad y 49% Casco de kayak o rafting.

Tabla 30. Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Tubing.

<i>Equipo y accesorios del Guía</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Chaleco salvavidas acorde a la modalidad	24	17%
Casco de kayak o rafting	25	18%
Cuchillo o navaja	21	15%
1 silbato	21	15%
Botiquín de primeros auxilios	24	17%
Sistema de comunicación	25	18%
Total	140	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Según los entrevistados el 17% tienen Chaleco salvavidas acorde a la modalidad, el 18% Casco de kayak o rafting, el 15% Cuchillo o navaja, el 15% con 1 silbato, el 15% tiene Botiquín de primeros auxilios y el 18 % con un Sistema de comunicación.

Tabla 31. Resultado de evaluación de los equipos y accesorios del turista en la actividad de Rafting.

<i>Equipo y accesorios del Total</i>		<i>Porcentaje</i>
<i>Turista</i>		
Chaleco salvavidas homologado.	20	23%
Casco para rafting	20	23%
Remos de rafting	20	23%
Ropa térmica	14	17%
Calzado adecuado	12	14%
Total	86	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: De acuerdo a los resultados de la entrevista se supo conocer que la empresa es la que brinda los accesorios al turista cuando se realiza el deporte de aventura en el agua, dando como resultados los siguientes el 23% Chaleco salvavidas homologado, 23% el Casco para rafting, el 23% Remos de rafting, cabe recalcar que los accesorios personales de turista no lo brindan la empresa dando como resultado el 17% Ropa térmica y el 14% cuenta con el calzado adecuado.

Tabla 32. *Evaluación de los equipos y accesorios del guía en la actividad de Rafting*

<i>Equipo y accesorios del Guía</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Calzado adecuado	18	10%
Casco para rafting	20	12%
Remos de rafting	20	12%
Un flip line con mosquetón de seguridad	20	11%
Navaja de río o cuchillo	20	11%
Pito o silbato	20	11%
Dos mosquetones con dos cordinos amarrados mediante un nudo prusik	20	11%
Bolsa seca	20	11%
Equipo de comunicación	20	
Total	188	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Según los resultados, el guía cuenta con el 10% Calzado adecuado, el 12% Casco para rafting, el 12% Remos de rafting, el 11% n flip line con mosquetón de seguridad, el 11% Navaja de río o cuchillo, 11% Pito o silbato, el 11% Dos mosquetones con dos cordinos amarrados mediante un nudo prusik, el 11% Bolsa seca, y el 11% el equipo de comunicación.

Tabla 33. Evaluación de los equipos y accesorios del turista y guía en la actividad de Salto del puente.

<i>Equipo y accesorios</i>	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
Casco homologado para actividades deportivas	15	16%
Dos puntos de sujeción.	15	16%
Los sistemas de conexión al cuerpo deben considerar mosquetones HMS con seguro	15	17%
El dispositivo auto bloqueantes con 1 descendedor	15	17%
Mosquetones en función de la necesidad de los sistemas	15	17%
Botiquín de primeros auxilios	15	17%
Total	90	100%

Nota: La tabla muestra la distribución de los porcentajes de las variables que eligieron los entrevistados.. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Interpretación: Según el reglamento el equipo y accesorio para esta actividad es la misma para turista y guía por lo tanto se da como resultado que el 16% usan Casco homologado para actividades deportivas, el 16% usa dos puntos de sujeción, el 17% usa un sistema de conexión al cuerpo, el 17% usa un dispositivo auto bloqueante con 1 descendedor, el 17% usa Mosquetones en función de la necesidad de los sistemas y un 17% usa un botiquín de primeros auxilios.

6.5.3. Análisis de los resultados de la evaluación a la oferta y demanda.

De acuerdo a los resultados de la evaluación realizada a las operadoras turísticas que brindan este tipo de servicio se pudieron obtener los siguientes resultados, en cuanto a la accesibilidad en la que se encuentra los atractivos turísticos con un 16% cuentan con señalética en estado de conservación regular, mientras que un 14% que es el más bajo arroja que algunos de los atractivos turísticos no cuentan con los servicios básicos es decir baños, alimentos, etc.

En cuanto a la evaluación de los guías nos arrojó con un 19% los guías cuentan con una

gran actitud al momento de dirigirse con el turista, al igual que en un 11% con un nivel de liderazgo muy eficiente, respetuoso y sobre todo responsable, mientras que con 8% siendo el más bajo en relación a turistas profesionales lo que nos da a concluir que por falta de guías profesionales locales hace que este tipo de actividades no se realicen en la parroquia Zamora.

Para la evaluación de turismo de aventura dentro de la parroquia Zamora se lo realizó por actividades tomando en cuenta los equipos y accesorios que tanto como guía y turista deben tener para poder realizar esta actividad, dando como resultado que los turistas y guías cuentan con la implementación básica es decir casco, calzados, arnés, silbato, botiquín de primeros auxilios, sistema de comunicación, mas no con todo el equipamiento necesario para que pueda realizar este tipo de actividades, además cabe mencionar que cuando son deportes que se realizan en el agua las operadoras son las que brindan el equipamiento sin embargo estos la califican como regular al mencionar que los equipos y accesorios no se encuentran en un buen estado.

6.6. Estrategias de Marketing para la reactivación del turismo de aventura en la parroquia Zamora.

Para la elaboración de las estrategias de marketing se elaboró un FODA sencillo tomando en cuenta los resultados del primer y segundo objetivo, así mismo se elaboró un FODA estratégico con la finalidad de saber cuáles serían las estrategias para poder reactivar el turismo de aventura en la parroquia Zamora.

6.6.1. Análisis FODA de la parroquia Zamora.

Tabla 34. Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos naturales y culturales. • Biodiversidad de flora y fauna. • Servicios de transporte público. • Servicio de operadoras turísticas. • Servicio de información turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de promoción turística por empresas privadas y públicas. • Falta de promoción turística en las diferentes redes sociales. • Falta de operadoras turísticas. • Desconocimiento de los deportes de aventura. • Falta de una marca turística.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de turismo. • Feriados nacionales frecuentes. • Aprovechamiento de actividades turísticas en los atractivos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales (deslaves, derrumbos). • Falta de apoyo por parte del Gad cantonal. • Deficiente apoyo por parte de las

- Alianzas estratégicas con operadoras turísticas nacionales.
- Tendencias tecnológicas que facilitan llegar a los clientes a través de publicidad por la web
- instituciones vinculadas a la actividad turística.
- Poca oferta de guías de turismo locales calificados.

Nota: La tabla muestra el análisis FODA de la parte interna y externa de la parroquia Zamora. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

6.6.2. Análisis de FODA estratégico

Tabla 35. Análisis de FODA estratégico

		Fortalezas	Debilidades
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40%; border-right: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black; padding-right: 10px;"> <p style="text-align: center;">INTERNO</p> </div> <div style="width: 55%; padding-left: 10px;"> </div> </div>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Atractivos turísticos naturales y culturales. 2. Biodiversidad de flora y fauna. 3. Servicio de información turística. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de promoción turística por empresas privadas y públicas. 2. Falta de promoción turística en las diferentes redes sociales. 3. Falta de operadoras turísticas. 4. Falta de una marca turística.
	<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40%; border-right: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black; padding-right: 10px;"> <p style="text-align: center;">EXTERNO</p> </div> <div style="width: 55%; padding-left: 10px;"> </div> </div>		
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de turismo. 2. Feriados nacionales frecuentes. 3. Aprovechamiento de actividades turísticas en los atractivos naturales. 4. Alianzas estratégicas con operadoras turísticas nacionales. 5. Tendencias tecnológicas que facilitan llegar a los clientes a través de publicidad por la web 	<ol style="list-style-type: none"> 1. F1; F2; O1; O3: Impulsar el desarrollo turístico a través de nuevos productos sostenibles. 2. F4; O4; Promocionar la venta de paquetes turísticos con precios competitivos. 3. F1; F3; O3; O5; Aprovechar la ubicación de los atractivos turísticos de la parroquia Zamora y promocionarlo en la página web del cantón. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. D1; D2; O5: Promocionar los atractivos turísticos a través de las redes sociales. 2. D3; O4: Crear alianzas entre operadoras turísticas locales y nacionales. 	
Amenazas	FA	DA	

1. Desastres naturales (deslaves, derrumbos).	1. F1; A2; A3: Aprovechamiento de los recursos turísticos para generar nuevos productos turísticos.	1. D4; D2; A2; A3: Crear una marca identificativa para la promoción de las actividades de aventura.
2. Falta de apoyo por parte del Gad cantonal.		
3. Deficiente apoyo por parte de las instituciones vinculadas a la actividad turística	2. F3; A4: Incluir guías locales para brindar una mejor experiencia al turista.	
4. Poca oferta de guías de turismo locales calificados.		

Nota: La tabla muestra el análisis FODA cruzado estratégico. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

6.3.3. Estrategias propuestas mediante el análisis FODA.

De acuerdo a las estrategias obtenidas en el análisis FODA, que son: Impulsar el desarrollo del turismo en la parroquia Zamora a través de la promoción de los atractivos turísticos en relación a los deportes de aventura, para esto se usó las 4P que son: productos, precios, distribución, publicidad y promoción que son las estrategias a considerar para la reactivación del turismo de aventura.

6.3.3.1. Estrategia de Producto

- Diseñar paquetes de aventura para conocer uno o más atractivos turísticos donde se pueda realizar deportes de aventura.



Figura 9. Diseño de Paquete Turístico

- Brindar una imagen y posicionamiento del turismo de Aventura en la parroquia a través de la creación de una marca, logotipo y nombre, como ejemplo:



6.3.3.2. Estrategia de Precios

- Fijación de precios por paquetes de aventura con 2 o más deportes.
- Fijar políticas de descuentos del 15-20% para grupos turísticos grandes según la temporada sea altas o bajas.

Tabla 36. Precios de los servicios de aventura por persona

Actividad	Capacidad	Precio por Pax
Rafting	5	15\$
Tubbing	6	10\$
Ciclismo de Aventura	1	8\$
Puenting	1	10\$
Senderismo	8	3\$
Camping	6	10\$

Nota: La tabla muestra los precios de paquetes turísticos de los deportes de aventura por persona. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

Tabla 37. Precios de los servicios de aventura por paquetes

Actividad	Grupos	Precio por Pax
Rafting	8	100\$
Tubbing	6	50\$
Ciclismo de Aventura	5	35\$
Puenting	8	80\$
Senderismo	10	25\$
Camping	5	45\$

Nota: La tabla muestra los precios de los paquetes de los deportes de aventura por grupos. Tomado del trabajo de campo realizado por la autora.

6.3.3.4. Estrategia de Distribución

- Asociarse con agencias de viajes cercanas que brinden este tipo de servicios para ofrecer a los turistas diferentes paquetes relacionados con los deportes de aventura.
- Fijar los puntos de información turística de los cantones donde existe más afluencia de turistas, en el que se puede entregar folletos o colocar posters con información relacionada a

los atractivos turísticos y paquetes de actividades de aventura.

6.3.3.5. Estrategia de Publicidad y Promoción

- Promocionar a través de las diferentes redes sociales:



Figura 11. Publicidad en Facebook



Figura 12. Publicidad en Instagram

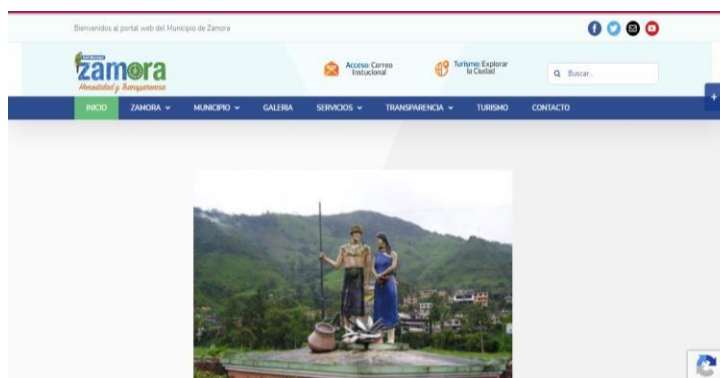


Figura 13. Publicidad en Pagina Web

- Anuncios en el Diario La Hora, Radio Amazonas, Masharos News, Radio Luz y Vida, entre otras, para fechas vacacionales o feriados.

7. Discusión

En la presente investigación se aplicaron varias metodologías que sirvieron para el desarrollo del trabajo, las mismas que a través de la aplicación de técnicas y herramientas facilitaron el cumplimiento de cada uno de los objetivos.

El presente trabajo de investigación parte de un diagnóstico de los atractivos turísticos de la parroquia Zamora, para la cual se tomó en cuenta la matriz del MINTUR la misma que fue adaptada en relación a los deportes de aventura, en aquel diagnóstico los resultados establecen que dentro del catastro cantonal cuenta con cuatro operadoras de turismo, mientras que en la salida de campo se pudo evidenciar una sola operadora en funcionamiento, en relación a lo expuesto (Nasimba & Cejas, 2015) menciona que las facilidades turísticas son aquellas que colaboran en la generación de un producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Esto se refiere que, sin la existencia de facilidades turísticas, el recurso turístico rara vez se constituye un producto turístico, es por esto que es necesario la implementación de operadoras turísticas que puedan brindar información y ofertar paquetes turísticos.

A través de las entrevistas realizadas se pudo obtener información importante la cual me ayudo a evidenciar cuales eran los deportes de aventura que ya fueron desarrolladas dentro de los atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia. Pozo J. (2022) dice que la satisfacción del cliente es aquel grado de expectativas que la empresa debe cumplir hacia el cliente con el fin de que reciba un buen producto o servicio. Si el cliente no recibe el servicio que espera, la sensación será negativa por lo que la mejor opción es hacer que el cliente perciba como mínimo aquello que esperaba.

Es por ello que para la evaluación se desarrolló dos formas; la evaluación a la demanda para saber el grado de satisfacción del cliente hacia el servicio obtenido por la operadora turística la cual fue realizada por medio de una encuesta la cual consta de 17 preguntas con cinco dimensiones como lo son: infraestructura, operación, equipos técnicos, guía y seguridad la cual se evidencio que los turistas en parte de encuentran satisfechos por el servicio obtenido sin embargo piensas que aún hay un escaso de falencias en lo que es atención al cliente y equipamiento para el turista. Además se realizó la evaluación de la oferta la cual se realizó una matriz elaborada tomando en cuenta el reglamento de Operación turística de Aventura en base a la infraestructura, guía, equipamiento del guía y turista, el mismo que se desarrolló a través de entrevistas y observación directa la cual se pudo obtener que los trabajadores internos consideran ciertas falencias en cuanto al estado en el que se encuentran los atractivos turísticos además de la falta de equipamiento para el desarrollo de esta actividad.

Finalmente las estrategias de promoción de marketing que se han desarrollado surgen con la necesidad de que la ciudad de Zamora sea considerado como un destino turístico donde se pueda realizar turismo de aventura, con la implementación de productos y servicios turísticos que incentiven al sector a desarrollarse turísticamente. Para Sordo A. (2021) una estrategia de marketing es el estilo y el método que se usa para crear oportunidades de venta la misma que sirve para comunicar y posicionar los productos y servicios de una empresa, y se traduce en líneas operativas que permiten llegar a un mercado meta por los canales idóneos. Esto hace referencia a la implementación de estrategias de promoción en las diferentes redes sociales, pagina web del Cantón de Zamora, precios y paquetes turísticos con la finalidad de obtener más afluencia de turistas interesado en la realizar de turismo de aventura y a la vez se pueda dar un servicio de calidad.

8. Conclusiones

- La evaluación del grado de satisfacción al turista mediante el cuestionario subdividido en dimensiones, donde se evidenció que los turistas encuestados indican una percepción Buena con un 38% en relación a la calidad del servicio teniendo en cuenta las dimensiones de infraestructura, la cual los turistas han mencionado su satisfacción con el estado de conservación, en cuanto a la operación de las empresas turísticas con un 48% siendo buena la satisfacción en todo lo que se refiere a la información de los paquetes turísticos, dentro de lo que compete a los equipos técnicos han considerado que el estado del equipaje se encontró en buen estado con un resultado de 47%, además mencionaron que los servicios del guía fueron Buenos con un 43%, ya que supieron dar las debidas indicaciones y brindar seguridad a los clientes.
- En cuanto a la evaluación a la oferta y demanda la cual fue un análisis interno de las operadoras turísticas nos dio como resultado que los atractivos turísticos se encuentran en un estado “Regular” con un 15% el cual ha sido uno de los causantes de que no se desarrolle esta actividad, en cuanto a los guías en la escala de Likert obtuvo Bueno con un 19%, considerando que los guías han sido contratados y dos de ellos son guías de sus propios paquetes turísticos, y finalmente en el equipamiento de guía y turista se pudo evidenciar que se calificó con un 15% siendo Regular en turistas por la falta de los mismos, mientras que los guías tuvieron una calificación de 20 % dando como Buena en la escala de Likert al cumplir la mayoría de sus implementos para realizar estas actividades de aventura.
- A pesar que el nivel de calidad de Zamora es bueno, un considerable de los encuestados coincide en que aún existen varios aspectos que deben ser mejorados, los más relevantes están asociados con: el personal que los atendió (guías y vendedores) y los equipos de seguridad. La principal razón de esta percepción se debe a que estos dos aspectos están en contacto directo con los turistas y son fácilmente percibidos durante la compra y el uso del servicio, es decir durante los momentos de la verdad en la atención al cliente.
- El desarrollo del análisis FODA nos permitió a desarrollar estrategias de marketing para poder promocionar a través de las diferentes redes sociales para poder reactivar las actividades turísticas y realizar la implementación de nuevos productos turísticos en relación a los deportes de aventura.

9. Recomendaciones

- Finalizando el presente estudio se pudo percibir que la parroquia Zamora cuenta con atractivos con gran potencial turístico, pero esta no cuenta con uno de los elementos necesarios que complementen el desarrollo turístico, siendo fundamental la existencia de operadoras de viajes que permitan ofrecer paquetes turísticos relacionados con las actividades de aventura.
- Se precisa el apoyo de las autoridades gubernamentales: MINTUR y SECAP para que auspicie e invierta en programas de capacitación dirigida a los empresarios turísticos en los cuales se aborden temas relacionados con el turismo de aventura y a la vez otorgue reconocimientos y certificaciones que validen su desempeño y sirvan como garantía y respaldo para los clientes.
- Se recomienda a las empresas que brindan este tipo de servicio implementar paquetes turísticos en relación a los deportes de aventura, contar con accesorios y equipamiento en buen estado y tener guías certificados. Además realizar sondeos internos cada cierto tiempo con la ayuda de instrumentos como encuestas, con el fin de conocer la perspectiva del turista sobre la calidad percibida para poder conocer sus debilidades y trabajar en ellas.

10. Bibliografía

Arboleda Proaño, P. G. (2015). *La promoción turística y la revalorización del pensamiento montalvino en la casa y mausoleo de Juan Montalvo de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua* [Proyecto de investigación previo a la obtención del título de licenciada en turismo y hotelería, Universidad técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/12860/1/FCHE-THP-216.pdf>

Botey, P. (2022, febrero 23). ▷ *Las 4 P del Marketing: Qué son, cuáles y para qué sirven* - *InboundCycle*. Inboundcycle.com; InboundCycle. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

Castillo, A., Sánchez, S., & Santos, L. (2020). Satisfacción, expectativas y fidelidad del turista en Sevilla, España. *Revista de Administración y Dirección de Empresas*. Obtenido de https://www.uco.es/docencia_derecho/index.php/RAYDEM/article/viewFile/212/264

CEUPE. (2020, July 15). *Características del turismo de aventura*. CEUPE magazine. <https://www.ceupe.com/blog/caracteristicas-del-turismo-de-aventura.html?dt=1655826749838>

Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del Potencial en Municipios Turístico a través de Metodologías Participativas*. *Servicios Académicos Internacionales*. https://www.academia.edu/33308391/Potencial_tur%C3%ADstico_pdf

Dosantos, M. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v45n178/0185-2760-resu-45178-00079.pdf>

Guacho Anilema, O. L. (2019). *Turismo De Aventura Y Desarrollo Turístico Sostenible En La Parroquia El Altar, Cantón Penipe, Provincia De Chimborazo* [Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Turística y Hotelera, Universidad Nacional De Chimborazo]. <https://es.scribd.com/document/56770515/turismo-aventura>

Instituto Distrital de Turismo (2020). *Productos Turísticos*. Instituto Distrital de Turismo. <https://www.idt.gov.co/es/productos-turisticos>

Kotler, & Armstrong. (2008). Principios del Marketing. En Kotler, & Armstrong,

Principios del Marketing. Madrid: PEARSON EDUCATION S.A.

Lazo, C., Bastidas, M., Aguilar, F. y Calle, M. (2017). La potencialidad turística y sus oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *INNOVA*, 2(8.1), 1–21. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/320/1322>

LUQUE GIL, A.M., (2003): “La evolución del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas”, Cuadernos de Turismo, nº 12, pp. 131-149.

Méndez, P. (2018). *Análisis y planificación del turismo rural en la provincia de Cáceres*. PRI IB PDF Descargar libre. Le proporcionamos las herramientas cómodas y gratuitas para publicar y compartir la información. <https://docplayer.es/64554339-Analisis-y-planificacion-del-turismo-rural-en-la-provincia-de-caceres-pri-ib-10092.html>

Mendoza, J. (2021, 29 enero). Medición de la calidad del servicio. Modelos de las deficiencias y SERVQUAL. <https://bit.ly/3MpHFIV>

Ministerio de Turismo (2014). *Operación Turística de Aventura en Ecuador cuenta con reglamento – Ministerio de Turismo*. Gob.ec. <https://www.turismo.gob.ec/operacion-turistica-de-aventura-en-ecuador-cuenta-con-reglamento/>

Ministerio de Turismo (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. <http://chrome-extension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

Nasimba, C., & Cejas, M. (2015). DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SUS FACILIDADES. *Qualitas*, 22-39. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/NasimbaMaribel/publication/333221285_Articulo_de_revision_DISENO_DE_PRODUCTOS_TURISTICOS_Y_SUS_FACILIDADES/links/5ce2cde7299bf14d95aa8667/Articulo-derevision-DISENO-DE-PRODUCTOS-TURISTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

Perticará, Á. P. (n.d.). TURISMO DE AVENTURA. El origen lúdico del turismo activo. *Grupo de Turismo Sustentable*. Retrieved June 21, 2022, from http://file:///D:/InnoVaUsuario/Downloads/turismo-aventura_compress.pdf

Pozo, J. (2022, 31 marzo). Satisfacción del cliente. ¿Qué es y cómo medirla? El viaje del cliente. <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>

Prada, J., Armijos, D., Crespo, A., & Torres, L. (2017). Destinos turísticos culturales y

satisfacción. Estudios y Perspectivas en Turismo - Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc), Volumen 26, pp. 864-883. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180752919006.pdf>

Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico Turístico Local*. <http://chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/07/Ricaurte.-Manual-diagnostico-turistico-local.-Guia-planificadores.-2000.-50-pgs.pdf>

Riquelme, M. (2022, 15 de junio). *Estrategia Promocional (Concepto e importancia)*.

Web y Empresas. <https://www.webyempresas.com/estrategia-promocional/>

Sordo, A. I. (2021, octubre 11). *Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>

11. Anexos

Anexo 1. Oficio designación de director del trabajo de titulación



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Carrera de Administración Turística
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA

Presentada el día de hoy, 11 de mayo de 2022, a las 12h10.- Evacuada la diligencia otórguese lo solicitado por la persona interesada e incorpórese al expediente académico.- **LO CERTIFICO.**

ENA REGINA

Firmado digitalmente por
ENA REGINA PELAEZ SORIA

PELAEZ SORIA

Fecha: 2022.05.12 17:47:25
-05'00'

Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Loja, 11 de mayo de 2022, a las 12h15.- De conformidad a las competencias establecidas en el Art. 134 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, al informe favorable de pertinencia de estructura y coherencia conforme lo determinado en el Artículo 134 del RRA-UNL, emitido por el/la **Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.** docente de la Carrera de "EVALUACIÓN DEL TURISMO DE AVENTURA EN LA PARROQUIA ZAMORA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE". Presentado por el/la postulante: **AGUINSACA TENE JESSICA VIVIANA**, estudiante de la Carrera de Administración Turística (Modalidad Presencial), previo a optar el Grado de: **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA** se autoriza la ejecución de tesis, y se designa como Director/a de Tesis al/la Docente: **Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.** Conforme lo ordenado en el Art. 136 RRA-UNL.- **NOTIFIQUESE** para que surta los efectos de Ley que corresponden.-

CESAR
AUGUSTO
NEIRA

Firmado
digitalmente por
CESAR AUGUSTO
NEIRA HINOSTROZA

Lic. **Cesar Augusto Neira Hinostroza**
**DIRECTOR DE LA CARRERA
DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

Loja, 11 de mayo de 2022, a las 12h20.- Notifico con el Decreto y la providencia que antecede con la designación legal y formal de Director/a de Tesis, al/la Docente: **Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.** para el efecto deberá observarse estrictamente lo establecido en los artículos 137 y siguientes del RRA-UNL.- Para constancia firman en unidad de acto, para los fines que se persiguen.

CESAR
AUGUSTO
NEIRA

Firmado
digitalmente por
CESAR AUGUSTO
NEIRA

Lic. **Cesar Augusto Neira Hinostroza, Mg. Sc.**
DIRECTOR DE LA CAT

Ing. Alex Javier Quito Ramón, Mg. Sc.
DIRECTOR/A DE TESIS

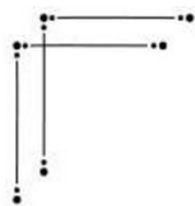
**ENA REGINA
PELAEZ
SORIA**

Firmado digitalmente
por ENA REGINA
PELAEZ SORIA
Fecha: 2022.05.12
17:47:34 -05'00'

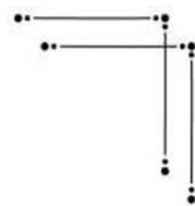
Dra. Ena Regina Peláez Soria, Mg. Sc.
**SECRETARIA ABOGADA DE LA FACULTAD
JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

Elaborado por: Soledad Medina G.

Anexo 2. Certificado del Abstract



Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 20 de marzo de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.

**DOCENTE DE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS – UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: **Evaluación del turismo de aventura en la Parroquia Zamora, Cantón Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe**, autoría de Jessica Viviana Aguinosa Tené con CI: 1900484435, de la carrera de Administración Turística, de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autorizo a la interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**MARLON RICHARD ARMIJOS
RAMIREZ**

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL





Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES COMPETENTES REGULADORAS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL GAD PARROQUIAL DE ZAMORA.

Objetivo:

Determinar cuál es la situación actual de la práctica de los deportes extremos, a fin de establecer el nivel de seguridad que se brinda al turista antes, durante y después del desarrollo de las actividades.

Indicaciones:

El tratamiento que se dé a la información generada en la presente encuesta, será de carácter anónimo y confidencial. Instrucciones: Responda objetivamente en el caso de preguntas abiertas. Marque con una X dentro de los cuadros con la respuesta de su preferencia

1. ¿Cuáles son las medidas inmediatas que se dan ante una situación de riesgo o accidente de los turistas que practican los deportes de aventura?
2. Cuáles son las medidas inmediatas que se dan ante una situación de riesgo o accidente de los turistas que practican los deportes de aventura?
3. ¿Qué actividades de turismo de aventura se realizan o cree que se podrían realizar en la parroquia?
4. ¿Existen capacitaciones de parte de las autoridades competentes hacia los prestadores de servicios relacionados con la práctica de deportes extremos?
5. ¿Cómo cree usted que se podría promocionar el turismo de aventura en la parroquia?
6. ¿Qué factores cree usted que han influido para que no se desarrolle el turismo de aventura en la parroquia?
7. Existe algún apoyo por parte del Gad cantonal o alguna empresa privada para que se desarrolle este tipo de turismo en la parroquia.

Entrevistado 1	1. ¿Cuáles son las medidas inmediatas que se dan ante una situación de riesgo o accidente de los turistas que practican los deportes de aventura?
Plan de contingencia involucrando al Ministerio de Salud y Bomberos durante y en el desarrollo de la actividad.	
Entrevistado 2	2. ¿Qué medidas se toman para controlar el desarrollo de la práctica deportes de aventura en la parroquia de Zamora?
Personal adecuado para que se realice los rescates en el caso de que haya un accidente.	
Entrevistado 3	
Cuando son daños leves y daños graves (fractura), procede a realizar los primeros auxilios. Daños fuera de la mano llamar a ambulancia o buscar ayuda para trasladar al turista al hospital.	
Entrevistado 4	
Permisos necesarios, patente, guías certificados, guías especializados dependiendo la actividad.	
Entrevistado 5	
Realizar un trabajo de territorio, conocer las características del atractivo o zona donde se vaya a desarrollar el deporte de aventura. Realizar primeros auxilios a base de un plan de contingencia.	
Entrevistado 1, 4 y 5	
Contar con los documentos y requisitos Permisos de la Intendencia, Bomberos, MCP en algunos casos, Unidad de turismo. Equipos de acuerdo al reglamento de operación turística de aventura.	
Entrevistado 2.	
No se desarrolla deporte de aventura y cuando se lo hace dar sus debidas protecciones a los turistas para evitar accidentes.	
Entrevistado 3	

<p>Protecciones en el caso de las bicicletas todos con cascos, en las boyas chalecos salvavidas, en las carpas saber los lugares adecuados para evitar accidentes causados por los cambios climáticos.</p>	
<p>Entrevistado 1, 2, 3, 4 y 5</p> <p>Canopy, Trekking, puenting, Kayak, senderismo. Rappel, Rafting, camping, ciclismo,</p> <p>Actividades que se pueden realizar: Cayonin, Parapente, Tubing, calbagatas. Trekkín entre otras.</p>	<p>3. ¿Qué actividades de turismo de aventura se realizan o cree que se podrían realizar en la parroquia?</p>
<p>Entrevistado 1, 2, 3, 4 y 5</p> <p>Actualmente no se dan capacitaciones. Capacitaciones por parte de un guía turístico. Capacitaciones relacionadas al turismo más no especializado al turismo de aventura. Cada guía se capacita por su parte.</p>	<p>4. ¿Existen capacitaciones de parte de las autoridades competentes hacia los prestadores de servicios relacionados con la práctica de deportes de aventura?</p>
<p>Entrevistado 1.</p> <p>Planificación para la mejora los servicios y atención por parte de los involucrados en la actividad turística.</p>	<p>5. ¿Cómo cree usted que se podría promocionar el turismo de aventura en la parroquia?</p>
<p>Entrevistado 2 y 3</p>	
<p>Promoción a través de las redes sociales, campañas, publicidad, afiches, volantes.</p>	
<p>Entrevistado 4</p> <p>Mientras no exista una planificación desarrollada a largo plazo no se podría promocionar la parroquia.</p>	
<p>Entrevistado 5</p> <p>Como un turismo responsable y seguro. Personal capacitado. Cobertura por parte de los actores involucrados privada y pública.</p>	
<p>Entrevistado 1, 2 y 3.</p>	

Falta de iniciativa y poco apoyo de los actores involucrados en la actividad turística.	<p>6. ¿Qué factores cree usted que han influido para que no se desarrolle el turismo de aventura en la parroquia?</p>
Entrevistado 4.	
No hay planificación turística	
Entrevistado 5.	
Instituciones públicas y privadas no cuentan con el personal capacitado además que no existen operadoras calificadas para el desarrollo de esta actividad en la parroquia.	
Entrevistado 1	<p>7. Existe algún apoyo por parte del Gad cantonal o alguna empresa privada para que se desarrolle este tipo de turismo en la parroquia.</p>
Actores turísticos involucrados en el tema de turismo de aventura para en un futuro realizar actividades de aventura una vez al mes.	
Entrevistado 2.	
Ningún apoyo por parte del Gad Cantonal. Apoyo de guías turísticos	
Entrevistado 3.	
Capacitaciones por parte del Gad antes de la pandemia.	
Entrevistado 4	
Si existen capacitaciones por parte de empresas privadas.	
Entrevistado 5.	
No existe apoyo por parte del Gad cantonal. Han realizado este tipo de actividad desde la parte privada como empresa.	

Anexo 3. Resultados de las entrevistas

Anexo 4. Modelo de encuesta dirigida para turistas y visitantes



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ENCUESTA DIRIGIDA PARA TURISTAS Y VISITANTES

Objetivo: Determinar el estudio de factibilidad del proyecto “EVALUACION DEL EL TURISMO DE AVENTURA EN LA PARROQUIA ZAMORA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”, favor solicito su colaboración.

DATOS GENERALES

1. Sexo

M ()

F ()

2. Lugar de Residencia

Zamora Chinchipe

Loja

El oro

Guayaquil

Pichincha

3. Edad

15-20

21-26

27-33

34-40

41-49

Más de 50 años

4. Ocupación

Estudiante

- Empleado
 - Profesional
 - Empresario
 - Jubilado
5. Grado de Instrucción
- Primaria
 - Secundaria
 - Tercer Nivel
 - Estudios de tercer nivel superiores
6. Ingresos Mensuales
- \$424 - \$600
 - \$601 - \$800
 - \$801 - \$1000
 - Más de \$1001
7. Estado Civil
- Soltero
 - Casado
 - Divorciado
 - Unión de hecho
 - Viudo
8. Enuncie el atractivo turístico de aventura, que ha visitado en su viaje a la ciudad de Zamora.
- Parque Nacional Podocarpus
 - Cascada la poderosa
 - Cascada la Chismosa
 - Rio Bombuscaro
 - Parque Lineal de Zamora
 - Reloj Gigante
 - Mirador tres cruces
9. ¿Qué tipo de actividad turística realizo en su visita a la ciudad de Zamora?
- Rafting
 - Tubbing

- Ciclismo de Aventura
- Puenting
- Senderismo
- Camping
- Descenso de cascadas

En un rango del 1 al 5, siendo 1 malo y 5 excelente indique el grado de satisfacción percibido sobre los siguientes enunciados:

Variable	Muy Mala	Mala	Regular	Buena	Excelente
	1	2	3	4	5

INFRAESTRUCTURA

10. ¿Cómo calificaría el estado de conservación de los sitios turísticos en donde realizó la actividad de

OPERACIÓN

11. ¿El personal de ventas que lo atendió fue claro explicando los programas y precios de los paquetes que ofrecen?

12. ¿Los operadores de turismo cumplen con el cronograma de actividades ofertadas puntualmente?

EQUIPOS TECNICOS

13. ¿Se le proporciono todo el equipo técnico y de seguridad necesario para el desarrollo de la actividad. ?

14. ¿Cuál fue el estado de los equipos técnicos y de seguridad que usted utilizo en el desarrollo de la actividad de aventura?

15. ¿Califique su nivel de satisfacción con respecto al tipo de servicio que recibió por parte del personal de guía

¿Fueron precisos y eficientes?

16. ¿El personal de guía ofreció una charla informativa sobre las normas de seguridad y operación de la actividad?

17. ¿Considera usted que la actividad de aventura que realizó tiene un grado de dificultad?

18. ¿La actividad de aventura fue desarrollada sin errores dificultades ni Contra tiempos ?

Anexo 5. Evaluación por actividades de aventura a los prestadores de servicio



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

RESULTADOS DE LA FICHA DE EVALUACIÓN DE ASCENSO Y DESCENSO DE CANYONING						
Indicadores	ENTREVISTADO			TOTAL		
	S					
Atractivo Natural	1	2	3	4	5	
Accesibilidad del camino	2	3	3	3	3	14
Señalética	4	4	3	4	4	19
Atractivos Naturales	3	4	5	4	3	19
Servicios Básicos (agua, baño, alimentos)	2	2	3	3	3	13
Ubicación ante alguna emergencia	4	3	4	3	4	18
Calidad de la infraestructura	3	4	3	3	3	16
Guías						

Preparación profesional	5	5	5	5	5	25
Nivel de liderazgo	5	5	5	5	5	25
Actitud (activa y positiva)	5	5	5	5	5	25
Respeto	5	5	5	5	5	25

Disponibilidad y apoyo ante el cliente	4	5	5	5	5	24
Nivel de confianza	4	5	5	5	5	24
Responsabilidad	4	5	5	5	5	24
Apariencia (Vestimenta distintiva)	3	5	5	5	5	23
Coherencia en la información	5	5	5	5	5	25
Equipos y Accesorios						
Equipo del Turista						
Trajes de neopreno	1	2	4	2	2	11
Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías.	3	3	4	3	3	16
Casco	5	2	4	5	2	18
Arnés con protector diseñado para canyoning o de montaña.	5	2	4	5	2	18
Calzado, con base antideslizante.	2	2	4	2	2	12
Descendedor de seguridad con su respectivo mosquetón de seguro.	5	1	4	5	1	16
Línea de vida con su respectivo mosquetón de seguro.	1	2	4	1	2	10
Mosquetones HMS deseguro.	5	2	3	5	2	17
Linterna frontal						

resistenteal agua	5	4	3	5	4	21
Gafas de piscina o buceo en caso que exista la necesidad de sumergirse	1	3	3	1	3	11
Equipo del Guía						
Trajes de neopreno	1	3	4	3	4	15
Guantes de goma o PVC de neopreno para aguas muy frías.	4	5	4	5	5	23
Casco	5	5	4	5	5	24
Calzado con base antideslizante.	2	5	3	5	5	20
Arnés con protector diseñado para canyoning ode montaña,	5	5	5	5	5	25
2 mosquetones con seguro.	5	5	4	5	5	24
Silbato.	1	5	5	5	5	21
Sistema de comunicación.	5	5	5	5	5	25
Botiquín de primeros auxilios	3	5	5	5	5	23
Poleas para cuerdas.	3	5	3	5	5	21
Mochila especial con desague	5	5	3	5	5	23
Bolsa Seca, útil para guardas linternas, radios, etc.	4	5	5	5	5	24
4 Clavijas	1	5	3	5	5	19
Burilador para brocas SDSde taladradoras	1	1	3	1	1	7
Maillones	5	5	3	5	5	23

Protección artificial para rutas tradicionales	3	5	4	5	5	22
Aprobación de un examen de natación, nadar mínimo 50 mts, recuperar un objeto a 3 mts de profundidad y nadar con una persona rescatada 20 mts	1	5	5	5	5	21

RESULTADOS DE LA FICHA DE EVALUACIÓN DE CICLISMO						
Indicadores	ENTREVISTADOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Atractivo Natural						
Accesibilidad del camino		3				3
Señalética		3				3
Atractivos Naturales		5				5
Servicios Básicos (agua, baño, alimentos)		2				2
Ubicación ante alguna emergencia		4				4
Calidad de la infraestructura		2				2
Guías						
Preparación profesional		5				5
Nivel de liderazgo		5				5
Actitud (activa y positiva)		5				5
Respeto		5				5
Disponibilidad y apoyo		5				5

ante el cliente					
Nivel de confianza		5			5
Responsabilidad		5			5
Apariencia (Vestimenta distintiva)		5			5
Coherencia en la información		5			5
Equipos y Accesorios					
Equipo del Turista					
Casco de ciclista		2			2
Calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona		3			3
Dispositivo reflector		2			2
Equipo del Guía					
Casco de ciclista		5			5
Calzado, vestimenta y accesorios adecuados según la zona.		5			5
Dispositivo reflector.		5			5
Botiquín de primeros auxilios		5			5
Herramientas básicas (inflador, tubo de repuesto, parches, rompecadenas, llaves hexagonales).		5			5

RESULTADOS DE LA FICHA DE EVALUACIÓN DE SENDERISMO						
Indicadores	ENTREVISTADOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Atractivo Natural						
Accesibilidad del camino	5	3				8
Señalética	4	3				7
Atractivos Naturales	4	5				9
Servicios Básicos (agua, baño, alimentos)	3	2				5
Ubicación ante alguna emergencia	5	3				8
Calidad de la infraestructura	4	2				6
Guías						
Preparación profesional	4	3				7
Nivel de liderazgo	4	5				9
Actitud (activa y positiva)	5	5				10
Respeto	5	5				10
Disponibilidad y apoyo ante el cliente	5	5				10
Nivel de confianza	5	5				10
Responsabilidad	5	5				10

Apariencia (Vestimenta distintiva)	4	5				9
Coherencia en la información	4	5				9
Equipos y Accesorios						
Equipo del Turista						
Calzado y vestimenta adecuados según la zona (por ej.: botas de caucho para la selva y páramo).	4	3		4	3	14
Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.	4	3		4	3	14
Bastón (opcional)	1	2		1	2	6
Equipo del Guía						
Calzado y vestimenta adecuados según la zona (por ej.: botas de caucho para la selva y páramo).	4	5		4	5	18
Linterna, cuando la modalidad sea nocturna.	5	5		5	5	20
Botiquín de primeros auxilios	4	5		5	5	19
Sistema de comunicación.	5	5		5	5	20
Equipo de orientación en aéreas remotas.	3	4		4	4	15

Navaja multiuso o cuchillo.	1	5		5	5	16
Bolsas secas para guardar el equipo y ropa, que proporcione protección contra las inclemencias del clima y que esté fabricado con materiales resistentes reforzados anti desgarro y abrasión.	2	5		5	5	17

RESULTADOS DE LA FICHA DE EVALUACIÓN DE TUBING						
Indicadores	ENTREVISTADOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Atractivo Natural						
Accesibilidad del camino	3	4	3	4	4	18
Señalética	2	3	3	3	3	14
Atractivos Naturales	4	4	3	4	4	19
Servicios Básicos (agua, baño, alimentos)	2	3	4	3	3	15
Ubicación ante alguna emergencia	4	4	4	4	4	20
Calidad de la infraestructura	3	3	3	3	3	15
Guías						

Preparación profesional	4	5	4	5	5	23
Nivel de liderazgo	4	5	4	5	5	23
Actitud (activa y positiva)	5	5	4	5	5	24
Respeto	5	5	4	5	5	24
Disponibilidad y apoyo ante el cliente	4	5	4	5	5	23
Nivel de confianza	4	5	4	5	5	23
Responsabilidad	5	5	4	5	5	24
Apariencia (Vestimenta distintiva)	3	5	4	5	5	22
Coherencia en la información	4	5	4	5	5	23
Equipos y Accesorios						
Equipo del Turista						
Chaleco salvavidas acordea la modalidad	4	4	4	5	5	22
Casco de kayak o rafting	5	4	4	5	5	23
Equipo del Guía						
Chaleco salvavidas acordea la modalidad	4	5	5	5	5	24
Casco de kayak o rafting	5	5	5	5	5	25
Cuchillo o navaja	1	5	5	5	5	21
1 silbato	1	5	5	5	5	21
Botiquín de primeros auxilios	4	5	5	5	5	24
Sistema de comunicación	5	5	5	5	5	25

RESULTADOS DE LA FICHA DE EVALUACIÓN DE RAFTING						
Indicadores	ENTREVISTADOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Atractivo Natural						
Accesibilidad del camino		4	4	4	4	16
Señalética		3	3	3	3	12
Atractivos Naturales		4	4	4	4	16
Servicios Básicos (agua, baño, alimentos)		3	3	3	3	12
Ubicación ante alguna emergencia		4	4	4	4	16
Calidad de la infraestructura		3	3	3	3	12
Guías						
Preparación profesional		5	5	5	5	20
Nivel de liderazgo		5	5	5	5	20
Actitud (activa y positiva)		5	5	5	5	20
Respeto		5	5	5	5	20
Disponibilidad y apoyo ante el cliente		5	5	5	5	20
Nivel de confianza		5	5	5	5	20
Responsabilidad		5	5	5	5	20
Apariencia (Vestimentadistintiva)		5	5	5	5	20

Coherencia en la información		5	5	5	5	20
Equipos y Accesorios						
Equipo del Turista						
Chaleco salvavidas homologado.		5	5	5	5	20
Casco para rafting		5	5	5	5	20
Remos de rafting;		5	5	5	5	20
Ropa térmica		3	4	3	4	14
Calzado adecuado		3	3	3	3	12
Equipo del Guía						
Calzado adecuado		4	4	5	5	18
Casco para rafting		5	5	5	5	20
Remos de rafting		5	5	5	5	20
Un flip line con mosquetón de seguridad		5	5	5	5	20
Navaja de río o cuchillo		5	5	5	5	20
Pito o silbato		5	5	5	5	20
Dos mosquetones con dos cordinos amarrados mediante un nudo prusik		5	5	5	5	20
Bolsa seca		5	5	5	5	20
Equipo de comunicación		5	5	5	5	20

RESULTADOS DE LA FICHA DE EVALUACIÓN DE SALTO DEL PUENTE

Indicadores	ENTREVISTADOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Atractivo Natural						
Accesibilidad del camino	4	4	4	4	4	20
Señalética	4	3	3	3	3	16
Atractivos Naturales	4	4	4	4	4	20
Servicios Básicos (agua, baño, alimentos)	4	3	3	3	3	16
Ubicación ante alguna emergencia	4	4	4	4	4	20
Calidad de la infraestructura	4	3	3	3	3	16
Guías						
Preparación profesional	5	5	5	5	5	25
Nivel de liderazgo	5	5	5	5	5	25
Actitud (activa y positiva)	5	5	5	5	5	25
Respeto	5	5	5	5	5	25
Disponibilidad y apoyo ante el cliente	5	5	5	5	5	25
Nivel de confianza	5	5	5	5	5	25
Responsabilidad	5	5	5	5	5	25
Apariencia (Vestiment)	5	5	5	5	5	25

adistintiva)						
Coherencia en la información	5	5	5	5	5	25
Equipos y Accesorios Turista y Guía						
Casco homologado para actividades deportivas		5		5	5	15
Dos puntos de sujeción.		5		5	5	15
Los sistemas de conexión al cuerpo deben considerar mosquetones HMS con seguro		5		5	5	15
Los sistemas de conexión al cuerpo deben considerar mosquetones HMS con seguro		5		5	5	15
El dispositivo auto bloqueantes con 1 descendedor		5		5	5	15
Mosquetones en función de la necesidad de los sistemas		5		5	5	15
Botiquín de primeros auxilios		5		5	5	15

Anexo 6. Registro Fotográfico



