



**UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA**

**DEPARTAMENTO DE FILOLOGÍA MODERNA**  
Doctorado Interdepartamental de Turismo Integral,  
Interculturalidad y Desarrollo Sostenible

**TESIS DOCTORAL**

**INCIDENCIA DE LA COMPETENCIA DE CICLISMO  
DE MONTAÑA “LA VUELTA AL IMBABURA”  
EN EL CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS  
DEL CANTÓN IBARRA**

**Juan Manuel Mantilla Echeverría**

Directores. DR. ANTONIO GONZÁLEZ MOLINA  
DR. JOSÉ HERNÁNDEZ MORENO

Las Palmas de Gran Canaria, Noviembre de 2015





UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
Departamento de Filología Moderna

D. JOSÉ ISERN GONZÁLEZ, SECRETARIO DEL DEPARTAMENTO DE FILOLOGÍA MODERNA DE LA UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA,

#### **CERTIFICA**

Que en el Consejo de Doctores del Departamento en su sesión de 23 de noviembre de 2015 tomó el acuerdo de dar el consentimiento para la tramitación de la Tesis Doctoral titulada "INCIDENCIA DE LA COMPETENCIA DE CICLISMO DE MONTAÑA "LA VUELTA AL IMBABURA" EN EL CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN IBARRA", presentada por D<sup>a</sup>. **Juan Manuel Mantilla Echeverría**, y dirigida por los doctores D. Antonio González Molina y D. José Hernández Moreno.

Y para que así conste, y a efectos de lo previsto en el artículo 8 del Reglamento de estudios de doctorado de esta universidad, firmo el presente certificado en Las Palmas de Gran Canaria, a 23 de noviembre de 2015.

Fdo.: José Isern González

Secretario del Departamento de Filología Moderna



**Anexo II**

**UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**

Departamento/Instituto/Facultad: Departamento de Filología Moderna

Programa de doctorado: Turismo Integral, Interculturalidad y Desarrollo Sostenible

**Título de la Tesis**

Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña "La vuelta al Imbabura" en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra

Tesis Doctoral presentada por: D. Juan Manuel Mantilla Echeverría

Dirigida por el: Dr. D. Antonio González Molina

Codirigida por el: Dr. D. José Hernández Moreno

**El Director**  
(firma)

**El Codirector**  
(firma)

**El Doctorando**  
(firma)

Fdo. Antonio González Molina

Fdo. José Hernández Moreno

Fdo. Juan M. Mantilla Echeverría

Las Palmas de Gran Canaria, a 16 de Noviembre de 2015



## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mi esposa Estefanía, mi hijo Juan Ignacio por ser mi fuerza e inspiración.

A mi familia, mamá, hermanos, tíos, primos por su apoyo y buenos deseos.

A mis directores, Antonio y José por su dirección, dedicación y conocimiento compartido.

A mi amigo, Miguel Avendaño por el apoyo brindado en las múltiples revisiones de la tesis.

Espero que este esfuerzo personal y de todos pueda ser retribuido en servicio a los demás, sobre todo para alcanzar una mejor calidad de vida, una vida que se centre en lo importante, la búsqueda de la verdadera felicidad, de lo simple y de lo hermosamente sencillo. Aprovechando de manera sostenible los recursos de nuestro alrededor.



## **INDICE DE CONTENIDOS**

AGRADECIMIENTOS.....	I
INDICE DE CONTENIDOS.....	1
LISTADO DE FIGURAS .....	4
LISTADO DE TABLAS .....	6
ACRÓNIMOS.....	7
GLOSARIO .....	8

### **INTRODUCCIÓN**

A. Introducción	11
B. Motivaciones de la tesis	15
C. Objetivo general y específicos	16
D. Área de estudio y estado actual de la actividad	20
E. Problemática de investigación	24
F. Justificación de esta investigación: aportación, necesidad y oportunidad	27
G. Metodologías y herramientas utilizadas	29
H. Estructura del estudio	30

### **PRIMERA PARTE: FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

<b>CAPÍTULO 1.FUNDAMENTOS TEORICOS DEL TURISMO Y CICLISMO DE MONTAÑA.....</b>	<b>35</b>
1. Turismo.....	36
1.1 Definición.....	36
1.2 Importancia del turismo.....	38
1.3 Turismo internacional, tendencias y perspectivas.....	43
1.4 Servicios turísticos.....	45
1.5 Turismo activo .....	47
1.6 Turismo sostenible.....	50
1.7 Ecoturismo.....	52
1.8 Turismo deportivo.....	55
1.8.1 Competiciones deportivas como parte del turismo deportivo.....	57
1.9 La bicicleta.....	63
1.10 La bicicleta en el turismo.....	67
1.10.1 Cicloturismo.....	72
1.10.2 Tipos de cicloturismo.....	72
1.11 Turismo y ciclismo de montaña.....	73
1.11.1 Tipos de ciclismo de montaña.....	85
1.11.2 Elementos clave para el desarrollo del turismo de ciclismo de montaña.....	93
1.12 Planes de ciudades y regiones desarrolladas en turismo de ciclismo de montaña....	96
1.12.1 Turismo de ciclismo de montaña en Canadá.....	100
1.12.2 Turismo de ciclismo de montaña en Escocia.....	105
1.12.3 Turismo de ciclismo de montaña en Australia.....	108
1.12.4 Turismo de ciclismo de montaña en Usa.....	111
1.12.5 Turismo de ciclismo de montaña en Suiza.....	114
1.12.6 Aportación a la investigación.....	115

---

<b>CAPÍTULO 2. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO Y ESTADO ACTUAL DE LA SITUACIÓN</b> .....	<b>117</b>
2.1 Diagnóstico turístico del Ecuador .....	118
2.2 Diagnóstico turístico de la provincia de Imbabura .....	121
2.3 Diagnostico del cantón Ibarra.....	124
2.3.1 Ubicación y características geográficas.....	124
2.3.2 Características físicas.....	126
2.3.3 Características climáticas.....	126
2.3.4 División política y estructura poblacional .....	127
2.4 Diagnostico del turismo en el cantón Ibarra .....	128
2.4.1 Tipos de establecimiento.....	129
2.4.2 Localización de establecimientos.....	135
2.4.3 Perfil del turista que visita la ciudad de Ibarra.....	135
2.4.4 Atractivos turísticos.....	143
2.5 Breves pinceladas históricas del ciclismo en Ecuador.....	144
2.5.1 FEC (Federación Ecuatoriana de ciclismo).....	145
2.5.2 Historia de la vuelta ciclística a Ecuador .....	145
2.6 Ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña en Ecuador.....	146
2.6.1 Principales rutas de ciclismo de montaña de carácter turístico en Ecuador....	149
2.7 Ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña en Ibarra.....	152
2.7.1 Principales competencias.....	156
2.7.2 La vuelta al Imbabura (LVI) .....	157

## **SEGUNDA PARTE: PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS**

<b>CAPÍTULO 3.MÉTODOS Y TÉCNICAS APLICADAS</b> .....	<b>165</b>
3.1 Adecuación de las metodologías a los objetivos planteados .....	166
3.2 Revisión y análisis documental .....	166
3.3 Encuestas.....	167
3.3.1 Cuestionario .....	168
3.3.2 Unidades de análisis y variables .....	171
3.3.3 Tamaño y validez de la muestra .....	172
3.3.4 Recolección de datos.....	174
3.4 Entrevistas .....	174
3.5 Técnicas utilizadas en el estudio .....	179
3.6 Análisis estadístico descriptivo y exploratorio .....	179
3.6.1 Análisis Univariado .....	180
3.6.2 Análisis de Correspondencias Múltiples .....	180
3.7 Análisis FODA .....	181

## **TERCERA PARTE: RESULTADOS**

<b>CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DEL CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS PARTICIPANTES DE LA COMPETENCIA CICLISTICA “VUELTA AL IMBABURA”</b> .....	<b>185</b>
4.1 Análisis descriptivo de la encuesta a los competidores de la “vuelta al Imbabura” provenientes de fuera de la provincia.....	186
4.2 Caracterización del perfil turístico de los participantes de la competencia ciclística “La vuelta al Imbabura” mediante análisis de correspondencias múltiples (ACM).....	205
4.3 Análisis descriptivo de las entrevistas a organizador de la carrera MTB LVI y los stakeholders involucrados en el turismo de ciclismo de montaña .....	219

## **CUARTA PARTE: DISCUSIÓN**

<b>CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....</b>	<b>227</b>
5.1 Discusión .....	<b>227</b>

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES**

<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>243</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>247</b>
<b>LIMITES Y PERSPECTIVAS .....</b>	<b>249</b>

## **REFERENCIAS DOCUMENTALES**

<b>REFERENCIAS DOCUMENTALES.....</b>	<b>255</b>
--------------------------------------	------------

## **ANEXOS**

Anexo I. Modelo encuesta participantes carrera LVI .....	273
Anexo II Encuesta participantes carrera LVI.....	276
Anexo III. Modelo de entrevista organizador de LVI .....	279
Anexo IV. Resumen entrevista contestada por organizador de LVI .....	281
Anexo V. Modelo de entrevista a expertos .....	283
Anexo VI. Resumen entrevistas contestadas por los expertos .....	285
Anexo VII. Características del ciclista de montaña I .....	293
Anexo VIII. Características del ciclista de montaña II.....	294
Anexo IX. Tabla locales de venta de bicicletas, catastro de actividades económicas Ibarra 2014.....	295
Anexo X. Tabla locales de reparación de bicicleta, catastro de actividades económicas Ibarra 2014 .....	296

## LISTADO DE FIGURAS

Figura 1. Indicadores económicos del turismo 2015 según OMT .....	41
Figura 2. Llegadas de turistas internacionales – Ingresos por turismo internacional .....	42
Figura 3. Relación del turismo sustentable con otros tipos de turismo.....	51
Figura 4. Ámbitos de creación de valor de los mega eventos para las economías anfitrionas...	59
Figura 5. Boceto de la bicicleta de Leonardo da Vinci .....	63
Figura 6. Estructura de los velocípedos antecesores de la bicicleta .....	65
Figura 7. Ilustración completa de la historia de la evolución de la bicicleta .....	66
Figura 8. Número de personas que participan en el ciclismo recreativo en los EE.UU .....	74
Figura 9. Mapa de participación de la bicicleta de montaña en el mundo .....	75
Figura 10. Demografía de los participantes de ciclismo de montaña .....	76
Figura 11. Porcentaje de participación ciclismo de montaña por genero .....	77
Figura 12. Nivel de ingresos practicantes ciclismo de montaña .....	78
Figura 13. Nivel de educación participantes de ciclismo de montaña .....	78
Figura 14. Otras actividades culturales y al aire libre practicadas por cicloturistas .....	82
Figura 15. Porcentaje de participación modalidades de ciclismo de montaña .....	87
Figura 16. Página oficial festival Fruita Fat Tire .....	90
Figura 17. Página oficial Crankworx Festival.....	90
Figura 18. Página oficial festival Test of Metal .....	101
Figura 19. Página oficial Carrera wildside MTB .....	110
Figura 20. Llegadas de turistas internacionales por origen, 2014 (porcentajes) .....	119
Figura 21. Gasto promedio por tipo de atracción, 2013 (dólares) .....	120
Figura 22. Turismo receptor por provincias, 2014 (porcentaje).....	121
Figura 23. Turismo interno por provincias, 2014 (porcentaje).....	122
Figura 24. Infraestructura hotelera nacional por categoría, 2014 (porcentaje) .....	123
Figura 25. Infraestructura hotelera de la provincia de Imbabura por categoría, 2014 (porcentaje) .....	124
Figura 26. Mapa de ubicación de Imbabura .....	125
Figura 27. Tipos de establecimientos turísticos del cantón Ibarra en porcentajes .....	130
Figura 28. Establecimientos de alojamiento cantón Ibarra en porcentajes .....	131
Figura 29. Establecimientos de servicio de alimentos y bebidas cantón Ibarra .....	132
Figura 30. Servicios de agencias de viajes cantón Ibarra .....	133
Figura 31. Servicio de transporte turístico cantón Ibarra .....	134
Figura 32. Localización de establecimientos turísticos cantón Ibarra .....	135
Figura 33. Crecimiento de almacenes de venta de bicicletas y accesorios .....	153
Figura 34. Crecimiento taller de bicicletas .....	154
Figura 35. Folleto “Rutas ciclísticas Imbabura”.....	155
Figura 36. Mapa del recorrido de LVI .....	158
Figura 37. Altimetría de la Vuelta al Imbabura .....	158
Figura 38. Ciudad donde vive el participante .....	187
Figura 39. Género.....	188
Figura 40. Edad.....	189
Figura 41. Ocupación.....	190
Figura 42. Nivel de ingresos.....	191
Figura 43. Visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia .....	192
Figura 44. Tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia .....	193
Figura 45. Tipo de acompañantes y cantidad .....	194
Figura 46. Lugar de hospedaje .....	195
Figura 47. Valor destinado en hospedaje por persona por día .....	196
Figura 48. Valor destinado en alimentación por persona por día.....	197
Figura 49. Preferencia en consumo de alimentos.....	198
Figura 50. Lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra .....	199
Figura 51. Utilización de servicios turísticos complementarios .....	200
Figura 52. Participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura .....	201
Figura 53. Frecuencia de participación en competencias de ciclismo de montaña fuera de su lugar de residencia .....	202
Figura 54. Principal motivación de participación en competencias de ciclismo de montaña.....	203
Figura 55. Regresaría a Ibarra para practicar ciclismo de montaña.....	204
Figura 56. Medidas discriminantes primer ACM .....	209
Figura 57. Medidas discriminantes segundo ACM .....	211

Figura 58. Conjunto de puntos de categoría .....	212
Figura 59. Puntos de objeto etiquetados por números de caso .....	213
Figura 60. Medidas discriminantes ACM final .....	215
Figura 61. Puntos de objetos etiquetados por número de caso .....	216
Figura 62. Conjunto de puntos por categoría .....	218
Figura 63. resumen análisis FODA Ibarra como destino de MTB .....	223

## LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Resumen de objetivos .....	19
Tabla 2. Resumen de problemas .....	26
Tabla 3. Estructura de la tesis doctoral .....	32
Tabla 4. Cuadro de crecimiento de llegadas de turistas .....	40
Tabla 5 Porcentaje de crecimiento de turistas internacionales primer semestre 2015 .....	42
Tabla 6. Lista de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas ...	46
Tabla 7. Cuadro en orden cronológico de velocípedos antecesores a la bicicleta .....	64
Tabla 8. Beneficios del turismo de ciclismo de montaña .....	79
Tabla 9. Cuadro de clubs ciclísticos de Ibarra .....	85
Tabla 10. Campeonatos mundiales de ciclismo de montaña organizados por la UCI desde el 2005 hasta 2015 .....	91
Tabla 11. Planes de ciudades y regiones que han desarrollado el turismo de ciclismo de montaña .....	97
Tabla 12. Impacto económico de sistema de senderos de Squamish, North Shore y Whistler...	101
Tabla 13. Servicios y productos que se pueden desarrollar en el ciclismo de montaña .....	104
Tabla 14. Cifras sobre el turismo en el Ecuador .....	119
Tabla 15. Datos del cantón Ibarra .....	124
Tabla 16. División política del cantón Ibarra .....	127
Tabla 17. Estructura poblacional según genero cantón Ibarra .....	127
Tabla 18. Cuadro comparativo de crecimiento de servicios turísticos del cantón Ibarra años 2006-2015 .....	128
Tabla 19. Principales atractivos turísticos del cantón Ibarra.....	143
Tabla 20. Calendario de competencias de downhill 2015.....	147
Tabla 21. Calendario de competencias cross country 2015 .....	147
Tabla 22. Cuadro resumen documento “Aventura Ecuador Ciclismo: 11 hermosos destinos para practicar cicloturismo” .....	150
Tabla 23. Principales competencias de MTB en Ibarra .....	156
Tabla 24. Cuadro de categorías de la competencia LVI séptima edición .....	160
Tabla 25. Auspiciantes carrera MTB LVI 2015.....	161
Tabla 26. Variables a medir .....	171
Tabla 27. Cronograma de entrevistas .....	178
Tabla 28. Participantes y procedencias .....	185
Tabla 29. Ciudad donde vive el participante .....	187
Tabla 30. Género .....	188
Tabla 31. Edad .....	189
Tabla 32. Ocupación .....	190
Tabla 33. Nivel de ingresos .....	191
Tabla 34. Visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia .....	192
Tabla 35. Tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia .....	193
Tabla 36. Tipo de acompañantes y cantidad .....	194
Tabla 37. Lugar de hospedaje .....	195
Tabla 38. Valor destinado en hospedaje por persona por día .....	196
Tabla 39. Valor destinado en alimentación por persona por día .....	197
Tabla 40. Preferencia en consumo de alimentos .....	198
Tabla 41. Lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra .....	199
Tabla 42. Utilización de servicios turísticos complementarios .....	200
Tabla 43. Participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura .....	201
Tabla 44. Frecuencia de participación en competencias de ciclismo de montaña fuera de su lugar de residencia .....	202
Tabla 45. Principal motivación de participación en competencias de ciclismo de montaña .....	203
Tabla 46. Regresaría a Ibarra para practicar ciclismo de montaña .....	204
Tabla 47. Codificación de las variables y sus categorías .....	205
Tabla 48 Resumen del primer ACM (exploratorio) .....	208
Tabla 49. Resumen del segundo ACM .....	210
Tabla 50. Medidas discriminantes segundo ACM .....	211
Tabla 51. Resumen del ACM final .....	214
Tabla 52. Medidas discriminantes ACM final.....	215

## **ACRÓNIMOS**

AHOTIM	Asociación de Hoteleros de Imbabura
BTT	Bicicleta todo terreno
COPACI	Confederación Panamericana de Ciclismo
DH	DOWHILL Como su nombre lo indica en inglés es el descenso por senderos y caminos de tercer orden de zonas montañosas.
DJ	DIRTJUMP se trata de la realización se saltos utilizando elevaciones naturales o construidas
FEC	Federación Ecuatoriana de ciclismo
FR	FREERIDE combinación de downhill y cross country
IMBA	La asociación internacional del ciclismo de montaña o International Mountain Biking Association
INEC	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador
IUCN	Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza
LVI	La Vuelta al Imbabura.
M.S.N.M	Metros sobre el nivel del mar
MTB	Mountain Bike o bicicleta de montaña.
MTBA	Mountain Bike Tourism Association
NSW	New South Wales estado de Australia
OMT	Organización Mundial de Turismo
PIB	Producto interno bruto
TIES	The International Ecotourism Society
UCI	Union Cycliste Internationals
UNWTO	The United Nations World Tourism Organization
USC	Unión Sudamericana de Ciclismo
XC	CROSS COUNTRY Campo a través o rally es la especialidad más común del ciclismo de montaña

## **GLOSARIO**

<b>CANYONING</b>	También conocido como barranquismo, es una actividad deportiva y recreativa que consiste en el descenso de cañones.
<b>FREEPREES</b>	Es cuando la marca, compañía o evento no pagan nada para aparecer en medios.
<b>OUTDOOR TRAINING</b>	Formación al aire libre donde el aprendizaje se basa en vivir experiencias dirigidas.
<b>PRESSTRIP</b>	Viaje de prensa. Viaje organizado para la prensa del turismo para familiarizar a estos profesionales con un nuevo destino turístico y lograr así su difusión en los medios.
<b>RAFTING</b>	Es una actividad deportiva y recreativa que consiste descender ríos sobre una balsa especial.
<b>STAKEHOLDERS</b>	Entidades o personas que son o pueden ser afectados por una actividad determinada o también pueden afectar a la actividad.
<b>TREKKING</b>	Senderismo o excursionismo.
<b>CLOUSTERS</b>	Conjunto de empresas, agentes u organizaciones que inciden en la elaboración de un producto o en la presentación de un servicio.
<b>BROCHURE</b>	El brochure es un documento informativo de promoción bastante utilizados para exponer destinos o productos turísticos.
<b>KAYAK</b>	Deporte o actividad recreativa que consiste en descender ríos en una balsa individual.
<b>BROADCAST</b>	Es una forma de transmisión de información donde un nodo emisor envía información a una multitud de nodos receptores de manera simultánea.
<b>PUENTING</b>	Es una actividad de aventura en la que atreves de cuerdas dinámicas se hace un salto al vacío en péndulo con la utilización de estructuras solidas como puentes para los sistemas de anclaje.

## **INTRODUCCIÓN**



## **A. Introducción**

Se desconoce la existencia de estudios formales de la incidencia en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra como consecuencia de un evento deportivo, por ello el interés de realizar un estudio que radica en el análisis de un acontecimiento deportivo puntual como es una carrera de ciclismo de montaña y su incidencia en el consumo de servicios turísticos.

El valor de esta tesis reside que en el cantón Ibarra se realizan varios eventos, gran cantidad de ellos de índole deportivo y relacionados al ciclismo con especial aplicación al ciclismo de montaña, que atraen participantes y espectadores de fuera de la provincia de Imbabura de ahí la importancia, de tener información procesada científicamente para que estos datos sirvan en el desarrollo del turismo de Ibarra ya que con esta investigación se puede mejorar la perspectiva del aprovechamiento los eventos, el consumo de servicios turísticos y generar insumos sólidos de una planificación adecuada para el desarrollo de un destino de actividades deportivas y de aventura, fortaleciendo el sistema turístico actual.

Este estudio se realizó utilizando metodología investigativa y herramientas entre las cuales están principalmente, revisión y análisis documental, primero de información turística relacionada a la temática y en especial de turismo de ciclismo de montaña y cicloturismo. En lo que respecta a Ecuador la información especializada referente al tema a investigar es escasa, debido a que no existen estudios de datos cuantitativos y cualitativos de rigor científico como los que este trabajo presenta. Para beneficio del presente trabajo existen documentos especializados en cicloturismo y sobre todo turismo de ciclismo de montaña a nivel mundial donde se pudo encontrar una vasta información recopilada en formatos de estudios especializados y planes estratégicos, de marketing, infraestructura, económicos, demográficos, de actores, estadísticos,

entre otros. Documentos de turismo de ciclismo de montaña que existen en distintos países, regiones y ciudades que han tomado muy en serio el desarrollo del turismo de ciclismo de montaña como un tipo de turismo importante para fomentar y aprovechar por su carácter ecológico que tiende al aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y los beneficios económicos, turísticos, ambientales y sociales. Lo ha llevado a estos destinos a la elaboración de planes estratégicos de desarrollo y aprovechamiento del turismo de ciclismo de montaña, estudios que fueron de mucha ayuda para la construcción de un marco teórico sustentado, de igual manera la información contenida ha servido para realizar la comparación y contraste necesario en la presente investigación.

Entre las principales herramientas utilizadas están las encuestas, mismas que fueron realizadas a los participantes visitantes de la competencia, con el objetivo de conocer el perfil de los mismos y las características de consumo de servicios turísticos como consecuencia de su participación en la carrera tanto el día de la misma, como en días previos o posteriores a la carrera que estén relacionados a su participación en el evento. Y entrevistas realizadas al organizador de la carrera lo cual permitió caracterizar la misma. Así como a especialistas del sector público y privado relacionados al ciclismo de montaña, para poder cruzar la información recabada en las encuestas con la información proporcionada en base al conocimiento y experiencia de los actores respecto al turismo de ciclismo de montaña, eventos y su incidencia en el consumo de servicios turísticos.

Este estudio es necesario para poder tener información que facilite y motive en un futuro cercano la gestión de una planificación estratégica y desarrollo de políticas que permitan impulsar la realización de mayor cantidad de eventos deportivos, el crecimiento del turismo de ciclismo de montaña en Ibarra y por ende potencializar el consumo de servicios turísticos con miras a convertir a la zona en el destino más importante de Ecuador para la realización de turismo de ciclismo de montaña y todo lo relacionado a esta actividad.

Una de las cualidades más importantes de Ibarra son sin duda sus características físicas, estando ubicada en un valle rodeado de montañas, muy cercano a escenarios naturales de gran belleza como el volcán Imbabura, la laguna de Yahuarcocha y el Valle del Chota. Ibarra cuenta con una temperatura que bordea los 24 grados centígrados promedio, cuenta con escenarios diversos que proveen condiciones especiales para la práctica de actividades deportivas. Además de un relieve diverso que coadyuva a ser un escenario de carreras ciclísticas de montaña idóneo con zonas como el valle del Chota a 1560 m.s.n.m., o Angochagua y La Esperanza con una altitud entre 2700 hasta 4630 m.s.n.m., donde se encuentra cerros cercanos como el Cubilche y el Cunro donde se realizan hace tiempo actividades deportivas (Google Maps, 2015; ESPOL, 2015).

Ibarra está ubicada en la región norte del Ecuador con una superficie de 1093.3 km<sup>2</sup>, por sus dimensiones tiene la ventaja de que las distancias son relativamente cortas para acceder a sitios naturales como la Laguna de Yahuarcocha y el "Bosque Protector Loma de Guayabillas", que se han convertido en excelentes escenarios deportivos en especial de carreras atléticas, ciclísticas y de natación; Ibarra en la actualidad es reconocida por la realización de algunas de las carreras más populares y renombradas MTB en el Ecuador (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2012; Revelo, 2015).

Desde hace muchos años, son tradición los cruces natatorios a la “Laguna de Yahuarcocha” y de igual manera últimamente se vienen realizando competencias de triatlón, downhill, ciclismo de ruta y competencias de ciclismo de montaña (desde ahora MTB) como “La Vuelta al Imbabura” (desde ahora LVI) que será el objeto de estudio de esta tesis.

Otro factor importante es la tradición existente del uso de la bicicleta y competencias de bicicleta en el norte de Ecuador. Los principales ganadores de “La Vuelta al Ecuador” en bicicleta suelen ser ciudadanos habitantes de la provincia del Carchi colindante de la provincia de Imbabura, de igual manera existe cercanía a Colombia donde existe una gran afición por el ciclismo de todo tipo (Almeida, 2010).

La combinación de estas condiciones, las físicas del entorno y la tradicional afición por el ciclismo, hace al norte de Ecuador y este caso Ibarra un destino turístico ideal para la realización de carreras de MTB debido a la gran cantidad de elevaciones y los descensos entre el valle de Ibarra, el valle del Chota y la parte andina de las parroquias de Angochagua y La Esperanza donde se encuentra el volcán Imbabura.

En la actualidad el uso de la bicicleta está teniendo una gran demanda y protagonismo en la sociedad actual por varias razones, entre las principales la salud, la práctica de la bicicleta es uno de los deportes más recomendados por el bajo nivel de impacto. Además la práctica del MTB permite a la persona disfrutar y adentrarse en espacios naturales, carreteras de tercer orden, senderos y bosques, escenarios que potencializan los beneficios de salud (Froböse, 2015; Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, 2007).

## **B. Motivaciones de la tesis**

Las motivaciones para realizar esta tesis doctoral sobre: **La incidencia de la competencia ciclística de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de los servicios turísticos del cantón Ibarra**, radica en recopilar información del estado actual del turismo de ciclismo de montaña en Ibarra a través del estudio la carrera de MTB LVI. Priorizando el análisis del perfil del competidor visitante y la incidencia actual de la carrera en el consumo de servicios turísticos, para tener información que permita evaluar y mejorar esta incidencia, con miras a desarrollar e impulsar el turismo de ciclismo de montaña, como herramienta para potencializar el destino y por ende la rentabilidad de los servicios turístico de Ibarra.

A continuación enlistaremos las principales motivaciones para la realización de este estudio de investigación.

- Conocer el estado del turismo de ciclismo de montaña en Ibarra.
- Investigar el origen y perfil de los competidores visitantes de la carrera de MTB LVI.
- Analizar los servicios turísticos más demandados por los participantes visitantes.
- Determinar las características de consumo y preferencias de servicios turísticos por parte de los competidores visitantes.
- Analizar cómo se podría aprovechar mejor la realización de la carrera de MTB LVI así como otros eventos similares para el beneficio turístico del cantón ciudad de Ibarra.
- Aportar con información para el desarrollo del turismo de ciclismo de montaña en Ibarra

En respuesta a estas preguntas, se determinaron los objetivos de esta investigación, las variables a estudiar y la metodología para alcanzar los objetivos.

### **C. Objetivos generales y específicos**

El objetivo principal de la investigación consiste en estudiar la incidencia que generan los participantes visitantes de la carrera de MTB “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.

Además analizar el estado de la actividad turística de Ibarra, estado de la oferta, demanda, demografía de los ciclistas de montaña, turismo de MTB y eventos relacionados que se realizan en el cantón y en otras circunscripciones del mundo,

Para mejorar y potenciar la actividad turística centrada en la bicicleta de montaña se debe conocer las características de las competencias de MTB, la organización, los participantes, los auspiciante, promoción y sobre todo su incidencia en el consumo de servicios turísticos y las características de esta.

De igual manera es de mucha importancia estudiar el perfil del competidor visitante y las características de su consumo de servicios turísticos en el cantón Ibarra.

En consecuencia se desarrollaron los siguientes objetivos específicos:

1. Detallar las características de la carrera de MTB “La Vuelta al Imbabura”.
2. Caracterizar el perfil de los participantes visitantes de la competencia de MTB “La Vuelta al Imbabura”.
3. Analizar las características del consumo de servicios turísticos en el cantón Ibarra por parte de los competidores visitantes de la carrera de MTB “La Vuelta al Imbabura”.

En el primer objetivo específico se detallaron los siguientes ítems:

- a) Origen de la actividad.
- a) Organizadores de la competencia.
- b) Características del recorrido.
- c) Características de la organización.

Para el segundo objetivo se caracterizaron los siguientes parámetros:

- a) Origen.
- b) Género.
- c) Edad.
- d) Ocupación.
- e) Nivel de ingresos.
- f) Tipo y número de acompañantes.
- g) Motivación para participar en este evento.
- h) Participación en eventos similares.

El tercer objetivo se centró en el análisis de las características del consumo de servicios turísticos en el cantón Ibarra por parte de los competidores visitantes de la carrera de MTB “La Vuelta al Imbabura” para lo cual se analizaron los siguientes ítems:

- a) Incidencia de la estadía en el cantón Ibarra.
- b) Particularidades de la estadía.
- c) Frecuencia en la ocupación hotelera.
- d) Características del consumo de alimentos.
- e) Servicios turísticos complementarios utilizados, ocio, spas, balnearios, etc.
- f) Características del gasto en servicios turístico.

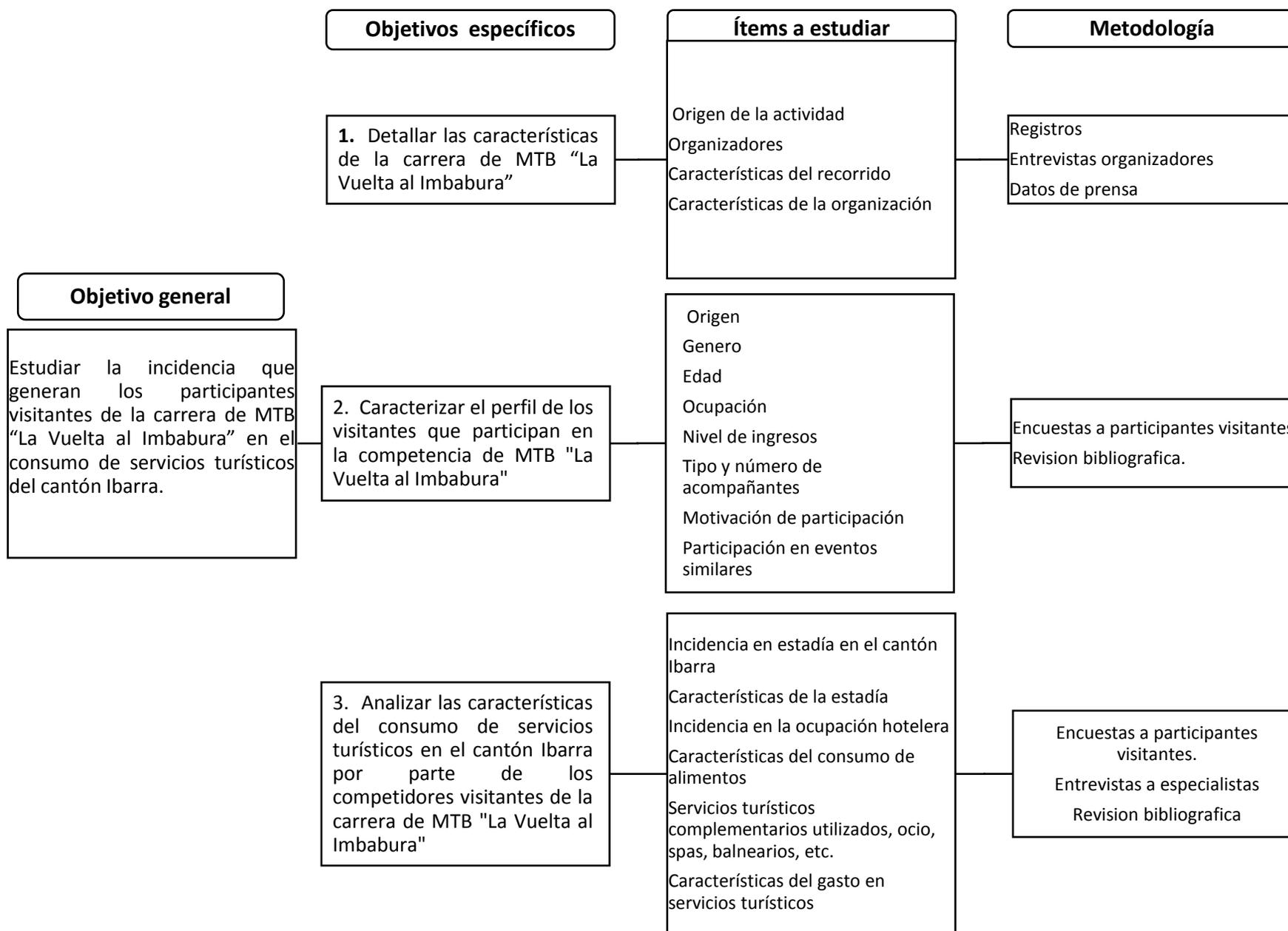


Tabla 1. Resumen de objetivos. Fuente: Elaboración propia

## **D. Área de estudio y estado actual de la actividad**

Se decidió estudiar la carrera ciclista de MTB “La Vuelta al Imbabura” por ser la carrera más representativa que se realiza en Ibarra, con la mayor cantidad de participantes locales y competidores provenientes de fuera de la provincia de Imbabura y lleva realizándose por 7 ediciones anuales seguidas (VidActiva, 2015; La Hora, 2012).

Ibarra cuenta con escenarios óptimos para la realización de MTB por ello cada año se organizan varias competencias de esta disciplina con gran éxito, convirtiéndose en una actividad con gran proyección de crecimiento, que a su vez con una correcta planificación y manejo fortalecerá a la oferta turística del cantón. A “La Vuelta al Imbabura” acuden participantes de todo Ecuador y del sur de Colombia, además de deportistas de élite invitados por la organización en ciertas ediciones (Diario La Hora, 2014; GADMI, 2015; La Hora, 2012).

La competencia es organizada por el Sr. Carlos Revelo, reconocido ciclista que ha fomentado desde hace más de 20 años atrás el MTB y otras especialidades ciclistas como el downhill y el ciclismo de ruta.

Imbabura e Ibarra por su cercanía de la ciudad de Quito, se convierten en destinos muy accesibles para los habitantes de la capital de Ecuador, con más de dos millones de habitantes. (Quito Turismo 2014) En la ciudad de Quito existe una gran cantidad de aficionados al MTB por estas condiciones la mayoría de participantes visitantes en la carrera de MTB LVI son personas provenientes de esta ciudad (La Hora, 2012; mtb.ec, 2015).

El cantón Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura se encuentra a 115 Km. al noroeste de Quito, a 125 Km al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Con un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra, 2015)

Según el Censo de Población y Vivienda de (CVP) del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Ecuador (INEC), la población total de Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres (INEC, 2010).

La organización de las carreras de MTB en Ibarra empezó con el objetivo de promocionar el uso de la bicicleta con especial atención al ciclismo de montaña.

Estas competencias han suscitado que otras empresas e instituciones organicen competencias deportivas de MTB como también un gran número de otras actividades recreativas y competitivas utilizando la bicicleta (Sportbike, 2015).

De igual manera las carreras de MTB han originado mayor afición en este deporte, promoviendo el crecimiento en la compra de bicicletas y de artículos relacionados al MTB, ya que en los últimos años se evidencia un crecimiento de almacenes y talleres de bicicletas (GADMI ,2015).

La mayoría de los visitantes provienen del mismo país, generalmente de provincias aledañas. Las principales actividades turísticas que realizan son,

visita a sitios naturales, lugares de expendio de artesanías y consumo de la gastronomía local (Dirección de Turismo de Ibarra ,2014).

No hemos encontrado estudios como el realizado donde se pretende determinar la incidencia del consumo de servicios turísticos como consecuencia de un evento deportivo específico de ciclismo de montaña, en este caso LVI, sin embargo si existe bibliografía sobre estudios a nivel mundial de la incidencia en varios aspectos con respecto a eventos deportivos (Llopis Goig, 2012;Magadán & Rivas, 2015). Tampoco hemos encontrado estudios realizados acerca del turismo de ciclismo de montaña en Ecuador o ciudades a nivel nacional donde se pueda tener información del perfil del practicante de este tipo de turismo, evento deportivo o mucho menos sus características de consumo, es por eso que al parecer este estudio es el primero en este tipo. Sin embargo se puede recopilar en forma general información de la actividad turística de aventura o información de las carreras de MTB que se realizan en el Ecuador e Ibarra así como información acerca de productos turísticos específicos de ciclismo de montaña o rutas de ciclismo de montaña que en la actualidad se están promocionando por parte del sector privado y público (Sportbike, 2015;Ecuador Travel, 2014;Surtrek Tour Operator, 2015).

Por otro lado y de mucha importancia para esta investigación es la existencia de material documental sobre estudios de turismo de ciclismo de montaña realizados por diferentes organizaciones o entidades a nivel mundial, principalmente planes estratégicos donde se puede encontrar información parecida a la que se pretende investigar en la carrera MTB LVI, información como el perfil socio económico del turista de ciclismo de montaña así como la importancia y desarrollo de este tipo de actividad y su interrelación con otras actividades turísticas, la mayoría de estos estudios son planes estratégico o de desarrollo del turismo de ciclismo de montaña para regiones, ciudades y países, además de estudios de cicloturismo, por lo general estos planes realizan un diagnóstico completo de la situación a nivel local, regional y

mundial, analizan los destinos que son o pueden ser su competencia, analizan el perfil de los turistas internos e internacionales que gustan de la actividad, analizan el estado de infraestructura, la cantidad de rutas y además realizan una caracterización de los actores involucrados o stakeholders, también realizan análisis de la incidencia en varios ámbitos del turismo de ciclismo de montaña en sus jurisdicciones. Con esta información proponen estrategias acciones y objetivos para el desarrollo ordenado y planificado de la actividad buscando consolidarse en un destino de calidad para la práctica de MTB generando más visitas, mayor rentabilidad y beneficios a todos los involucrados (Cevantes Beltrán, S.f; City of Kelowna, Regional District of Central Okanagan and BC Parks, 2007; Colorado Parks and Wildlife, 2014; Di Croce Garay & Ferretty, 2011; District of Squamish BC, 2011; FGTS, 2013-2017; Economy Committee, 2015; SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009; Gilabert Zarco, 2015; Goeft & Alder, 2001; Hobart City Council, 2011; Hidrobo Proaño & Estrella Avecillas, 2012; IMBA, 2015; Inspiring Place Pty Ltd, 2008; Koepke, 2005; Minister for tourism and major events, 2011; Mountain Bike Tourism Association, 2015; Mountain Bikers of Santa Cruz, 2007; State of NSW and Office of Environment and Heritage, 2011; Ritchie,1998; TRC, 2013; Sport and Recreation Tasmania, 2009; Schweiz Tourismus, 2015; Tourism British Columbia Canada, 2008; PinnAcle Consulting, 2010; Tourism British Columbia, 2013; Troyano, 2014).

## **E. Problemática de investigación**

A partir de los trabajos de investigación realizados se llegó a la problemática central de este trabajo:

**Problema central**

Información documentada escasa sobre la incidencia en el consumo de servicios turísticos como consecuencia de la carrera de MTB “La vuelta al Imbabura”.

La carencia de información sobre todo de datos cuantitativos de las actividades recreativas y deportivas en lo que respecta a la incidencia económica o turística, es una gran falencia para la planificación y evolución del turismo en el cantón Ibarra, ya que sin datos estadísticos no se puede establecer prioridades o hacer un enfoque certero del desarrollo de actividades o servicios que fortalezcan adecuadamente la oferta turística de Ibarra.

El ciclismo de montaña como atractivo turístico se ha desarrollado con éxito en países como Escocia, EEUU, Canadá, Australia, Suiza y Nueva Zelanda, de igual manera algunas provincias o regiones como Tasmania en Australia y Columbia Británica en Canadá incluso han implementado y ejecutado planes estratégicos, de mercadeo y diferentes estudios con el objetivo de aportar e integrar el ciclismo de montaña como parte de la actividad turística y cotidiana, enfocando acciones de: inversión, recolección de información, promoción, construcción de infraestructuras, incentivo a la financiación empresarial relacionado al MTB, la búsqueda de involucrar a los actores locales, etc (Inspiring Place Pty Ltd, 2008; PinnAcle Consulting, 2010).

Es escasa la información registrada acerca de las actividades de ciclismo de montaña en Ecuador y particularmente en Ibarra, exceptuando algunas páginas

web especializadas de tiendas o de afición del MTB donde se puede encontrar principalmente las rutas de MTB e información de las competencias (mtb.ec, 2015; Sportbike, 2015; Cikla, 2015).

La literatura acerca de la relación del MTB y el turismo o consumo de servicios turísticos es casi inexistente, salvo ciertas páginas web principalmente de operadores turísticos, de ciudades o entidades de promoción turística que informan la factibilidad de realizar ciclismo de montaña como deporte, actividad recreativa o turística en diferentes territorios de Ecuador con información de algunas rutas o circuitos establecidos (EcuadorExplorer.com, 2015; Surtrek, 2015; Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014).

El ciclismo de montaña y las actividades que se realizan relacionadas a ésta son: competencias, exposiciones, ferias; festivales lo que genera que personas de fuera de la localidad se trasladen para la práctica de este deporte o disfrute de actividades conexas que se encuentran dentro del turismo de aventura y deportivo.

En Ibarra se vienen desarrollando carreras de MTB desde hace tiempo debido a la creciente afición por este deporte en los habitantes y ciudadanos de todo el país, también a la tradición ciclística del norte de Ecuador y por supuesto por las condiciones topográficas del cantón. En Ibarra existen importantes carreras como el “Reto al Oasis”, “La Ruta de la Caña”, “La Vuelta a Ibarra” y “La Vuelta al Imbabura”; esta última ha completado las 7 ediciones consecutivas realizadas y es a la que más competidores de fuera de la provincia asisten (Sportbike, 2015).

Sin embargo es muy escasa la información registrada del porcentaje de participantes y asistentes de estas carreras que provienen de fuera de la

provincia, por lo tanto se desconoce su procedencia específica y mucho menos las características e incidencia de consumo de servicios turísticos.

El punto de partida para este estudio es investigar la competencia de MTB “La Vuelta al Imbabura”:

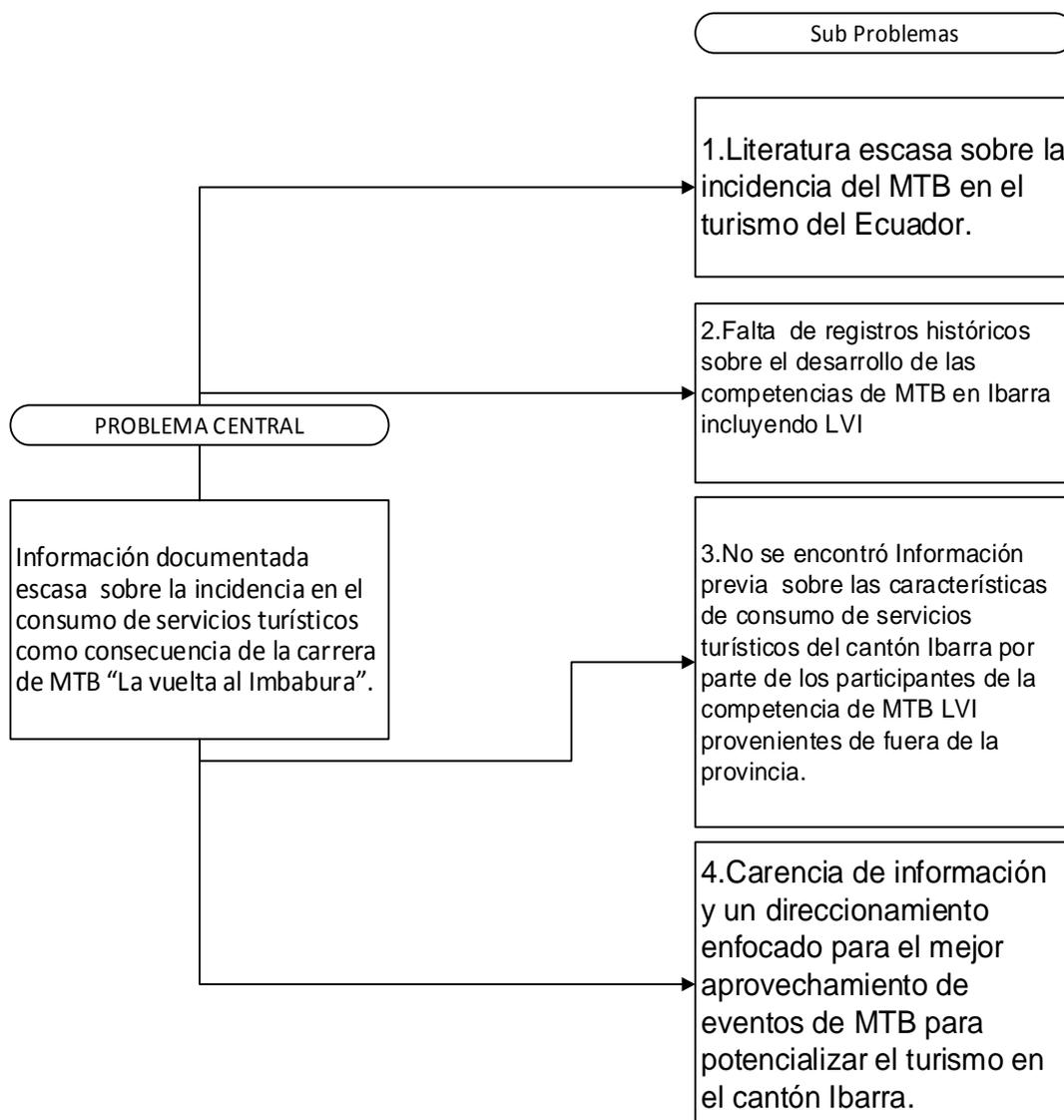


Tabla 2.Resumen de problemas. Fuente: Elaboración propia

## **Sub problemas:**

1. Literatura escasa sobre la incidencia del MTB en el turismo del Ecuador.
2. Falta de registros históricos sobre el desarrollo de las competencias de MTB en Ibarra incluyendo LVI.
3. No se encontró información previa sobre las características de consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra por parte de los participantes de la competencia de MTB LVI provenientes de fuera de la provincia.
4. Carencia de información y un direccionamiento enfocado para el mejor aprovechamiento de eventos de MTB para potencializar el turismo en el cantón Ibarra.

## **F. Justificación de esta investigación: aportación, necesidad y oportunidad.**

La importancia de esta investigación radica en que uno de los principales objetivos de Ecuador es el desarrollo turístico. En los últimos años esta actividad ha estado entre las 5 principales actividades económicas del país, este año según el boletín de estadísticas turísticas del año 2015 del Ministerio de Turismo del Ecuador durante el mes de enero del 2015 se registró un crecimiento en las llegadas a Ecuador en el orden del 11% con respecto al mismo mes del año anterior (Coordinación general de estadística e investigación, 2015).

En el cantón Ibarra el desarrollo del turismo ha sido siempre uno de los objetivos de las administraciones públicas y del sector privado, pero en la

actualidad no existe información detallada de los beneficios reales que algunas actividades turísticas generan (Benitez Pereira, Marcelo ,2015 a).

Es importante evaluar la incidencia de las competencias de MTB en la actividad turística del cantón, pero para eso se necesita una línea base con información de la procedencia de los participantes, datos como: ingresos, nivel de gastos, número de acompañantes, hábitos de consumo de servicios de alimentación, hospedaje y servicios turísticos complementarios.

Sólo con la información adecuada se podrán establecer políticas orientadas al buen aprovechamiento de eventos y competencias relacionados al ciclismo de montaña para obtener mejores beneficios para Ibarra.

## **Oportunidad**

El ciclismo de montaña internacionalmente ya es un importante generador de viajes turísticos. Existen ciudades y regiones a nivel mundial que están aprovechando este campo emergente para crear toda una industria de servicios y comercio que beneficien a sus localidades y habitantes.

Ecuador está apostando por desarrollar el turismo como una de sus principales actividades económicas, enfocándose principalmente en el aprovechamiento sostenible de la naturaleza a través del turismo activo, de aventura, ecoturismo y el turismo sostenible (Tourism & Leisure, Europraxis Consulting ,2007).

Esta investigación puede generar oportunidades de conocimiento para planificar de mejor manera el crecimiento del ciclismo de montaña, como una actividad que diversifique y fortalezca la oferta turística del cantón Ibarra y a su vez genere mayor desarrollo de eventos y competencias de MTB. Incrementando el beneficio económico del cantón, impulsando la creación de infraestructuras y negocios, bike parks y campamentos especializados, que produzcan mayores visitas, fuentes de trabajo y gasto turístico.

## **G. Metodología y herramientas utilizadas**

La Metodología empleada en el presente trabajo de investigación ha sido mixta, se han utilizado varios tipos de procedimientos metodológicos, e instrumentos que han facilitado la investigación, entre las que se encuentran; análisis descriptivo de la información recopilada con diferentes metodologías que serán descritas a detalle en el capítulo de métodos y técnicas aplicadas, sin embargo a continuación se detalla las herramientas utilizadas que se creyeron las más adecuadas según los objetivos del estudio; primero por la carencia de ese tipo de información a nivel local y segundo porque se tenía que extraer información directamente a los actores por no existir bibliografía, estudios o registros previos, la metodología utilizada fue la siguiente:

1. Búsqueda de información documental sobre turismo de ciclismo de montaña, y eventos de ciclismo de montaña.
2. Entrevistas: Realizadas a el organizador de la competencia MTB LVI y la los principales stakeholders relacionados al ciclismo de montaña.

3. Encuestas: Efectuadas a los participantes de la competencia de MTB LVI provenientes de fuera de la provincia.

La metodología se ampliará en la segunda parte en el capítulo 3: Métodos y Técnicas aplicadas.

## **H. Estructura del estudio**

Como elemento importante de este marco introductorio se creyó conveniente detallar cada una de las partes y capítulos que constan en esta tesis doctoral donde se han establecido las siguientes:

- La introducción que incluye: objetivos, las problemáticas de investigación y la justificación de la misma.
- La primera parte constituida por 2 capítulos:
  - En el primer capítulo se desarrollaron los conceptos de turismo activo, deportivo, sostenible, ecoturismo, la bicicleta, la bicicleta en el turismo, el ciclo turismo, el turismo de ciclismo de montaña a nivel mundial.
  - En el segundo capítulo se describió el área de estudio y el estado de la cuestión, es decir, las características de la actividad turística en Ibarra, turismo de ciclismo de montaña y competencias de ciclismo de montaña en Ecuador e Ibarra.

- La segunda parte: procedimientos y metodología. Se explica las técnicas y herramientas utilizadas para responder los objetivos planteados.
- La tercera parte: se analizan los resultados obtenidos y se organizan según los objetivos.
- La cuarta parte: la discusión. Se comparan los resultados obtenidos con bibliografía y datos existentes a nivel mundial.
- En la última parte se emiten las conclusiones finales de la investigación, recomendaciones, límites y perspectivas.

## ESTRUCTURA DE LA TESIS DOCTORAL



Tabla 3. Estructura de la tesis doctoral. Fuente: Elaboración propia

## **PRIMERA PARTE: FUNDAMENTOS TEÓRICOS**



## **CAPÍTULO 1**

### **FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL TURISMO Y CICLISMO DE MONTAÑA**

Esta sección define la actividad turística y explica su importancia en un contexto global, discute terminología y clasificaciones del turismo, tales como: turismo activo, deportivo, ecoturismo, turismo de competencias y cicloturismo. Además se ubicará el escenario de la actividad turística de ciclística de montaña. Explicando el entorno, desde las organizaciones involucradas a nivel mundial, continental y nacional (Ecuador), hasta las principales competencias ciclísticas de MTB. La justificación de este apartado se argumenta en la investigación a la medida que va a poner en contexto la conceptualización del turismo de ciclismo de montaña, beneficios, sujetos involucrados, stakeholders, eventos y competencias de ciclismo de montaña. A su vez en esta sección se estudiará bibliografía extensa sobre el turismo de ciclismo de montaña y su desarrollo, datos cuantitativos y cualitativos del mismo que serán la principal fuente de información comparable para contrastar con la carrera de MTB LVI y la situación del turismo de ciclismo de montaña en Ibarra.

## **1 Turismo**

### **1.1 Definición**

Entre las principales definiciones de turismo tenemos la de la Organización Mundial de Turismo OMT, que es el organismo especializado de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Esta organización constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente de conocimiento en esta materia (OMT, s.f).

*“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico” (OMT ,s.f).*

Existen abundante literatura acerca del concepto o definición de turismo donde relacionan a esta actividad con la economía, el desarrollo, la academia, la sostenibilidad, la diversión, recreación y ocio.

Autores como Laberte (1980), Universidad de Murcia (2012), Barrios Salas (2009), Arrillaga (1992) definen al turismo como un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento de las personas fuera de lugar de su residencia, estableciendo varias razones o condicionantes para ello, entre estas; que no sea por actividades lucrativas, que sean actividades relacionadas al ocio o actividades emprendidas en el lugar de destino, Sancho (S.f) continua

aportando a la definición de turismo estableciendo que las actividades emprendidas durante la estancia generan la creación de facilidades para poder satisfacer a los turistas. La instauración de servicios y facilidades para satisfacer las necesidades proyectan al turismo como una actividad económica tal como lo definen Arturo Crosby (1996), Di-Bella (1990), Turismo (2012). Servicios como el transporte, alojamiento, actividades de ocio, recreación requieren ser consumidos y pagados por el turista, esto conlleva al crecimiento de esta actividad al nivel del desarrollo de toda una industria que genera impactos físicos, económicos y socioculturales en los turistas y residentes de los destinos como argumenta Peña M. M (2009).

Según Vera Rebollo & Marchena Gomez (1990:61) *“El turismo es un fenómeno social, territorial y económico eminentemente extravertido y dirigido a la captación de flujos de divisas internacionales. Es un fenómeno singular de exportación porque es la demanda la que se desplaza para conseguir una oferta, que se halla habitualmente más allá de las fronteras nacionales y no viceversa, como es lo convencional en el tráfico de bienes y servicios en el comercio mundial”* ), este concepto aporta una visión del turismo como un producto que beneficia positivamente a la balanza de pagos de las localidades al momento de proponer al turismo como una actividad de exportación ya que genera ingreso de divisas. Por otro lado la Universidad de Murcia (2012) define al turismo como una ciencia o conocimiento interdisciplinar por las múltiples relaciones que esta actividad conlleva entre las cuales se encuentran las económicas, ecológicas, jurídicas, entre otras donde sobresalen las humanas.

El concepto de turismo ha sido analizado y discutido desde hace ya más de un siglo, entre sus consideraciones y elementos comunes están la economía, el desplazamiento no definitivo, el desarrollo, el ocio, la sostenibilidad, etc. Sin embargo todas estas características actúan alrededor de un denominador común que consideramos fundamental, el ser humano. Quien participa en un

conjunto actividades casi de cualquier índole en un lugar distinto al de su residencia habitual. Tomando en cuenta esta apreciación y la importancia protagónica del ser humano su interrelación con el entorno y constante actividad durante la práctica del turismo nos atrevemos a exponer un concepto propio.

El turismo es una herramienta de crecimiento del ser humano y las sociedades en base al aprendizaje, participación e interacción con nuevos entornos o actividades que realiza el individuo fuera de su lugar habitual de residencia.

## **1.2 Importancia del turismo**

Diversos autores establecen relaciones de significativa importancia entre el turismo y varios ámbitos, entre estos la experiencia humana, donde se afirma lo siguiente:

“Para entender gran parte del fenómeno turístico, debemos entender el comportamiento individual la psicología de los turistas y los turistas potenciales” Smith (2013:3). O *“Travellers are motivated by wide range of desires”* Smith (2013:3).

Poniendo en materia de discusión la importancia de entender al ser humano, sus deseos y motivaciones, este entendimiento podría facilitar el análisis de la importancia del turismo en otros aspectos como lo económico y social.

El turismo constituye una actividad que contribuye al desarrollo socio económico, debe basarse en acciones sostenibles como el involucramiento de los stakeholders para sostener la actividad (Caro, Acosta, Orgaz, & Castellanos 2015). Además puede contribuir a eliminar brechas económicas entre países desarrollados y en desarrollo promoviendo así también la equidad social. La oportunidad de participar en la actividad turística es cada vez más asequible, según Sharpley & Telfer (2015:3) *“las distinciones entre ambos destinos turísticos y medios de transporte como marcadores de status se han vuelto menos definida; el turismo, en definitiva, se ha democratizado cada vez más”*.

Según Smith (2013) el turismo tiene el potencial tanto de preservar como destruir el patrimonio y juega un papel vital en el comercio mundial, la sociedad, cultura y desarrollo económico. Representa una industria global de miles de empresas que generan importantes implicaciones políticas, es por ello que los gobiernos fomentan el desarrollo turístico como una fuente generadora de nueva riqueza y fuentes de empleo. Por otro lado el turismo provoca una interacción social importante que si es bien manejada genera beneficios relevantes como la conservación de las tradiciones y herencias culturales. Además genera un mejor entendimiento social con la posibilidad de disminuir eventuales conflictos.

El turismo tiene una importante incidencia en la conservación arquitectónica, patrimonial y de recursos ambientales, pero de igual manera es una actividad vulnerable a factores exógenos como la inestabilidad política, desastres naturales, terrorismo, impuestos, cambios desfavorables en las divisas, etc. Esa cantidad de factores exógenos generan la necesidad del desarrollo constante y del profesionalismo en los negocios turísticos para tratar de compensar posibles problemas como los enunciados anteriormente, es por ello

que existe una creciente tendencia de profesionalización de los negocios turísticos (Smith, 2013).

En conclusión, el turismo cada vez se torna más importante en el ámbito del desarrollo económico, social, cultural y humano a nivel global, por ser una actividad muy dinámica, que requiere de una gran cantidad de condiciones, productos y servicios para su realización.

Durante las 6 últimas décadas el turismo ha experimentado desarrollo, con expansión y diversificación continua.

A pesar de las diversas situaciones globales, el turismo ha registrado un crecimiento ininterrumpido desde 1950.

Tabla 4. Cuadro de crecimiento de llegadas de turistas.

AÑO	# TURISTAS
1950	25 millones de turistas
1980	278 millones de turistas
1995	528 millones de turistas
2013	1087 millones de turistas
2014	1133 millones de turistas

Fuente: Elaboración propia basada en los datos de informes panorama OMT del turismo internacional 2014, 2015 (UNWTO, 2014; UNWTO, 2015:3) .

Otros datos trascendentes son aquellos recogidos en los informes del año 2014 y 2015 del panorama OMT del turismo internacional entre los cuales se establece:

- En el año 2030 se pronostica que habrá 1800 millones de turistas internacionales.

- El turismo produce el 30% de las exportaciones mundiales.
- Representa 1,5 billones de dólares en exportación.
- Genera 1 de cada 11 empleos a nivel mundial.
- Constituye el 9% del PIB- efecto directo e indirecto incluido.

Podemos evidenciar que la actividad turística se convierte además de un indicador importante de la economía global, evidentemente es un dinamizador muy potente con efectos en la creación de empleos, aporte positivo a la balanza de exportaciones y al producto interno bruto. Para algunos países se constituye como la principal actividad económica.

Figura 1. Indicadores económicos del turismo 2015 según OMT.



Fuente: UNWTO (2015-2)

Con lo que respecta al año 2015 según la OMT “el número de llegadas de turistas internacionales aumento un 4% en la primera mitad del 2015, según el último barómetro OMT del turismo mundial. Los destinos de todo el mundo recibieron alrededor de 538 millones de turistas internacionales entre enero y junio del 2015, 21 millones más que el mismo periodo del 2014 “UNWTO( 2015). A continuación podemos observar un cuadro que sintetiza el crecimiento de turistas por continente basado en lo expuesto en UNWTO ( 2015)

Figura 2. Llegadas de turistas internacionales – Ingresos por turismo internacional.



Fuente: UNWTO (2015- 3)

El turismo según la OMT lleva 5 años de crecimiento consecutivo incluyendo el primer semestre del 2015, se puede apreciar un crecimiento importante en continentes emergentes como África y América lo que proporciona expectativas positivas a la hora de desarrollar productos turísticos especializados que obedezcan a la demanda.

Tabla.5 Porcentajes de crecimiento de turistas internacionales primer semestre

Europa	Vio un incremento de llegadas de un 5%. Se vio un crecimiento en Europa central y oriental +6% y el resto de Europa con un +5%
Asia y el Pacífico	Registro un incremento de 5%. Oceanía +7% noroeste y sureste de Asia +5%, liderados por Japón con un +47% y Tailandia con un +30%
Américas	Las llegadas internacionales Crecieron un 4%. El Caribe +7% y Centro América +6%, Canadá y México +8%, la mayoría de destinos de América del sur +4%
África	El número de turistas disminuyó un 6% con un descenso del 10% en las llegadas a África del norte y 4% al África subsahariana
Oriente medio	Incremento el número de turistas internacionales en un +5%

2015 Fuente: Elaboración propia basado en: Turismo internacional tendencias clave y perspectivas UNWTO (2015)

### **1.3 Turismo internacional, tendencias y perspectivas**

Según la OMT en su informe Panorama del Turismo Internacional 2015, la actividad turística lleva su quinto año consecutivo de fuerte crecimiento.

*“Las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) batieron el récord de los 1.133 millones a escala mundial en 2014, partiendo de los 1.087 millones en 2013. La demanda siguió siendo fuerte en la mayoría de los mercados emisores y destinos, a pesar de las constantes dificultades geopolíticas, económicas y sanitarias presentes en algunas zonas del planeta. Con 46 millones más de turistas viajando por el mundo (+4,3%), 2014 ha sido el quinto año consecutivo de fuerte crecimiento, por encima de la media a largo plazo (+3,3% anual) desde la crisis financiera de 2009” (UNWTO, 2015:4).*

Es importante tomar en cuenta datos de las perspectivas mundiales del comportamiento de la actividad turística tanto de estadísticas de crecimiento, visitas internacionales, así como otros factores donde esta actividad influye, ya que de esta manera se pueden establecer; principales mercados emisores, sectores beneficiados, evolución de oferta o herramientas de gestión.

En la tercera cumbre mundial sobre turismo urbano celebrada en diciembre de 2014 en Barcelona se planteó que el turismo tiene siempre lugar en la ciudad y comunidad la ciudades que son buenas y gustan a sus habitantes también serán buenas y gustarán a los turistas (Magadán & Rivas, 2015).

Por esto el desarrollo de ciudades primero ordenadas, organizadas, con sistemas de transporte modernos, con alternativas sustentables como el uso de la bicicleta, localidades con propuestas culturales, donde se aprovechen bien los patrimonios de las urbes se convierten en destinos que atraen mayor cantidad de visitantes.

En si el desarrollo de ciudades atractivas para las poblaciones residentes de las mismas y el desarrollo de una oferta cultural sólida y constante es una tendencia que cada vez se toma más en cuenta para el perfeccionamiento de un destino turístico competitivo (Magadán & Rivas, 2015).

Por otro lado en el campo de la oferta turística es importante el desarrollo de eventos en especial deportivos, son actividades que están siendo impulsadas por las diferentes localidades.

*Según Magadán & Rivas (2015:24) “El deporte fue motivo principal de 2.57 millones de viajes turísticos realizados por los residentes en España en 2012, según el anuario de estadísticas deportivas del ministerio de educación, cultura y deporte. Esta cifra supuso un crecimiento de casi 33% respecto a los 1.93 millones de viajes contabilizados en el año 2008”*

Con respecto a la comercialización, reservación y compra la red y el uso de la tecnología siguen creciendo rápidamente, lo cual dinamiza y hace cada vez más vertiginosa a la industria turística.

*“Según el estudio ‘The 2012 Traveler’ realizado por Google, hace cuatro años sólo el 8% de los viajeros de ocio usaba un smartphone para buscar información de viajes, porcentaje que ha crecido hasta el 38% en 2012. Y en el caso de los viajeros de negocio, esta tasa ha pasado del 25% al 57%” (Canalis, 2015:12).*

El aumento del uso de smartphones en todos los niveles sociales y económicos, ha impulsado a empresas de todo tipo (incluyendo turísticas) a generar aplicaciones para acceder de manera más eficiente a servicios en línea sin necesitar de computadoras tradicionales.

Según López (2015:3) *“para este año se espera que 8 de cada 10 reservas se hagan en línea, por lo que las empresas deben tener páginas webs adaptables y plataformas sociales que les permitan hacer un negocio personal y con rapidez”.*

Las reservaciones y compras por internet seguirán creciendo a medida que la tecnología avance, se crean software más fáciles de utilizar y la dinámica diaria siga volviéndose más competitiva.

#### **1.4. Servicios turísticos**

Los servicios turísticos son actividades económicas correlacionadas entre sí, configuran el eje fundamental para la atención de visitantes y turistas.

La OMT ha conceptualizado los principales servicios o productos turísticos y la industria que está a cargo de su desarrollo o manejo.

Tabla 6. Lista de categorías de productos característicos del turismo y de industrias turísticas.

PRODUCTOS	INDUSTRIAS
1. Servicios de alojamiento para visitantes	1. Alojamiento para visitantes
2. Servicios de provisión de alimentos y bebidas	2. Actividades de provisión de alimentos y bebidas
3. Servicios de transporte de pasajeros por ferrocarril	3. Transporte de pasajeros por ferrocarril
4. Servicios de transporte de pasajeros por carretera	4. Transporte de pasajeros por carretera
5. Servicios de transporte de pasajeros por agua	5. Transporte de pasajeros por agua
6. Servicios de transporte aéreo de pasajeros	6. Transporte aéreo de pasajeros
7. Servicios de alquiler de equipos de transporte	7. Alquiler de equipos de transporte
8. Agencias de viajes y otros servicios de reservas	8. Actividades de agencias de viajes y de otros servicios de reservas
9. Servicios culturales	9. Actividades culturales
10. Servicios deportivos y recreativos	10. Actividades deportivas y recreativas
11. Bienes característicos del turismo, específicos de cada país	11. Comercio al por menor de bienes característicos del turismo, específicos de cada país
12. Servicios característicos del turismo, específicos de cada país	12. Otras actividades características del turismo, específicas de cada país

Fuente: OMT ( s.f)

## **1.5 Turismo activo**

El turismo activo es un tipo de actividad turística en crecimiento, que por sus características no facilita obtener una definición única según González Molina, A (2008).

El turismo activo tiene una estrecha relación con el ecoturismo, la sostenibilidad, la práctica de actividades deportivas recreativas o educativas que pretenden un contacto directo con el ser humano y la naturaleza. Se puede encontrar información en la que turismo activo exige una gran preparación y profesionalismo en la realización de los servicios, sin olvidar mantener un respeto ineludible en el entorno donde se genera.

A continuación citaremos algunos conceptos sobre turismo activo para entender mejor su definición:

*“El turismo activo es una tipología de turismo en la que el motivo principal del viaje es la participación en el llamado deporte de aventura. El turismo activo está fuertemente ligado al medio natural ya que la mayoría de los deportes de aventura se desarrollan en el mismo. Turismo activo, indican que se trata de un tipo de turismo en el que cobra más importancia la acción que se realiza que el lugar en sí, donde se desarrolla”* (Turismoactivo.com, s.f).

El turismo activo necesita alto grado de especialidad por parte de los oferentes de servicio y de una fuerte conciencia medio ambiental ya que la naturaleza es el principal entorno donde este se desarrolla (González Molina, A, 2008).

Según el artículo 2 del Decreto 77/2005, de 28 de Junio, de ordenación de las Empresas de Turismo Activo de Castilla-La Mancha (España) indica que *“se considerarán actividades de turismo activo, aquellas turístico-deportivas y de ocio que se practiquen sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan, sea éste aéreo, terrestre de superficie, subterráneo, acuático o subacuático y a la que son inherentes cierto nivel de riesgo y grado de destreza y condiciones psicofísica para su práctica”* (Empresa de Turismo Activo de Castilla, 2005).

Podríamos encontrar diversas definiciones sobre el turismo activo en la bibliografía especializada, en casi todas ellas se citan aspectos sobre la realización de actividades prácticas, activas, participativas, en contacto con la naturaleza y con el mundo rural. En las distintas normativas, decretos, órdenes y reglamentos existentes, con el fin de poder regular las distintas actividades y empresas del turismo activo, se describen precisamente el objeto principal de dichas normas, dando una definición o concepto sobre su consideración donde todas coinciden en indicar que: *“se consideran actividades propias de turismo activo las relacionadas con actividades deportivas que se practican sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la naturaleza en el medio en el que se desarrollen, a la cuales les es inherente el factor riesgo o cierto grado de esfuerzo físico o destreza”*, según indica el Art. 4 Actividades de turismo activo del Decreto 20/2002, de 29 de enero de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo, de la Junta de Andalucía (2002).

Por otra parte y según Mediavilla (2012:9): indica que *“Se entiende por turismo de aventura o turismo activo en España, al servicio relacionado con la actividad turística y deportiva realizada a través de empresas reconocidas y especializadas en actividades físicas y recreativas (barranquismo, parapente, senderismo, etc.), teniendo como escenario, básicamente, el espacio natural y que implica un compromiso de esfuerzo físico asumido y conocido de forma voluntaria por el cliente”*

Tratando de concretar el concepto y definición del turismo activo González Molina, A, (2008 y 2014) considera que es una modalidad turística, de organizar las vacaciones, donde existe un claro protagonismo de las actividades físicas o deportivas, con un carácter lúdico-recreativo, que se practican y desarrollan en un ambiente de amistad, compañerismo, cooperación, utilizando normalmente los recursos de la naturaleza, en situaciones ambientales muy diversas: tierra, agua, aire, nieve, hielo; con frecuencia aparece el factor de cierto esfuerzo físico, la emoción, el riesgo, espíritu de aventura, superando ciertos retos. Muchas de estas actividades requieren de ciertas destrezas y habilidades físico-deportivas por parte de sus practicantes.

Continúa argumentando e indicando González Molina, A (2008 y 2014) el turismo activo representa una gran oportunidad de desarrollar sustentablemente los destinos que tienden a esta especialización por contener actividades que generan notables beneficios económicos, exige altos niveles de preparación e indumentaria pero a su vez se genera en el marco de la sustentabilidad.

Después de la revisión de los conceptos y elementos caracterizadores emitidos por diferentes autores y entidades relacionadas al estudio, práctica o regulación del turismo activo se pueden establecer algunos factores comunes como son: el papel preponderante del entorno y la naturaleza para su desarrollo y la especialización de las actividades a realizarse siempre con una participación activa y protagónica del ser humano.

## **1.6 Turismo sostenible**

Existen muchas definiciones y acepciones de turismo sostenible de las que se pueden destacar algunas:

- Turismo sostenible según la OMT: Es aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro.
- *“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”* (UNWTO,s.f).
- *“Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje”* (Asociación de Monitores Medioambientales Almijara, s.f).

La carta de Lanzarote (Islas Canarias, España en el año 1995), producida por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, expresa que *“siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende”* (Asociación de Monitores Medioambientales Almijara, s.f).

Consideramos que el turismo sostenible debe tener en cuenta como elemento indispensable el valor del respeto, tanto al entorno, es decir la naturaleza y medio ambiente como a la correcta utilización de sus recursos, por ejemplo el ser humano en los habitantes de las localidades y con miramientos a las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

El turismo sostenible debe guiarse en los siguientes principios: reducción de derroche, preservación de la diversidad natural y cultural, permitir la participación activa de las comunidades locales y optimización de aprovechamiento de los recursos sin poner en riesgo a estos (Perú, Proyecto FIT, s/f).

El turismo sostenible debería ser el eje central de la gestión y evolución de los otros tipos de turismo.

Figura 3. Relación del turismo sustentable con otros tipos de turismo



Fuente: Perú, Proyecto FIT,(s/f)

## **1.7 Ecoturismo**

Al igual que el turismo sostenible el ecoturismo es una actividad amplia con diversos parámetros y alcances de la que se derivan numerosas definiciones, su esencia está en la ecología. Por eso en la información analizada encontramos referentes a la naturaleza, disfrute y conservación de la misma (Espinoza, 2015).

Según la definición acuñada por Ceballos-Lascurain y utilizada por la IUCN (La Unión Mundial para la Naturaleza) ecoturismo es: *“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómico benéfico de las poblaciones locales”*. (Miguel Alemán Velasco, s.f).

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES por sus siglas en inglés) define el ecoturismo como: *“Un viaje responsable a áreas naturales que apoya la conservación del medio ambiente y mejora el bienestar de las comunidades locales”* (Peñañiel, 2008:3).

El denominador común sin duda son las experiencias vividas en medios naturales, generalmente conservados con un sentido de responsabilidad tomando en cuenta todos los factores que influyen en la existencia armónica de esos entornos.

Martha Honey en su libro “Ecotourism and Sustainable Development” genera una definición que se ha vuelto un estándar ampliamente utilizado por Merg, M.(1999) *“Ecoturismo es el viaje a áreas frágiles, prístinas, y normalmente protegidas que se esfuerzan por ser de bajo impacto y (normalmente) de pequeña escala. Ayuda a educar a los viajeros; provee de fondos para la conservación; directamente beneficia el desarrollo económico y el fortalecimiento político de comunidades locales; y promueve el respeto por las diversas culturas y los derechos humanos”* (Honey, 1990; Peñafiel, 2008-4).

Asimismo, Fennell, después de analizar 15 definiciones de ecoturismo proporciona su propia ilustración: *“Ecoturismo es una forma sustentable de turismo basado en recursos naturales que se enfoca principalmente en experimentar y aprender sobre la naturaleza, y que se maneja éticamente para ser de bajo impacto, no consumista y localmente orientado (la administración, los beneficios, y la escala). Ocurre típicamente en áreas naturales, y debe contribuir a la conservación o preservación de tales áreas”* (Fennell, D.A, 1990; Peñafiel, 2008).

El ecoturismo además requiere de principios y condicionantes esenciales para su desarrollo:

- El interés en la naturaleza.
- Contribuye a la conservación.
- Dependencia en áreas naturales protegidas.
- Los beneficios a las comunidades locales / beneficios a largo plazo.
- Educación y estudio.
- Bajo impacto / no consumista.
- Ética y responsabilidad.
- Administración.
- Sustentable.
- Goce y apreciación.

- Pequeña escala.
- Involucra viajes a destinos naturales.
- Minimiza los impactos.
- Promueve una conciencia ecológica.
- Provee beneficios financieros directos a la conservación y fortalece a las comunidades locales.
- Respeta la cultura local.
- Apoya los derechos humanos y los movimientos democráticos (Peñañiel, 2008; Orgaz Agüera, 2014; Honey, 1990).

Condicionantes esenciales que no solo se limitan al campo de la naturaleza sino también a las condiciones humanas y la satisfacción responsable de necesidades esenciales propias del desarrollo de la vida.

Como en toda actividad turística es importante reconocer el rol de los Stakeholders, que tienen una capacidad de intervención que pueden causar consecuencias positivas o negativas en el destino, entre estas tenemos algunas mencionadas por Orgaz Agüera (2014:54) las cuales son:

- *“Genera una diversificación y estimulación de la economía local.*
- *Fomenta el uso productivo de terrenos de escaso rendimiento agrícola.*
- *Mejora la disposición de los gobiernos a participar en los proyectos eco turísticos, al comprobar la viabilidad económica de los mismos.*
- *Fomenta la autofinanciación de los espacios naturales a través del pago de entradas, donaciones, ventas de servicios y productos e inversiones particulares”.*

Orgaz Agüera (2014) recalca la importancia del ecoturismo para la generación de recursos, empleo y desarrollo económico con la participación de actores locales.

Lo que representa el ecoturismo como denominador común, es que se establece contacto con la naturaleza, su conservación, el bajo impacto, aprendizaje y sustentabilidad, hasta llegar a ámbitos civiles como los derechos humanos y democracia como menciona Honey (1990). Este análisis se puede respaldar con un concepto sencillo pero profundo de Shores, J.N.,(2003) “*La definición apropiada de ecoturismo es un turismo ecológicamente legítimo. Es así de sencillo*” (Peñañiel, 2008:5).

## **1.8 Turismo deportivo**

El turismo y el deporte son dos actividades que cada vez están más relacionadas entre sí, por eso se han desarrollado varios estudios para entender esa conexión que ha convergido en una modalidad de turismo. A continuación se expone algunos conceptos, reflexiones o características encontradas en la literatura del tema para el posterior análisis de los denominadores comunes de los mismos.

*“Turismo deportivo: De Turismo Deportivo, para definir a aquel tipo de turismo cuya motivación principal la constituye la realización de un conjunto de prácticas físico-deportivas, es decir, aquellas modalidades deportivas con unas características muy definidas por su reglamentación, su institucionalización, su depurada técnica, y por el tipo de instalaciones, materiales, artilugios e implementos que necesitan para su práctica, mejorar su nivel de calidad de vida a través de su salud corporal, física y psicológica, mejorar sus autoestima personal, su autorrealización, su proyección social, el carácter lúdico, hedonístico y recreativo de todas las actividades posibles, la búsqueda de nuevos retos y superaciones personales, etc. ... Por otra parte, podríamos contemplar que el deporte, en todas sus expresiones y manifestaciones es un elemento motivante y muy estimulante que arrastra y empuja detrás del mismo a una masa muy significativa de fans y de seguidores y que asisten de*

*espectadores de los grandes acontecimientos y eventos deportivos, constituyendo un tipo de sujetos espectadores en el turismo deportivo, como son los campeonatos o ligas en variadas convocatorias (nacionales, internacionales,) de futbol, baloncesto, festivales atléticos, maratones, carreras populares, automovilismos (Fórmula 1, etc.), olimpiadas, etc.” (González Molina, A, 2008).*

El turismo deportivo tiene un gran crecimiento sobre todo por la evolución de las características sociales del ser humano que actualmente busca vivir más activamente el tiempo libre y ocio.

*“El turismo deportivo es aquel en el que el motivo principal del viaje es la práctica de actividades deportivas en ambientes naturales o la visita a un país o una ciudad para presenciar in situ una competición o un evento deportivo” (Daniel Riobóo, 2015).*

Es importante analizar de igual manera que el turismo de deporte puede entenderse o subdividirse en algunos subtipo como lo valoran algunos autores o algunas publicaciones.

Como establece el artículo “El Boom del Turismo de Deporte” de la revista especializada, Daniel Riobóo (2015) y la página web Turismo Deportivo (s.f), el turismo de deporte se podría dividir en:

- Turismo de deporte activo: donde el visitante realiza su viaje para practicar el deporte.
- Turismo deportivo de espectáculos: para participar como espectador de alguna actividad deportiva.

- Turismo de afición deportiva: donde el turista o visitante asiste a lugares emblemáticos referentes a su deporte de afición que además genera gran cantidad de ingresos como por ejemplo:

*“Entre los cinco museos más visitados de España se encuentran el del FC Barcelona y El Tour del Bernabéu del Real Madrid con los que sólo El Prado, el Reina Sofía y Elthyssen-Bornemisza pueden competir. Si tenemos en cuenta que sus entradas cuestan 23 euros en el caso del FC Barcelona y 19 en el del Real Madrid y tienen cerca de un millón de visitantes anuales” (Daniel Riobóo, 2015).*

Esta realidad no es extraña, en otras latitudes del globo existen lugares referentes que también aprovechan su fama o posicionamiento para generar afluencia de turistas e ingresos, como por ejemplo en América del Sur es el estadio de Boca Juniors (Argentina) que igualmente tiene una importante afluencia de personas según Massimino (2015) de la revista Meta, el museo del estadio recibe 300 mil visitantes al año, es por ello, que siempre con la correcta estrategia y promoción el deporte puede ser aprovechado para potencializar un destino turístico.

### **1.8.1 Competiciones deportivas como parte del turismo deportivo**

Los eventos deportivos han sido parte importante de la vida cotidiana desde hace mucho tiempo atrás.

*“El deporte, ya desde la antigua Grecia poseía la capacidad de atraer personas en torno a un evento con el fin de competir o recrearse. En este contexto se iniciaron las primeras relaciones entre el deporte, los eventos y los viajes.*

*Diversos países utilizan el deporte como instrumento de desarrollo turístico, provocando la afluencia de personas a eventos deportivos, tal como sucede en la copa del mundo, las olimpiadas u otros, y pensando en las posibilidades de promoción del desarrollo por medio del turismo de eventos deportivos” (Ávila, 2011)*

La introducción precedente de Santanna y Ávila (2011) en su documento: “*Los eventos deportivos y el desarrollo en Illues- Bahía- Brasil*”, sintetiza adecuadamente cómo el deporte a nivel competitivo es un segmento importante para el desarrollo turístico tanto en lo profesional o en lo amateur. Primero por el hecho de que las competencias profesionales atraen a gran afluencia de aficionados, pero también está el hecho de que existen multitudinarias competencias donde concurre una participación mayoritaria de amateurs o aficionados, generando movilización de turistas y visitantes.

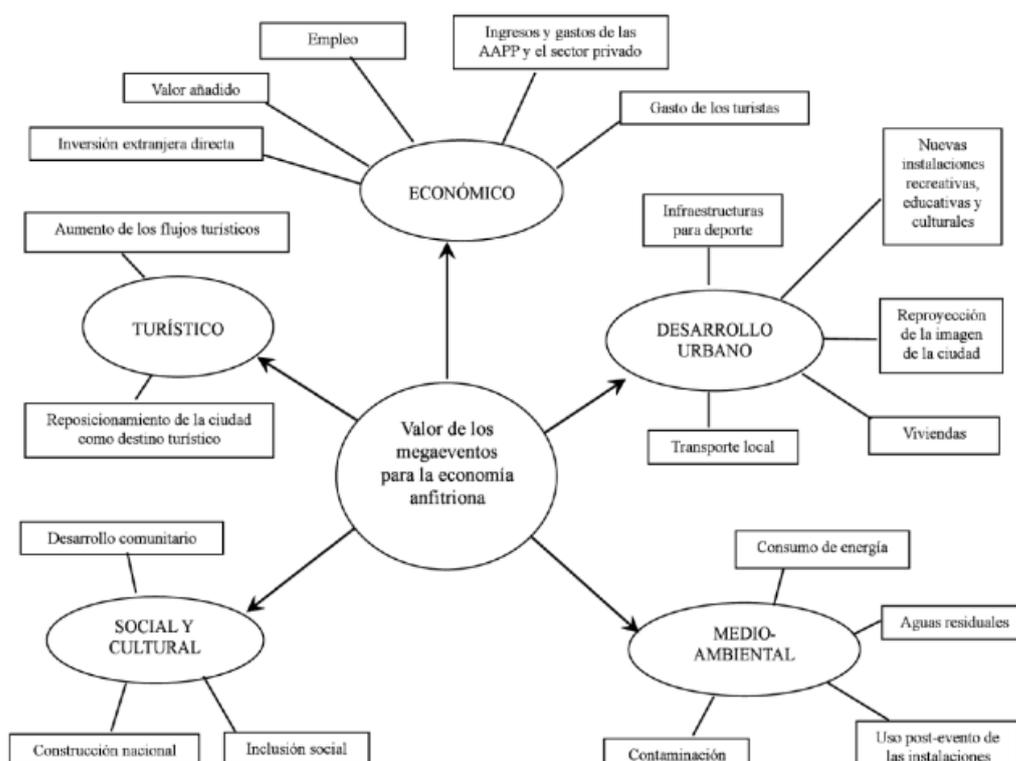
Las competencias deportivas en la actualidad están siendo caso de estudios para saber el conjunto de consecuencias que estas traen para los lugares donde se desarrollan, entre los efectos que ocasiones existe incidencia en el sector o industria turística.

*“El impacto potencial de los megaeventos deportivos en el desarrollo de la economía anfitriona está relacionado con cinco grandes ámbitos: el económico, el turístico, el físico (desarrollo urbano), el socio-cultural y el medioambiental”*  
Llopis Goig (2012:32).

Todos los eventos y principalmente los más relevantes, los que están en desarrollo y los que están ya posicionados, son un dinamizador potencial de las economías anfitrionas.

En la figura siguiente se analiza algunos factores importantes referidos al papel de los megaeventos deportivos en la creación de valor para la economía anfitriona, así como el cometido que pueden desempeñar los diversos actores o stakeholders para aumentar o reducir esos valores.

Figura.4 Ámbitos de creación de valor de los megaeventos para las economías anfitrionas



Fuente: Llopis Goig ( 2012:32)

En el ámbito turístico este tipo de eventos contribuyen para aumentar el flujo de turistas, coadyuvar al reposicionamiento del destino y son además un motivo de promoción a gran escala del destino.

*“La contribución de los mega eventos deportivos a la reorientación de la imagen y el posicionamiento de una ciudad o país, así como la potenciación de su atractivo turístico, el impulso de la renovación urbanística, de las*

*infraestructuras y de las redes de transporte y la mejora de la calidad de vida de la población residente” (Llopis Goig, 2012:14).*

Estos beneficios o contribuciones mencionados son razones importantes por las cuales son tan disputadas las posibilidades de ser anfitriones de eventos deportivos por parte de las ciudades, como es el caso de los juegos olímpicos por poner un ejemplo de varios acontecimientos deportivos.

Desde luego, como en toda actividad turística para que exista sostenibilidad es trascendente involucrar a todos los actores a través de una planificación conjunta que sostenga en este caso la organización de eventos deportivos a gran escala (Llopis Goig, 2012).

El trabajo conjunto con todos los actores involucrados así como la planificación es muy importante en todos los tipos de actividad turística, ya que es una industria donde los servicios se tienen que complementar para satisfacer las necesidades del cliente, de igual manera en eventos como la competencia de MTB LVI es sustancial el relacionamiento entre actores y sobre todo una mayor participación de prestadores de servicios turísticos para procurar mayores beneficios y cuotas de consumo como consecuencia del trabajo y la interacción con el evento deportivo.

Los beneficios de desarrollar o acoger eventos también son una importante fuente de promoción mediática la cual es trascendente para dar a conocer ciudades y destinos turísticos.

*“El Tour de Francia asegura jugosos beneficios económicos a los municipios y a las empresas que participan en el tercer acontecimiento deportivo más seguido del planeta detrás de los juegos olímpicos y el Mundial de fútbol. El éxito popular de esta carrera ciclista única se confirma año tras año. El Tour se televisa en más de 190 países y reúne de media cada año a 3.500 millones de telespectadores. Casi 12 millones de espectadores se desplazan para ver pasar al pelotón aunque solo sea unos segundos desde un arcén. En 2007, la salida desde Londres batió todos los récords de asistencia con casi 3 millones de personas en la calle”..... “cada año unos 200 municipios pugnan por participar en el Tour. Y es que el impacto económico para las ciudades que tienen la «suerte» de ser seleccionadas es, efectivamente, muy importante” (Francia en España, Embajada de Francia en Madrid, 2014).*

De igual manera en el ámbito nacional el lograr ser sede de eventos deportivos siempre es algo deseado por las autoridades y gestores, los eventos generan freepress que puede ser muy beneficioso, claro que es siempre fundamental asegurar la buena calidad de los eventos para que estas coberturas mediáticas no sean contraproducentes. Con respecto a los eventos donde la sede es fija como LVI el gestionar o promocionar puede ser más fácil de garantizar y facilitar beneficios para la ciudad, ya que las experiencias de años anteriores pueden servir de línea base para establecer una planificación estratégica que permita mejores resultados en cada nueva edición.

Un factor importante es la relación o el impulso que generan los eventos para la construcción de infraestructuras y financiamientos externos.

*“Los megaeventos contemporáneos rara vez generan dinero suficiente para financiar el desarrollo urbano. Sin embargo, pueden ayudar a las ciudades a*

*generar financiación de fuentes externas para ese desarrollo urbano; por tanto, los megaeventos pueden ser vistos como palancas para conseguir fondos con los que financiar el desarrollo. Muchas ciudades han tenido éxito al utilizar los megaeventos que han albergado como forma de garantizar financiación de gobiernos regionales, nacionales e internacionales. La inversión en la ciudad de Barcelona de cara a los juegos Olímpicos 1992 provino del gobierno nacional (12% del total de la inversión olímpica) y del gobierno regional (15%) mientras el ayuntamiento de la ciudad contribuyó en un porcentaje mucho más reducido (2%) (Brunet, 2009)” (Llopis Goig, 2012-78).*

En Ibarra por ejemplo, el fomento de las carreras automovilísticas en los años sesentas hasta los noventas incentivó la creación del autódromo internacional José Tobar Tobar de Yahuarcocha sede de varios eventos de carácter internacional. La construcción del escenario deportivo obedecía a la visión de autoridades de ese entonces en convertir a Ibarra en una ciudad de grandes eventos y carreras automovilísticas lo cual así resultó por algún tiempo. Para la construcción del autódromo de Ibarra intervino la sociedad civil y se consiguió importantes aportes económicos del estado (CATI, s.f).

Esto demuestra que de igual manera una correcta visión del potencial que podrían generar los eventos deportivos en este caso de MTB podrían incidir para que los tomadores de decisiones y autoridades impulsen un desarrollo de infraestructuras que permitan consolidar a Ibarra como un destino de clase mundial de MTB, con la construcción de bike parks, mejoramiento de las rutas existentes o propiciando incentivos para generar emprendimientos como campamentos especializados de MTB.

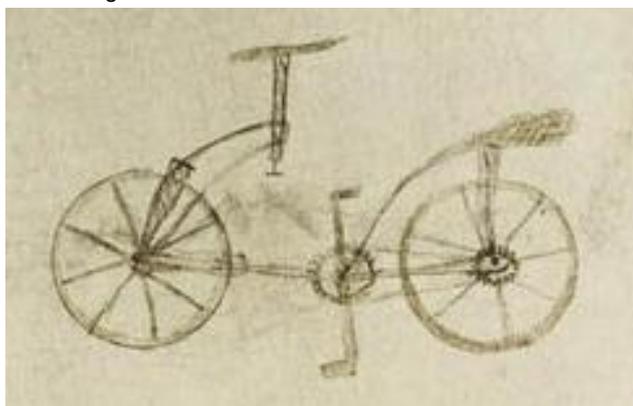
## **1.9 La bicicleta**

Según Bravo (2015) la bicicleta, tal y como la conocemos ahora, es una patente de 1885. La Rover Safety Bicycle, desarrollada por el londinense John KempStarley.

Según varios autores existen indicios sobre la existencia de la bicicleta desde el antiguo Egipto, China, India e incluso en el territorio Azteca, se considera que existían algunas máquinas rudimentarias parecidas a esta (Bravo, 2015).

En la figura 5, observamos un boceto realizado por Leonardo Da Vinci en el año 1490, invención de una bicicleta con una transmisión de cadena parecida a como se utiliza en la actualidad (Melendez, 2013).

Figura 5. Boceto de la bicicleta de Leonardo.



Fuente: Xkuty electric bikes (s.f)

En 1790 se tiene registros de inventos que anteceden a la bicicleta tal como hoy la conocemos. En la tabla siguiente se ordena de forma cronológica los artefactos inventados que eran conocidos como velocípedos, antecesores de la bicicleta.

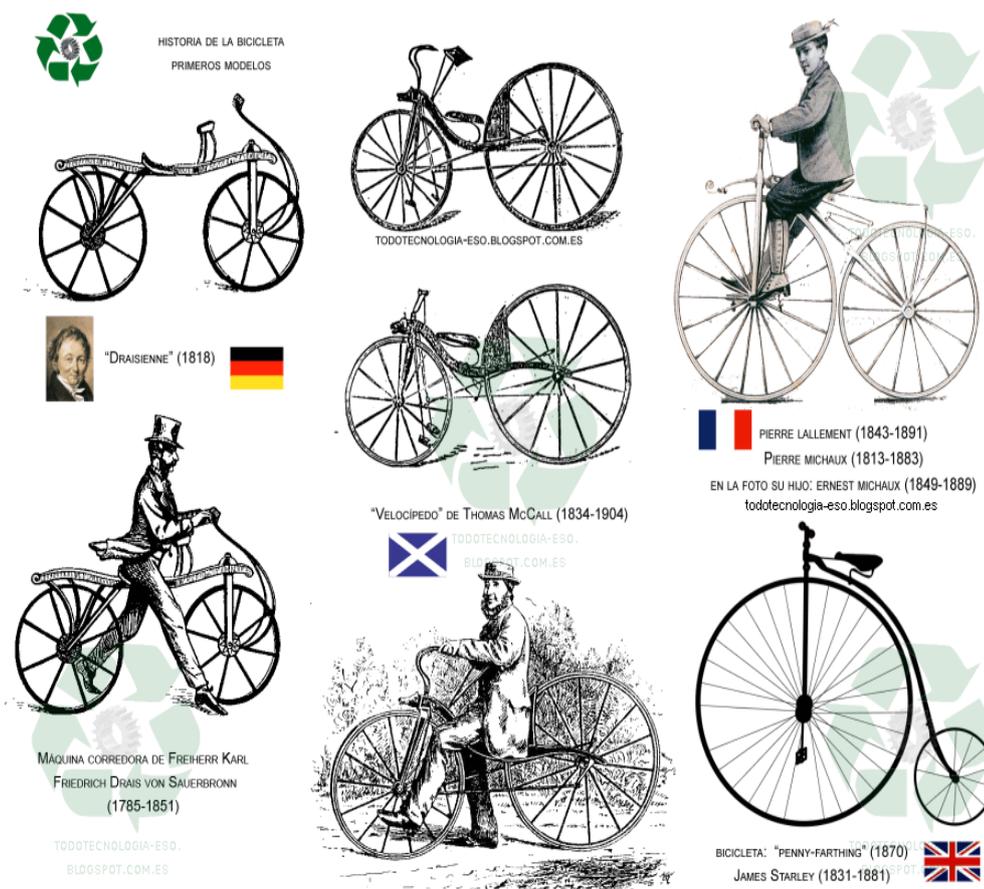
Tabla 7. Cuadro en orden cronológico de velocípedos antecesores a la bicicleta.

AÑO	INVENTOR Y NACIONALIDAD	NOMBRE	CARACTERISTICAS
1790	El francés De Sivrac	Célériefère	Velocípedo primitivo, consiste en un cuerpo de caballo de madera, cuyas patas delanteras y traseras giraban de forma de una culebra.
1869	Macmillan Kirk Patrick - Gran Bretaña	Velocípedo Primera bicicleta con pedales	Se introdujo neumáticos de goma maciza, el primero en ser patentado con nombre de bicicleta.
1873	En 1873, James Starley, un inventor inglés.	Velocípedo primera máquina con casi todas las características de la famosa bicicleta común o de rueda alta	La rueda delantera de la máquina de Starley era tres veces más grande que la de atrás.
1817	El barón alemán Karl Christian Ludwig Drais von Sauerbronn	Velocípedo Laufmaschine (“máquina de andar”, en alemán)	No tiene pedales y se propulsa con la fuerza del conductor empujando con el pie en el suelo.
1867	Herrero francés Michaux	Velocípedo	Aumenta el radio de la rueda delantera y utiliza el hierro.

Fuente: Elaboración propia basado en documento de Melendez (2013)

Para un mejor entendimiento de la estructura de los velocípedos antecesores de la bicicleta adjuntamos la siguiente figura en la que se detalla la historia de la bicicleta y como fue evolucionando desde el aparato conocido como velocípedo que tiene sus primeros orígenes en Alemania (Melendez, 2013).

Figura 6. Estructura de los velocípedos antecesores de la bicicleta



Fuente: Nuñez (2014)

En la siguiente figura podremos encontrar la ilustración completa de la historia de la evolución de la bicicleta, ya con su estructura moderna desarrollada a partir de la bicicleta de Starley en 1885, hasta los modelos que se utilizan en la actualidad, como son las de ruta, montaÑeras, urbanas, bmx, etc.

Figura 7. Ilustración completa de la historia de la evolución de la bicicleta.



Fuente: Nuñez (2014)

En este apartado se pudo establecer un conocimiento documentado de la bicicleta desde sus orígenes y su evolución donde se demuestra los avances en su estructura y desarrollos tecnológicos provenientes de varios países del mundo, este aparato al igual que los inventos más exitosos del mundo han evolucionado y diversificado para atender de mejor manera las necesidades del hombre, desde las elementales como transporte, hasta el ocio y recreación. Uno de los tipos más recientes de bicicleta es la de montaña que además de generar mayor comodidad para el transporte se ha convertido en una herramienta recreativa y su utilización está en constante crecimiento, permitiendo que las personas puedan aprovechar y llegar en bicicleta a escenarios naturales que no eran factibles décadas atrás. Este vehículo se ha convertido en una herramienta para conocer sitios turísticos con mayor facilidad, así entonces se puede aprovechar estas condiciones para desarrollar el turismo de MTB en destinos con escenarios geográficos adecuados.

## **1.10 La bicicleta en el turismo**

Para poder entender la relación de la bicicleta en el turismo es importante tratar el uso de la bicicleta en las ciudades, uso que pasa desde la necesidad recreativa de los habitantes, hasta la de movilizarse. Esta relación que renace entre la bicicleta y la ciudad acarrea importantes consecuencias en el desarrollo integral de las urbes.

*“los estudios no solo muestran que los proyectos sobre el uso de bicicletas son rentables y beneficiosos para la calidad de vida de los habitantes, sino que también requieren una integración sustancial a los planes de desarrollo urbano para poder evitar problemas futuros. A medida que las ciudades emergentes siguen creciendo, han comenzado a encontrar muchos de los desafíos asociados a las poblaciones numerosas y la presencia abrumadora de vehículos motorizados de sus vecinos más grandes” (Baumann, Bijacá, Rambeau, & Wanner, 2013:22).*

Existen varios estudios donde se evidencian los múltiples beneficios que genera fomentar el uso de la bicicleta como una alternativa de movilidad en las ciudades, tomando en cuenta ejemplos de ciudades que han desarrollado ya hace varias décadas esta políticas como Ámsterdam y Copenhague principalmente, sin embargo en América latina hay ciudades que se están preocupando de fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte entre ellas una de las primeras ha sido Bogotá que cuenta en la actualidad con 376 kilómetros de ciclo vías según la Secretaría de Movilidad de Bogotá (2015) pero existen otras ciudades en la tarea.

*“Algunas ciudades de América Latina y el Caribe han logrado grandes avances en años recientes para integrar el uso de bicicletas a su planeamiento urbano. Muchas de las metrópolis más grandes de la región, como Buenos Aires y São Paulo, han pasado de virtualmente no tener ciclovías, tan recientemente como es en 2009, a planificar casi 100 kilómetros de ciclovías para fines de 2013” (Baumann, Bijacá, Rambeau, & Wanner, 2013:28).*

Además de la infraestructura que es de vital importancia para incidir en el uso de la bicicleta de manera segura y ordenada existen otras acciones que fomentan que más ciudadanos utilicen la bicicleta como medio de transporte.

*“A principios del 2000, Lima realizó una iniciativa de promoción de bicicletas con grupos específicos que generó mayor conciencia fomentando su uso. Santiago de Chile y Concepción han incrementado el uso a través de campañas de promoción. Dentro del Plan de Movilidad Sustentable de Buenos Aires se creó el Programa de Bicicletas Públicas con su campaña “Al trabajo en bici” que premia el uso de la bicicleta al trabajo. A principios de 2014, la alcaldía de Bogotá, lanzó el programa “Al colegio en bici” el cual dispone de 4.200 bicicletas para que estudiantes de diferentes colegios puedan desplazarse en este medio. Y en otras ciudades de la región se han realizado iniciativas como los ciclo-paseos, ciclovías recreativas, un día sin carro, sorteos, semanas de la bicicleta, paseos grupales, foros y campañas de seguridad vial” (BID, Despacio, Bivilizate, 2015:14).*

Estas múltiples iniciativas además de lograr que más ciudadanos opten por el uso de la bicicleta como medio de transporte también se convierten en escenarios atractivos; un ejemplo son los ciclo paseos que ya están institucionalizados y se los realizan en días y a horas determinados en diferentes ciudades, esto hace que no solamente los habitantes locales

participen si no también turistas y visitantes ya que estos acontecimientos se transforman en eventos programados de las localidades.

Pero la política de los programas de incentivos para el uso de la bicicleta no es la única que tiene relación con la actividad turística, sino también las iniciativas de información que utilizan herramientas tecnológicas que anuncian servicios e infraestructura relacionada.

*“Varias ciudades (Buenos Aires, Medellín, México D. F. y Bogotá) tienen cartillas informativas e información digital sobre el uso de la bicicleta. Algunas tienen plataformas virtuales de identificación de lugares de estacionamiento, sitios de riesgo y problemas en la infraestructura que son creados por grupos ciudadanos que obtienen la información de los mismos ciudadanos” (BID, Despacio, Bicivilizate, 2015:10).*

Cuando el ciudadano común también forma parte activa como en este caso proveyendo de información necesaria para la movilización de otros ciudadanos, de alguna manera esto aporta también a tener requisitos necesarios para proyectar a la bicicleta como una actividad turística en las ciudades, ya que se sabe que no hay mejor anfitrión para los turistas que un ciudadano bien informado.

Según Troyano (2014) las ciudades con mayor infraestructura y con políticas progresivas para el uso de la bicicleta como medio de transporte, también son las ciudades que más ciclo turistas reciben, esto es algo de esperarse por la simple razón que los aficionados a cualquier actividad siempre buscan lugares que puedan satisfacer sus gustos o necesidades de una manera eficiente.

*“Bogotá, Ciudad de México, Río de Janeiro, Rosario y Santiago de Chile, son algunas de las ciudades pioneras en la implementación y fortalecimiento de políticas ciclo-inclusivas con muy buenos resultados. Disponen de indicadores suficientes que muestran un panorama amplio y claro del uso de la bicicleta y de los factores relacionados, facilitando de esta forma la planificación e integración de la bicicleta dentro del sistema de transporte urbano” (BID, Despacio, Bicivilizate, 2015:28).*

*“Hay 2.513 km de ciclovías en la región. Bogotá y Río de Janeiro son las que tienen mayor cantidad de kilómetros segregados de infraestructura ciclista. Guadalajara y recientemente Santiago de Chile, han creado pilotos de “Zonas 30”, que son áreas diseñadas y señalizadas para que todos los automóviles transiten a una velocidad menor de 30 km/h, lo cual mejora las condiciones de circulación y de seguridad vial para los usuarios de la bicicleta” (BID, Despacio, Bicivilizate, 2015:6).*

La planificación es fundamental para lograr sistemas de movilidad más eficientes que tomen en cuenta el uso de la bicicleta como parte importante del mismo, que a su vez puede ser un factor que incentive la generación de emprendimientos relacionados con el aprovechamiento de la infraestructura de la localidad y la cultura ciudadana, enfocada a desarrollar y diversificar la oferta de servicios turísticos como podrían ser, tours en bicicleta por los lugares patrimoniales, tours gastronómicos y de diversas temáticas como ya existen en varias ciudades.

Otra relación importante es la infraestructura, la imagen y el diseño de los espacios públicos ya que estos deben ser amigables y agradables al ciudadano y visitante, por eso iniciativas como las zonas 30 generan sitios amigables donde se puede incentivar y priorizar el disfrute del ser humano como peatón,

además esta normativa fomenta el comercio y la implantación de servicios de entretenimiento y restauración.

Entendiendo la relación que ha surgido entre las ciudades y la bicicleta se puede entrar en análisis del turismo en bicicleta en las localidades que es un fenómeno relativamente reciente pero que va creciendo cada vez más.

*“El uso de la bicicleta como medio de transporte y, más aun, como recurso turístico, ha sido tradicionalmente, de carácter marginal. A nivel mundial en 1997 existían 297 empresas que ofertaban servicios de cicloturismo en diferentes países según el Specialty Travel Index (Ritchie, W. B., 1998), lideradas por Gran Bretaña (27), Francia (21) y Canadá (19). España contaba ese año con nueve empresas, aproximadamente un 3% del total mundial” (Fernández Latorre, 2015:77).*

En la actualidad existen muchos negocios relacionados a la bicicleta y turismo en bicicleta, se podría decir que en todas las ciudades donde existen iniciativas serias y bien planificadas de movilidad sustentable.

Según Troyano (2014) el impacto económico directo que produce el cicloturismo en Europa es de 44 mil millones de euros, de los que 9 mil millones son de turismo en sentido estricto.

Se ha generado toda una tendencia de viajar y realizar la mayoría de actividades en bicicleta, incluso los traslados de un destino a otro, esta modalidad se denomina cicloturismo.

### **1.10.1 Cicloturismo**

El cicloturismo es sin duda la manifestación más clara de la intervención de la bicicleta en las actividades turísticas, su crecimiento va aumentando anualmente y convirtiendo al cicloturismo en una importante fuente de ingresos, principalmente en aquellos países que tienen infraestructuras adecuadas para su desarrollo, como es el caso de varios países europeos (Troyano, 2014).

Concepto de cicloturismo: Según el estudio encargado por el parlamento europeo sobre la Eurovelo en 2012 por European Parliament (2012), Troyano (2014) y descrito recientemente en el informe IECE (2014); se entiende por cicloturismo: las visitas recreativas realizadas durante más de un día o de sólo un día fuera le lugar de residencia, que implican el ciclismo de ocio como una parte fundamental o importante de la visita.

El término comprende todas las modalidades recreativas y no competitivas, fuera del uso diario, excluyendo también las excursiones a lugares cercanos a la residencia (Sippel, 2010).

### **1.10.2 Tipos de cicloturismo**

Se puede distinguir tres grandes tipos de cicloturismo según Troyano (2014-25:26).

- *“Vacaciones en bicicleta: la duración incluye una noche o más fuera de casa y el ciclismo es el principal objetivo y actividad de las vacaciones. Éste sería el ciclo turista en sentido estricto. En algunos estudios (InddigoAltermodal, en Francia) se denomina ciclo turista itinerante*

*cuando se traslada en bicicleta entre un alojamiento y otro. Esta categoría no incluye a aquellos ciclistas que utilizan la bicicleta a diario si se desplazan de un hospedaje a otro empleando otro modo de transporte (normalmente coche). De una manera más gráfica, los ciclo turistas itinerantes serían aquellos que viajan con alforjas.*

- Ciclismo en vacaciones: incluye desplazamientos en bicicleta desde el lugar de alojamiento o desde otro punto. Forma parte de las vacaciones pero no necesariamente es la única actividad.*
- Excursiones en bicicleta de un día: paseos de más de 3 horas de duración, hechos desde el domicilio habitual, principalmente por motivos de ocio. Para este grupo se utiliza el término excursionistas. Se excluye el ciclismo de competición, aunque no el deportivo. Se considera ciclista deportivo a aquel que usa un equipamiento específico y que realiza traslados de una jornada con distancias relativamente elevadas (más de 50 km). En este grupo se incluye tanto el ciclismo en carretera como el BTT y pueden incluirse en cualquiera de los tres grupos anteriores”*

## **1.11 Turismo y ciclismo de montaña**

En la actualidad varios países son reconocidos por haberse desarrollado como destinos para la práctica del ciclismo de montaña, donde algunas de sus ciudades han apostado por la creación de infraestructura, estrategias de mercadeo y posicionamiento del sitio, a través de planes bien estructurados y diseñados para el mejor aprovechamiento de sus características topográficas.

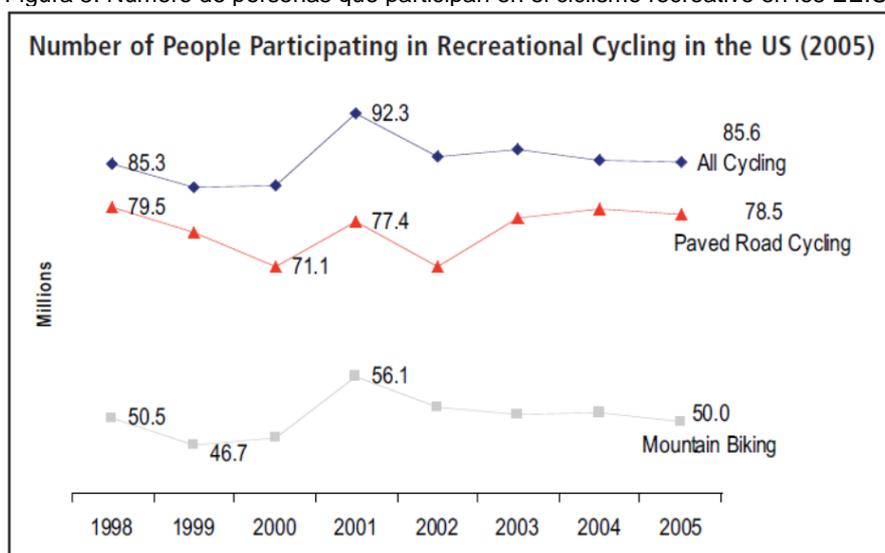
Para el desarrollo de destinos turísticos de ciclismo de montaña es importante analizar información como la cantidad de practicantes de ciclismo de montaña, sus características demográficas, niveles de ingresos y educación. El turismo de ciclismo de montaña genera ingresos económicos y un conjunto de beneficios para los territorios que apuestan a esta actividad y por su puesto

cuentan con las condiciones necesarias sobre todo geográficas y climáticas (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009).

## Origen y participación mundial

De acuerdo al Hall of Fame del ciclismo de montaña en Crested Colorado en EE.UU, uno de los posibles orígenes del ciclismo de montaña como ahora se lo conoce puede ser rastreado al condado de Marin en Carolina del Norte a finales de 1970, también se establece que el “Velo Cross Club Parisien” practicaba un deporte muy parecido al ciclismo de montaña en los años 1950, en la actualidad existen más de 50 millones de practicantes solamente en EE.UU (Tourism British Columbia Canada, 2008).

Figura 8. Número de personas que participan en el ciclismo recreativo en los EE.UU

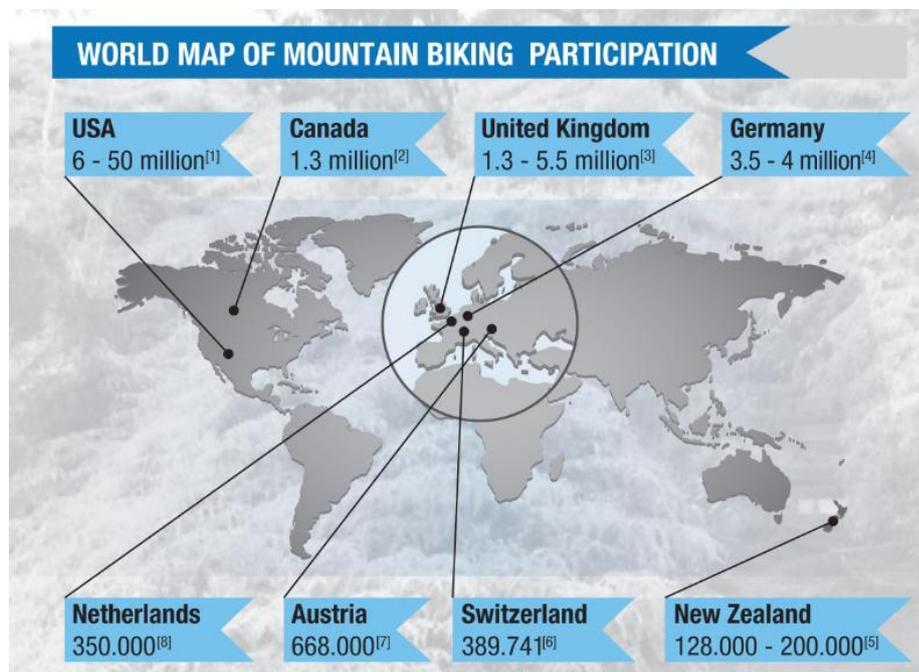


Source: US Outdoor Industry Foundation (2006)

Fuente: Tourism British Columbia Canada (2008-13)

La participación del ciclismo de montaña a nivel mundial se refleja principalmente en Norte América y Europa seguido del continente Australiano, esto según la mayoría de estudios y planes anglosajones.

Figura 9. Mapa de participación de la bicicleta de montaña en el mundo



Fuente: Aliance Action Sports Experts (2015)

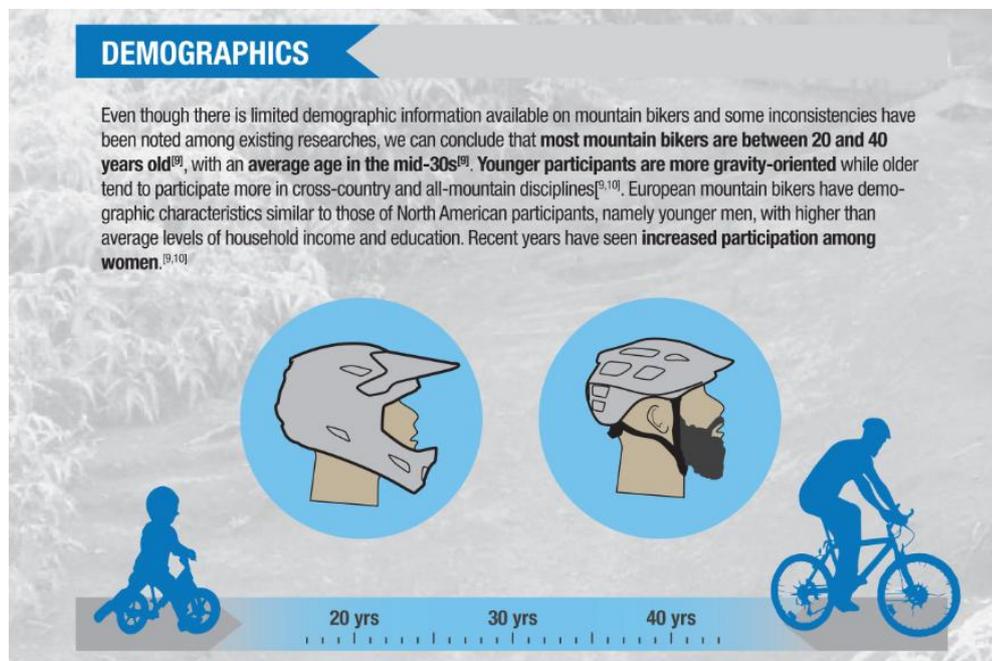
En la información de planes y estudios de países como Escocia, Canadá, EE.UU, y Australia en el momento de comparar destinos de reconocimiento mundial para el ciclismo de montaña no se menciona ningún país de Sudamérica. La figura 10 explica la participación del ciclismo de montaña en el mundo, basada en varios estudios y planes el sustento de la figura se lo puede consultar en Aliance Action Sports Experts (2015).

## **Características del ciclista de montaña**

Las características de los practicantes de ciclismo de montaña coinciden o son similares en todos los estudios revisados, en su mayoría son hombres, esto varía levemente según el país y el tipo de ciclismo de montaña que se realiza. *“Los ciclistas de montaña comúnmente son hombres con educación completa de entre 25 y 45 años con altos ingresos...El segmento de mujeres que*

*participa en el ciclismo de montaña crece rápidamente” (Hobart City Council, 2011:8).*

Figura 10. Demografía de los participantes de ciclismo de montaña

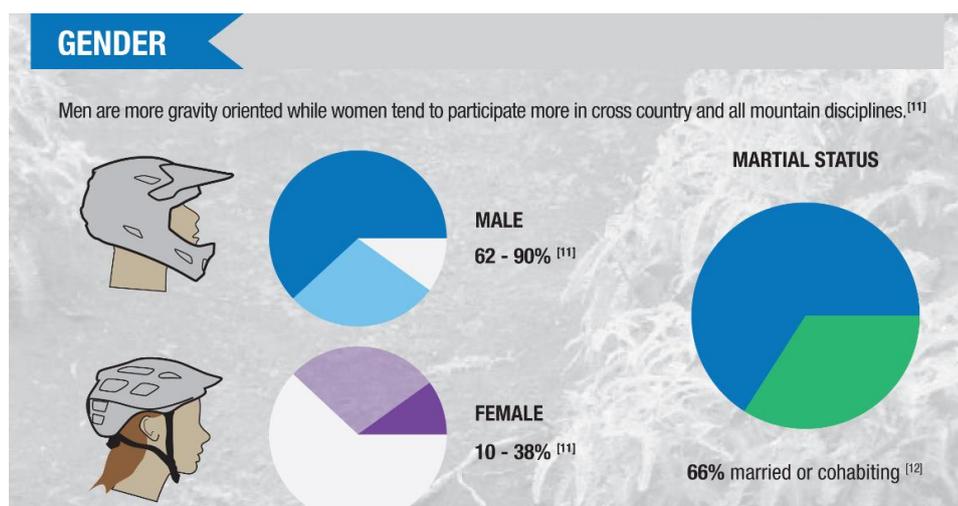


Fuente: Alliance Action Sports Experts (2015)

Los promedios de edad máxima y mínima varía en 5 años más o menos según los diferentes estudios según Inspiring Place Pty Ltd (2008:8) “range in age from mid 20’s to mid 40’s, with a high percentage in the mid 30’s age group”, esto quiere decir que la mayoría de ciclistas de montaña son adultos jóvenes (PinnAcle Consulting, 2010).

Otro factor común en las características demográficas es una mayor participación de hombres pero con un alto crecimiento en el porcentaje de mujeres que practican el ciclismo de montaña.

Figura 11. Porcentaje de participación ciclismo de montaña por género

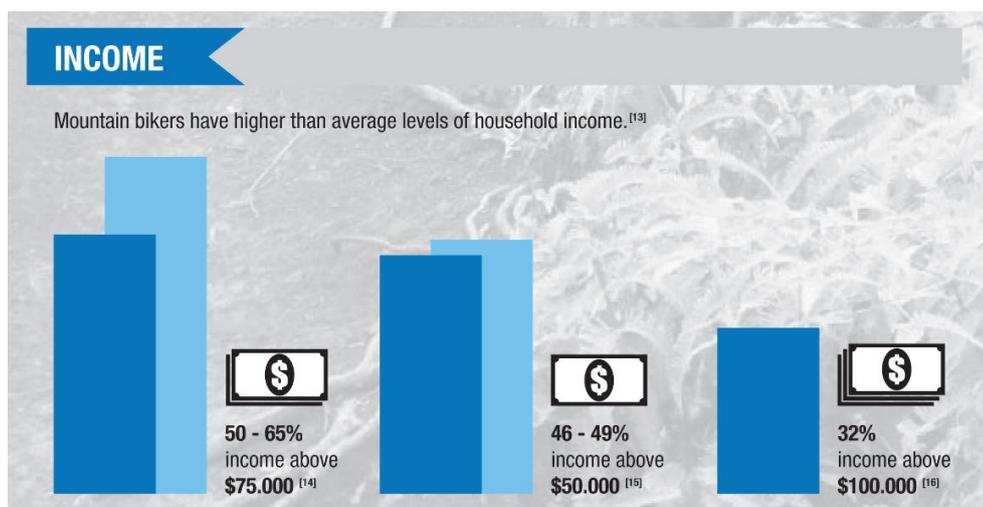


Fuente: Alliance Action Sports Experts (2015)

Dependiendo el tipo de ciclismo de montaña los porcentajes de participación de hombres y mujeres varían como podemos ver en la figura 11 donde las mujeres tienden a participar más en XC y All mountain mientras según Inspiring Place Pty Ltd (2008) la mayoría de ciclistas experimentados son hombres sobre un 80 o 90 % sin embargo se espera un crecimiento en la participación de mujeres en los diferentes tipos de ciclismo de montaña (PinnAcle Consulting, 2010).

Los estudios coinciden en que la mayoría de los practicantes de ciclismo de montaña tienen ingresos sobre los 50.000 USD anuales (WestCycle Incorporated, 2015; PinnAcle Consulting, 2010).

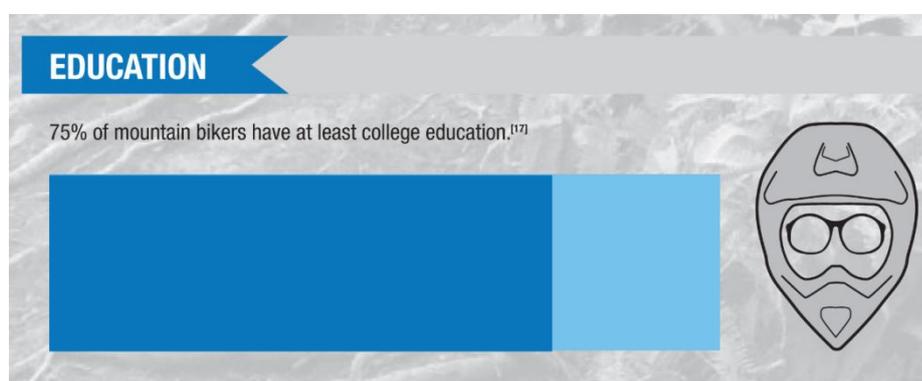
Figura 12. Nivel de ingresos practicantes ciclismo de montaña



Fuente: Alliance Action Sports Experts (2015)

Según el Hobart City Council (2011:8), en su plan maestro para el ciclismo de montaña menciona “Mountain bikers are most commonly well educated males 25-45 years of age with high household incomes.”, el plan de turismo de ciclismo de montaña 2010 de Columbia británica establece que 2 de cada 3 ciclistas de montaña poseen un diploma de secundaria o un grado universitario (PinnAcle Consulting, 2010).

Figura 13. Nivel de educación participantes de ciclismo de montaña



Fuente: Alliance Action Sports Experts (2015)

Este conjunto de indicadores establecen un entorno positivo sobre el perfil del practicante y turista de ciclismo de montaña lo cual consideramos conveniente para el desarrollo de destinos de ciclismo de montaña. (Ver figura Anexo VII y VIII. En estos cuadros se resume toda la información demográfica)

## **Beneficios del turismo de ciclismo de montaña**

El turismo de ciclismo de montaña es un generador de beneficios en varios aspectos, en la mayoría de planes y estudios se pueden apreciar ventajas para la comunidad como: beneficios económicos, medio ambientales y sociales.

Tabla 8. Beneficios del turismo de ciclismo de montaña

Económicos	Medio Ambientales	Sociales
<ul style="list-style-type: none"><li>• Provee retornos económicos a las comunidades atrayendo ciclistas visitantes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El manejo planificado de los sistemas de senderos y vías de tercer orden, permite la remediación ambiental y reduce la creación de senderos o caminos no planificados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promueve un estilo de vida saludable e influye de manera positiva en los jóvenes, invítandolos a involucrarse en proyectos relacionados al ciclismo que generan oportunidades para ellos y sus familias.</li></ul>

Fuente: Elaboración propia basado en Tourism British Columbia Canada (2008:12).

Este conjunto de beneficios en diferentes ámbitos deberían ser el motivador para el desarrollo planificado del turismo de ciclismo de montaña, que a su vez como insumos necesita investigación e información base para poder

establecer análisis y diagnósticos serios en los diferentes destinos que quieran postular a convertirse en destinos turísticos de MTB a través de acciones, estrategias y objetivos bien proyectados.

## **Beneficios económicos**

Los diferentes estudios establecen un conjunto de indicadores y estadísticas de los beneficios del ciclismo de montaña, según *“la encuesta de UK Tourism los viajes en Escocia que envuelven ciclismo de montaña son 134.000 con un gasto aproximado de 39 millones de libras esterlinas...Alrededor de 11.8 millones de personas en gran Bretaña tienen una bicicleta de montaña y se estima que 1.3 millones la usan regularmente para ciclismo de montaña”* (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009:4).

El ciclismo de montaña genera actividad económica en diferentes tipos de industria desde la manufacturación, intermediación o agencias de servicios turísticos así como los proveedores de servicios turísticos complementarios.

*“En el 2010 una encuesta realizada a alrededor de 400.000 visitantes de Tasmania, que realizaron actividades de senderismo o ciclismo, indicó un gasto sobre los 950 millones de USD y un uso de 4.7 millones de noches de habitación”* (Hobart City Council, 2011:15).

Mientras más desarrollado se encuentre el destino se implanta como referente de ciclismo de montaña, aportando más a la economía. *“el cicloturismo (ciclismo de montaña y de ocio combinados) representa 239 millones de libras a la economía escocesa donde ciudades como Edimburgo tiene la posibilidad de capitalizar estos ingresos”* según Economy Committee (2015:2). En algunos

territorios como el estado de Victorias en Australia “*el turismo es la mayor fuente de crecimiento económico, su industria emplea aproximadamente a 193.200 personas e inyecta aproximadamente 15.2 billones a la economía del estado*” Minister for tourism and major events,(2011:8), es por eso que este estado australiano aprovechando su potencialidad turística y su oferta que incluye ciclismo de montaña, de ruta y eventos ciclísticos desarrolló está ejecutando el “*Victoriaís Cycle Tourism Action Plan 2011-2015*” en busca de mejores logros económicos.

La actividad ciclística que ha llegado a un desarrollo considerable además de generar un mayor dinamismo económico, concibe también beneficios monetarios a los países, el gobierno federal de EE.UU recauda alrededor de 18 billones de dólares en impuestos relacionados a actividades de ciclismo (Tourism British Columbia Canada, 2008).

El turismo de ciclismo de montaña promueve inversiones importantes en senderos e infraestructuras necesarias para su desarrollo óptimo. Los bike parks de Columbia británica Canadá han realizado inversiones en alrededor de 6 millones de USD en infraestructura, los visitantes a estos bike parks gastan entre 99 a 133 USD diarios por visita, lo cual se traduce en más de 14 millones de USD en retornos solo en el consumo de servicios de infraestructura desarrollados por los bike parks (PinnAcle Consulting, 2010).

Las diferentes evidencias y datos establecidos demuestran que el cicloturismo y el turismo de ciclismo de montaña son una importante fuente de generación de recursos económicos que envuelve a un gran conjunto de actividades económicas, que van desde la prestación de servicios turísticos como guianza, transporte, alojamiento y alimentación, hasta actividades complementarias como la construcción y mantenimiento de infraestructuras y senderos.

El turismo de ciclismo de montaña incentiva la realización de otras actividades principalmente recreativas, culturales o deportivas generando recursos a varios oferentes de servicios en los destinos y ciudades.

Figura 14. Otras actividades culturales y al aire libre practicadas por cicloturistas

Table 5: Other outdoor and cultural activities participated in by cycling travellers

Activities	BC		Canada		US	
	Participate	Motivate	Participate	Motivate	Participate	Motivate
Swimming In Lakes	67.9%	69.2%	67.6%	63.9%	50.6%	54.9%
Sunbathing/Sitting On A Beach	68.1%	61.2%	65.8%	59.5%	53.8%	59.8%
Stroll A City To See Buildings	63.1%	54.0%	63.1%	58.6%	68.3%	60.4%
Nature Park- National/Provincial	58.2%	40.9%	57.7%	50.3%	63.3%	61.7%
Hiking - Same Day Excursion	62.4%	47.8%	57.1%	48.3%	65.7%	61.3%
Historic Site/Buildings	47.2%	39.9%	49.9%	49.7%	60.7%	57.9%
Swimming In Oceans	47.1%	47.2%	49.2%	51.6%	52.4%	55.6%
Well Known Natural Wonders	43.6%	41.1%	44.8%	43.7%	62.1%	61.1%
Museum - History/Heritage	49.9%	36.4%	42.9%	36.5%	48.3%	43.1%
Other Historic Sites/Buildings	40.8%	25.0%	38.9%	34.4%	56.4%	55.2%
Fitness - Jog/Exercise Outdoors	44.4%	35.7%	38.0%	29.1%	41.0%	36.3%
Skiing - Downhill	30.3%	40.0%	38.0%	41.4%	31.8%	28.3%
Farmers' Markets/ Country Fair	37.2%	25.0%	35.3%	24.5%	53.0%	50.7%

Source: Travel Activities and Motivations Study 2006; special analysis by Tourism British Columbia. Table includes those who have visited British Columbia (at least once) in the past two years on an out-of-town pleasure or vacation trip of one or more nights.  
Note: Cells with values displayed in red are based on small sample sizes (i.e. less than 50) and should be interpreted with caution.

Fuente: Tourism British Columbia (2009:6)

Entre las principales actividades están el aprovechamiento de lagunas y playas como balnearios o sitios de descanso, caminatas en entornos naturales, visita a centros históricos, museos o edificaciones tradicionales.

## Beneficios Ambientales

Hay varios beneficios ambientales que el ciclismo de montaña genera, es por ello que una gran cantidad de estudios enumeran los mismos y en algunos casos ciertos planes proponen el logro de objetivos ambientales como el Cycling Action plan de Escocia, donde a través del ciclismo pretenden lograr la meta de reducción de la emisión de CO2 incentivando el turismo sustentable (Economy Committee, 2015).

La planificación del ciclismo de montaña permite el mapeo y control de las rutas y senderos, además la vigilancia del estado del entorno donde estos se encuentran, lo cual permite a los stakeholders y principalmente a las autoridades de control establecer el mantenimiento y cuidado de estas áreas evitando problemas medioambientales (Hobart City Council, 2011; FGTS, 2013-2017; District of Squamish BC, 2011).

El turismo de ciclismo de montaña además de insertarse el turismo sustentable, se convierte en un catalizador para el desarrollo de otras prácticas deportivas que a su vez pueden ser ofertadas como servicio turístico, incentivando el posicionamiento de imagen de un destino basado en el disfrute de la naturaleza.

El manejo planificado y bien administrado de senderos y espacios naturales provocado por la actividad de ciclismo de montaña impulsa la generación de legislación necesaria para la conservación de los senderos, espacios naturales y orientación de la conductas de los ciclistas de montaña, estas reglamentaciones tienden a buscar la conservación de los entornos, un desarrollo sustentable de la actividad y de los sectores donde se desarrolla (Hobart City Council, 2011).

## **Beneficios sociales**

El desarrollo de ciclismo de montaña genera oportunidades de contacto con la naturaleza lo cual se traduce en un beneficio para la salud física y mental de los practicantes del deporte tanto de la comunidad como visitantes. “estudios demuestran que el contacto con el medio natural puede reducir la presión sanguínea, colesterol y niveles de estrés, puede mejorar la concentración y

productividad, mejora la salud mental y ayuda a prevenir enfermedades” (Hobart City Council, 2011).

El ciclismo de montaña trae consigo la creación de fuentes de empleo, el mejoramiento de infraestructuras del sector rural, incentiva a los habitantes del destino a un perfeccionamiento de sus capacidades. Es por eso que según el “Wester Australian Mountain Bike Strategy 2015 – 2020” entender los efectos ambientales, sociales y culturales del ciclismo de montaña es esencial para maximizar los beneficios y asegurar un apropiado desarrollo del destino de ciclismo de montaña, buscando la sustentabilidad en base a la participación activa de los stakeholders (WestCycle Incorporated, 2015).

El turismo de ciclismo de montaña fomenta el fortalecimiento de las relaciones interpersonales. Existen ofertas de tour de ciclismo de montaña familiares donde tienen la oportunidad de compartir hermosos escenarios naturales y senderos seguros, en promedio la mayoría de viajes de ciclismo de montaña se realizan entre dos a tres personas (PinnAcle Consulting, 2010).

Otro beneficio social importante es el fomento de la educación en la conservación del medio ambiente, a través de la práctica de actividades en entornos naturales, que generan habilidades sobre todo en personas jóvenes que les permitirán un mejor desenvolvimiento social (DNA, 2014).

El ciclismo de montaña a través del esparcimiento que suministra es un mecanismo de interrelación social. En varias ciudades como es el caso de Ibarra existen varios clubs de ciclismo que promueven la actividad deportiva o la movilidad sustentable lo cual se convierte en un factor de construcción comunitaria (DNA, 2014).

Tabla 9 Cuadro de clubs ciclísticos de Ibarra

Nombre Del Club	Representantes
Clubs Independientes	
Zona Cero	Nabor Jarrin
Buhos Bike	José Fierro
Team Relax	Jairo Estrella
Utn	Roberto López
Bicikultura	Álvaro Pesantes
Tiendas De Bicicleta Que Tiene Clubs O Grupos De Ciclismo	
Sport Bike	Carlos Revelo
Bicishop	José Salgado
Erickbike	Erick Castaño
Shimano	Pedro Rodríguez

Fuente: Elaboración propia basado en información proporcionada por Team Relax (2015)

### 1.11.1 Tipos de ciclismo de montaña

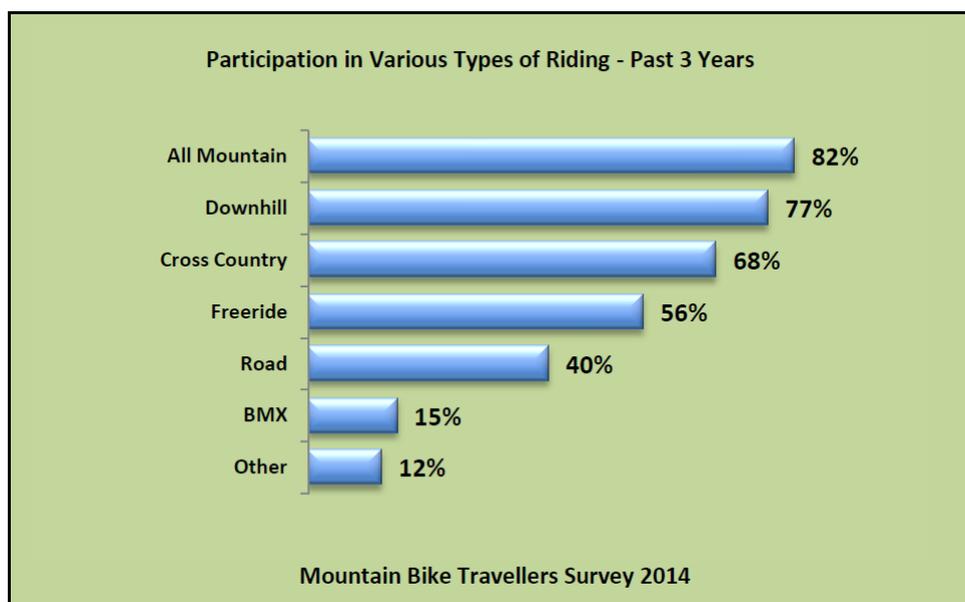
En el plan “*Mountain Bike Tourism*” desarrollado por Tourism British Columbia Canada (2008) se menciona que los principales tipos de ciclismo de montaña son:

- **Cross Country (XC):** es aquel que se desarrolla en senderos y carreteras de tercer orden alrededor de las montañas. Es el tipo de ciclismo de montaña más común. Los recorridos para realizar Cross Country suelen tener un promedio entre 10 y 80 kilómetros. Es tal la relevancia que tiene que en el año 1996 fue introducido por primera vez como deporte olímpico en Atlanta (Tourism British Columbia Canada, 2008).
- **Downhill (DH):** como su nombre lo indica en inglés es el descenso de colinas por senderos y caminos de tercer orden. La práctica de este

deporte requiere habilidades avanzadas en el manejo de la bicicleta y contempla mayor riesgo. Las rutas o circuitos elaborados para llevar a cabo esta práctica generalmente tienen un promedio de 1 a 2 kilómetros de recorrido. Los practicantes de este deporte vuelven a ascender a la montaña a través del uso de vehículos o telesillas en el caso de resorts para esquiar o bike parks (Tourism British Columbia Canada, 2008).

- **Freeride (FR):** Es una práctica no competitiva que combina el cross country y downhill, se lo realiza tanto en escenarios naturales como en aquellos construidos artificialmente (Tourism British Columbia Canada, 2008:7).
- **DirtJump (DJ):** Es muy popular en los jóvenes, se trata de la realización de saltos utilizando elevaciones naturales o construidas (Tourism British Columbia Canada, 2008).
- **All Mountain:** Es el tipo de ciclismo de montaña más reciente se basa en el uso de bicicletas de tecnología actual que ofrecen la versatilidad para poder realizar tanto XC como DH la doble suspensión que estas bicicletas tiene facilitan al deportista realizar largos recorridos que además contengan terreno con retos técnicos (Tourism British Columbia Canada, 2008).
- **Trials:** este tipo de ciclismo de montaña consiste en pasar y saltar con la bicicleta sobre distintos obstáculos sin tocar los pies en el suelo (State of NSW and Office of Environment and Heritage, 2011).

Figura 15. Porcentaje de participación modalidades de ciclismo de montaña



Fuente: DNA (2014:38)

Si bien la modalidad de all mountain es una de las más recientes, es la que en la actualidad según el “Northern BC Mountain Bike Recreation and Tourism Development Strategy” es el tipo de ciclismo de montaña más acogido. (DNA, 2014)

El turismo de ciclismo de montaña ha evolucionado con mayor énfasis en los sitios donde esta modalidad se practica como actividad recreativa o común, pero para crear un destino turístico enfocado a este tema específico se requiere un conjunto de condicionantes, en los que se incluye que la comunidad trabaje por un objetivo y visión común, ya que además de fomentar el ciclismo de montaña como actividad recreativa local se debe impulsar organizaciones relacionadas a la actividad, involucrando al sector público y privado, realizando eventos como ferias y competiciones además de comprometerse a establecer un plan de desarrollo bien sustentado de la práctica deportiva y actividad turística (State of NSW and Office of Environment and Heritage, 2011; District of Squamish BC, 2011).

## **Stakeholders**

Stakeholders es el término en inglés para referirse a los actores relacionados a una actividad, los mismos que pueden influenciar o ser afectados por el desarrollo de la actividad (IESE, 2009).

El rango de stakeholders en la actividad de turismo de ciclismo de montaña es amplio y diverso involucra tanto al sector privado como al público. La cooperación de estos es fundamental para lograr un desarrollo sustentable de la actividad según SMBDC Project Manager at Scottish Cycling (2009), entre los stakeholders más relevantes están los siguientes:

- Gobiernos locales.
- Organismos estatales relacionados con la actividad (MINTUR, Ministerio del deporte).
- Comunidades.
- Operadoras turísticas.
- Establecimientos de alojamiento.
- Talleres y tiendas de bicicleta.
- Responsables de áreas rurales y forestales, parques nacionales o reservas ecológicas.
- Organizadores de eventos.
- Clubes.
- Especialistas y consultores.
- Ciclistas profesionales.
- Propietarios de tierras por donde pasan los senderos.
- Servicios de transporte.

Estos actores son los identificados localmente basándonos en el listado de stakeholders identificado en “Mountain Bike Tourism Plan BC” Pinnacle Consulting (2010), sin embargo pueden existir otros actores afectados o que puedan incidir en la actividad.

## **Eventos**

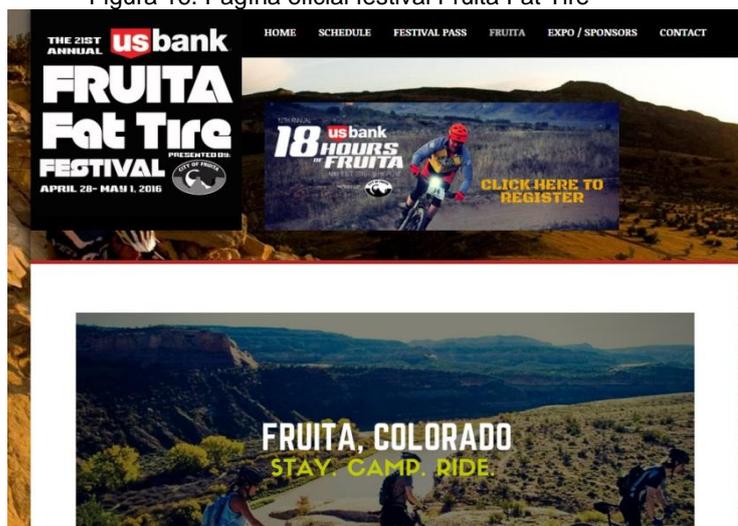
Los eventos son parte muy importante para el desarrollo y la consolidación de destinos de turismo de ciclismo de montaña, estos se pueden convertir en productos o referentes del destino.

*“Los eventos no solamente son importantes para la generación de actividad económica también son herramientas para generar conciencia del deporte y el destino incrementando los niveles de participación” (Hobart City Council, 2011:16)*

Dentro de los tipos de eventos que se pueden realizar se encuentran festivales, carreras, conferencias, paseos, etc. Entre ellos se destacan los festivales de ciclismo de montaña por que combinan la actividad social con la deportiva. Esto genera un mayor rango de participación en los que se incluyen deportistas, empresarios y familias, algunos ejemplos son:

El “Fruita Fat Tire Festival” en Colorado que cada año genera un impacto económico estimado de 1.5 millones de dólares (Hobart City Council, 2011).

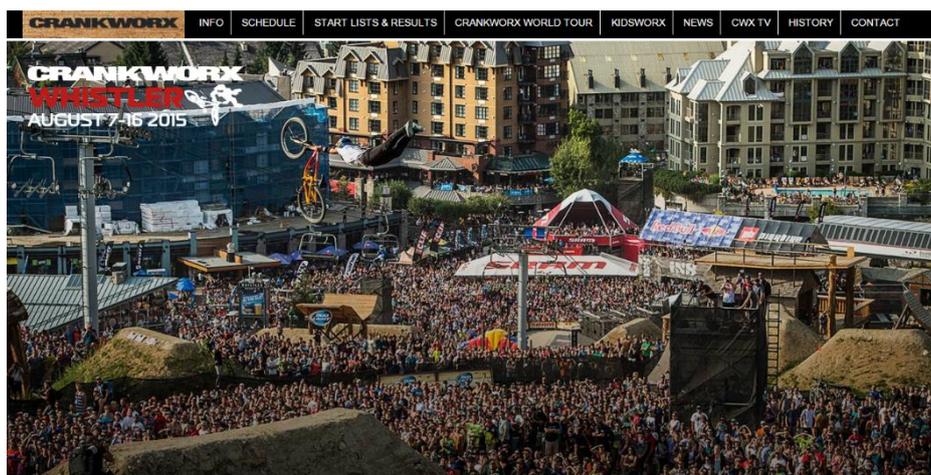
Figura 16. Página oficial festival Fruita Fat Tire



Fuente: Event Marketing Group (2015)

En el año 2006 el “Crankworkx festival” realizado en la provincia de Columbia Británica Canadá, la ciudad de Whistler fue visitada por 50.000 personas durante 9 días. El festival cuenta cada año con actividades como competiciones, exhibiciones profesionales, música y entretenimiento. Reflejando una gran variedad de actividades compensada con un largo tiempo de estadía de visitantes (PinnAcle Consulting, 2010).

Figura 17. Página oficial Crankworx Festival



Fuente: Crankworx Events Inc (2015)

Hobart City Council (2011:16) se menciona “un análisis económico después de un evento en una pequeña ciudad en Alberta luego de ser anfitriona de la copa

*canadiense de ciclismo en 1998 y 1999 estimo, que 2.5 personas no residentes asistieron al evento por cada competidor”*

Otros eventos importantes son los organizados por la UCI (Union Cycliste Internationale) que se realizan en localidades consolidadas como lugares idóneos para la práctica de MTB y que a su vez apoya a la promoción del mismo, las municipalidades hacen fuertes gestiones para lograr ser sedes de una carrera o evento organizado por la UCI, “The World Cup has grown year on year generating in excess of £10m in economic impact in the Highlands since 2002. The World Championships alone generated £5.9m for the local economy”. (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009:36) .

Se elaboró un cuadro de las últimas 10 carreras mundiales organizadas por la UCI. (Tabla 10)

Tabla 10. Campeonatos mundiales de ciclismo de montaña organizados por la UCI desde el 2005 hasta 2015

LUGAR	FECHA	ORGANIZADORES
Livigno (Italia)	30 de agosto y el 4 de septiembre de 2005	Unión Ciclista Internacional (UCI) Y la Federación Ciclista Italiana.
Rotorua (Nueva Zelanda)	el 22 y el 27 de agosto de 2006	(UCI) y la Unión Ciclista De Nueva Zelanda.
De Fort William (Reino Unido)	3 y el 9 de septiembre de 2007	Unión Ciclista Internacional (UCI) y la Federación Ciclista Británica.

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

De Malè (Italia)	15 y el 22 de junio de 2008	Unión Ciclista Internacional (UCI) y la Unión Ciclista De Italia.
Camberra (Australia)	1 y el 6 de septiembre de 2009	(UCI) Y La Unión Ciclista De Australia.
Mont-Sainte-Anne (Canadá)	31 de agosto y el 5 de septiembre de 2010	(UCI) y la Unión Ciclista Canadiense
Champéry (Suiza)	el 30 de agosto y el 4 de septiembre de 2011	(UCI) y la Unión Ciclista De Suiza.
Leogang Y Saalfelden (Austria)	29 de agosto el 9 de septiembre de 2012	(UCI) y la Unión Ciclista De Austria
Pietermaritzburg (Sudáfrica)	l 27 de agosto y el 1 de septiembre de 2013	(UCI) y la Unión Ciclista Sudafricana.
De Hafjell Y Lillehammer (Noruega )	2 y el 7 de septiembre de 2014	(UCI) y la Unión Ciclista De Noruega.
Vallnord (Andorra)	31 de agosto y el 6 de septiembre de 2015,	Unión Ciclista Internacional .

Fuente: Elaboración propia basado en Unión Ciclista Internacional UCI (Union Cycliste Internationale, 2015).

De los diez últimos campeonatos mundiales de MTB siete fueron realizados en Europa, las otras tres en Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica, ninguno en América esto demuestra la consolidación de ciertos destinos para la realización de ciclismo de montaña.

También existe un importante beneficio en promoción mediática de los destinos por los eventos, en el campeonato mundial en Lugano Suiza en 2003 se acreditaron 350 medios de comunicación, se estima que existieron 64 horas de cobertura televisiva en más de 10 países, en si los eventos son un gran ancla para el desarrollo y promoción de destinos de ciclismo de montaña (Hobart City Council, 2011).

### **1.11.2 Elementos Clave para el desarrollo del turismo de ciclismo de montaña**

En la literatura investigada se establecen varias condiciones para el desarrollo de un destino de ciclismo de montaña sostenible y competitivo, teniendo por sobreentendido que el elemento principal son las condiciones naturales apropiadas, el elemento esencial son las montañas.

Según la MTBA Mountain Bike Tourism Association (2015) y Tourism British Columbia Canada (2008) Se necesita:

- Un sistema de senderos estructurado, organizado y mantenido.
- Tiendas de bicicletas y accesorios, dispuestos a trabajar con la industria del turismo, donde además se pueden alquilar bicicletas y equipo.
- Proveedores e instalaciones de servicios de alimentación y hospedaje que faciliten las condiciones requeridas del ciclista de montaña.
- Guías de ciclismo de montaña cualificados.
- Servicios y atractivos turísticos complementarios.
- Acceso a servicios de transporte adecuados a la práctica.

Según el plan Mountain Bike Tourism desarrollado por Tourism British Columbia Canada (2008) la clave del éxito de un destino de ciclismo de montaña se basa en la planificación de:

Excelentes senderos o rutas + infraestructura para bicicletas + servicios y hospitalidad de calidad.
--

Eso quiere decir que además del escenario natural que proporciona buenos senderos para realizar la actividad, los visitantes necesitan varios servicios complementarios que a su vez estén interrelacionados entre sí (Tourism British Columbia Canada, 2008).

Una vez que un destino cumple los requerimientos mínimos establecidos necesarios para convertirse en un sitio de ciclismo de montaña desarrollado y posicionado, se deberían tomar en cuenta las siguientes acciones:

- Conocer perfectamente el perfil del ciclista de montaña.
- Encontrar las características singulares tanto natural como cultural del destino.
- Localizar el mercado objetivo, desarrollar una infraestructura que satisfaga las necesidades de su cliente meta (ciclistas de montaña) y lograr complacer al tipo de ciclista determinado.
- Realizar un plan, el cual debe estar bien estructurado, pensando y contando con todos los actores involucrados e interesados en que se desarrolle el turismo en esta actividad en específico: entidades públicas, negocios privados, comunidad local, deportistas, etc.
- Asegurarse que la comunidad local y figuras locales relacionados se incluyan activamente.

- Desplegar rutas “estrella” bien planificadas y proporcionarles mantenimiento constante, además de un conjunto de senderos y circuitos de múltiples características que puedan satisfacer la demanda de diferentes tipos de ciclistas de montaña.
- Procurar un excelente servicio a este tipo de deportistas porque tienen necesidades específicas que requieren de servicios especializados y complementarios para el disfrute completo de su actividad, como un buen sistema de transporte y alojamiento que brinden seguridad a su bicicleta y equipo.
- Difundir una marca sólida que identifique el lugar como un destino de ciclismo de montaña.
- Generar un buen plan de comunicación y mercadeo para informar no sólo acerca de la existencia de las rutas y del destino, sino también de todos los recursos que tendrán a su alcance los ciclistas.
- Desarrollo de clousters.
- Fomentar la creación de clubes locales y apoyar sus iniciativas.
- Mapear y organizar a todos los Stakeholders.
- Plataforma tecnológica solvente para promocionar y comercializar el destino que contenga uso de redes sociales, páginas web y bases de datos diversas.
- Una gestión mediática planificada en medios de comunicación como revistas, canales, broadcast especializados en turismo de aventura y ciclismo de montaña.
- Una agenda de desarrollo de eventos que incluyen festivales, carreras, conferencias con gestión de sede para carreras de alto reconocimiento.
- Fuentes de información como mapas de las rutas y brochures del destino.
- Participación conjunta con entidades de promoción de destino en eventos locales, nacionales e internacionales.

Estas condiciones han sido resumidas entre varias acciones recomendadas en diferentes planes, entre los cuales constan: PinnAcle Consulting (2010), Hobart City Council (2011), SMBDC Project Manager at Scottish Cycling (2009) Economy Committee (2015), WestCycle Incorporated (2015), Tourism British Columbia Canada (2008), Minister for tourism and major events (2011), Alliance Action Sports Experts (2014), Inspiring Place Pty Ltd (2008).

### **1.12 Planes de ciudades y regiones desarrolladas en turismo de ciclismo de montaña**

El turismo de ciclismo de montaña en varios países se ha vuelto una actividad que genera muchos beneficios, por ejemplo en Nueva Zelanda cada año hay 200.000 turistas de ciclismo de montaña, en Canadá existen aproximadamente 100.000 ciclista de montaña en los senderos de Whistler, Squamish y North Shore con más de \$10 m en gastos de los ciclistas, en Escocia el valor que generan para la economía de ese país los turistas y visitantes de ciclismo de montaña es alrededor de \$ 214 m, para el estado de Oregón los eventos y turismo de ciclismo de montaña aportaron en el 2012 \$6.6 m a su economía (WestCycle Incorporated, 2015).

Además de los beneficios económicos en estos países, regiones y ciudades se ha experimentado un aumento de la práctica de este deporte por parte de los habitantes locales generando beneficios en salud, sociales y medio ambientales.

A continuación se realiza un cuadro resumen de los documentos encontrados en la búsqueda bibliográfica, en su mayoría generados por gobiernos locales que han visto en el turismo de ciclismo de montaña una actividad dinamizadora de la economía de sus localidades además de una manera sostenible para

desarrollarse como destinos turísticos caracterizados o reconocidos por la actividad deportiva y recreativa del ciclismo de montaña. Estos documentos contienen estudios amplios de los perfiles del turista de ciclismo de montaña, estudios completos de marketing analizando otros destinos donde se practica turismo de ciclismo de montaña, levantamientos de actores completos como lo denominan en inglés stakeholders, este mapeo de actores es de vital importancia para lograr un desarrollo que tome en cuenta a todo los actores, además algunos estudios cuentan con un análisis detallado de su potencialidad natural y de infraestructura, un mapeo preciso de sus rutas, las condiciones de las mismas e incluso planes para su conservación, todos estos estudios amplios son ejemplos a seguir por las localidades que les interese desarrollar adecuadamente un destino de ciclismo de montaña (Tourism British Columbia Canada, 2008; SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009; Hobart City Council, 2011; PinnAcle Consulting, 2010; Sport and Recreation Tasmania, 2009; Sport and recreation Tasmania, 2010).

Tabla 11. Planes de ciudades y regiones que han desarrollado el turismo de ciclismo de montaña.

<b>NOMBRE DEL PLAN, INFORME O ESTUDIO</b>	<b>CIUDAD EN LA QUE SE REALIZA</b>	<b>FECHA DE EJECUCIÓN</b>	<b>REALIZADO POR</b>
<b>AUSTRALIA</b>			
Mountain bike strategy	WESTERN AUSTRALIA	2015-2020	Westcycle Incorporated
Victoria's cycle tourism Action plan	VICTORIA	2011-2015	Minister for tourism and Major Events
Potential for mountain biking in north eastern Tasmania	TASMANIA	2011	TRC
Sustainable mountain biking strategy	NEW SOUTH WALES	2011	NSW and office of environment & heritage
Tasmanian mountain bike plan	HOBART	2009	Department of economic development, tourism and the arts
Greater Hobart mountain bike master plan	HOBART	2009	Hobart City Council
Mountain bike tourism market profile for Tasmania	TASMANIA	2008	Inspiring Place Pty Ltd
<b>CANADA</b>			
Northern BC mountain bike recreation and tourism development strategy	NORTHERN BRITISH COLUMBIA.	2014	DNA , David Nairne&associates ltd

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña "La Vuelta al Imbabura" en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

Long-term athlete Development Mouna in bike	ONTARIO	2014	Cycling Canada Cyclisme
Research, planning & evaluation rossland mountain bike Visitor study 2011 Results	ROSSLAND, BRITISH COLUMBIA.	2011	Tourism British Columbia
Trails master plan	SQUAMISH, BRITISH COLUMBIA	2011	District of Squamish outdoor recreation capital of Canada
Mountain bike tourism plan	BRITISH COLUMBIA.	2010	PinnAcle Consulting
Mountain bike community profile	KELOWNA, BRITISH COLUMBIA	2007	City of Kelowna, regional district of the central Okanagan, and BC parks
Sea to sky mountain biking economic impact study	VANCOUVER	2006	MBTA
Exploring the market potential for Yukon mountain bike tourism	WHITEHORSE	2005	Yukon canada's true north, cycling association of Yukon
Mountain bike tourism: Tourism business essentials	BRITISH COLUMBIA.	2004-2008	Tourism British Columbia
<b>SCOTTISH</b>			
Cycling tourism action plan	EDINBURGH	2015	Economy committee
The value of cycle tourism "oppoetunities for the Scottish economy"	EDINBURGH	2013	Transform Scotland
Tourism in Edinburgh 2011	EDINBURGH	2013	Insight Department, VisitScotland
Edinburgh 2020 "the Edinburgh tourism strategy"	EDINBURGH	2012	TEAM Tourism Consulting
Adventure tourism in Scotland	EDINBURGH	2010	The Tourism Innovation Group
The sustainable development of mountain biking in Scotland a national strategic framework	EDINBURGH	2009	SMBDC project manager at Scottish cycling
Scottish tourism : the next decade	EDINBURGH	2006	Scottish Executive
<b>E.E.U.U</b>			
Colorado statewide comprehensive Outdoor recreation	COLORADO	2014	Scorp advisory group
An economic impact	ARIZONA	2013	ADOT Arizona Department

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

study of bicycling in Arizona: out of state bicycle tourists & exports			Of Transportation
The Florida greenways and trails system 2013-2017	TALLAHASSEE (FLORIDA)	2013-2017	FGTS
Economic and health benefits of bicycling in Iowa	IOWA	2010	Iowa Bicycle Coalition
Economic benefits of mountain bike tourism for Santa Cruz county	SANTA CRUZ	2007	MBoSC Mountain Bikers of Santa Cruz
The benefits of bicycling in Minnesota	MINNESOTA	2004	Minnesota Department of Transportation
Bycycling and walking in Colorado: economic impact and household survey results	DENVER	2000	The Colorado Department of Transportation Bicycle/Pedestrian Program
NEW ZEALAND			
The New Zealand cycleway market research	NEW ZEALAND	2009	Tourism resource consultants

Fuente: Elaboración propia basado en PinnAcle Consulting (2010), Hobart City Council (2011), SMBDC Project Manager at Scottish Cycling (2009) Economy Committee (2015), WestCycle Incorporated (2015), Tourism British Columbia Canada (2008), Minister for tourism and major events (2011), Alliance Action Sports Experts (2014), Inspiring Place Pty Ltd (2008) et al.

La información expuesta en el cuadro fue ordenada de acuerdo a la cantidad de documentos encontrados por país que fueron analizados y tomados en consideración ya que en sus contenidos se puede localizar principalmente planes estratégicos con información importante de línea base como el perfil socio económico del turista de ciclismo de montaña, así como la importancia y desarrollo de este tipo de actividad turística y su interrelación con otras actividades turísticas. Además especifican estrategias, acciones y objetivos para el desarrollo ordenado y planeado de sus respectivos territorios en destinos de calidad para la práctica de MTB. La información de los estudios recopilados brindará un aporte importante a la investigación sobre todo en el análisis y comparación con los datos recopilados localmente a través de las entrevistas y encuestas (Alliance Action Sports Experts, 2014; Tourism British Columbia Canada, 2008; SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009; Hobart City Council, 2011; PinnAcle Consulting, 2010; Sport and Recreation

Tasmania, 2009; Sport and recreation Tasmania, 2010; DNA, 2014; TRC, 2013; Minister for tourism and major events, 2011; State of NSW and Office of Environment and Heritage, 2011; WestCycle Incorporated, 2015; Tourism British Columbia, 2013; District of Squamish BC, 2011; City of Kelowna, Regional District of Central Okanagan and BC Parks, 2007; Economy Committee, 2015; Colorado Parks and Wildlife, 2014; Tourism resource consultants, 2009).

### **1.12.1 Turismo del ciclismo de montaña en Canadá**

Canadá especialmente la costa pacífica, tiene un gran despunte desde hace varios años en la práctica del ciclismo de montaña, tanto en la participación de sus habitantes como de los visitantes a la región. Es de mucha importancia el ciclismo de montaña en el desarrollo económico y especialmente turístico, todas las regiones de Columbia Británica donde se realiza ciclismo de montaña contemplan algunos beneficios, en Squamish el ciclismo de montaña genera un gasto de alrededor de \$ 1.7 millones de dólares para los negocios locales, de los cuales la tercera parte representan gastos de alojamiento relacionado al festival “Test of Metal” el cual es el evento más importante de ciclismo de montaña que se desarrolla en el distrito de Squamish que ya lleva su veinteava edición (MBTA, 2006; Test of Metal Inc, 2015).

El ciclismo de montaña del valle de Whistler resulta en una actividad de \$ 7.4 millones de dólares con una generación de salarios presupuestados de \$ 5 millones de dólares (MBTA, 2006).

Squamish, Whistler, North Shore, conforman un clúster en el cual su sistema de senderos generaron conjuntamente 10.3 millones de dólares en gastos de ciclistas que vivían fuera de las comunidades anfitrionas entre el periodo de 4

de junio al 17 de septiembre del 2006 según estudio desarrollado por el Western Canadá Mountain Bike Tourism Association (MBTA, 2006).

Figura 18. Página oficial festival Test of Metal



Fuente: Test of Metal Inc (2015)

El sistema de senderos de Squamish, North Shore y Whistler origina un conjunto de beneficios como: generación de empleo, inyección económica a diferentes tipos de industria y salarios, además de importantes impuestos para los municipios, provincias y el estado. En el siguiente cuadro se pueda apreciar detalles de los beneficios generados en este clúster.

Tabla 12. Impacto económico de sistema de senders de Squamish, North Shore y Whistler

	Total	North Shore*	Squamish	Whistler
Initial Expenditure	\$10,323,600	\$2,044,212	\$1,674,046	\$6,605,342
Total GDP	\$9,334,321	\$444,858	\$1,474,006	\$7,415,457
Wages & Salaries	\$6,345,036	\$301,530	\$1,003,081	\$5,040,425
Employment	194.8	9.6	30.0	155.2
Industry Output	\$20,434,585	\$1,049,191	\$3,590,666	\$15,794,728
<i>Taxes</i>				
Federal	\$2,172,327	\$106,762	\$359,468	\$1,706,097
Provincial	\$1,763,772	\$100,301	\$212,897	\$1,450,574
Municipal	\$624,267	\$17,970	\$175,818	\$430,479
Total Taxes	\$4,560,365	\$225,033	\$748,183	\$3,587,149

\*Expenditures of non-North Shore GVRD riders are included in the initial expenditures category. However, as their trips cannot be considered as an 'out of town' visit, their expenditures are not included in the economic impacts results (i.e. Total GDP).

Fuente: MBTA (2006:16)

Las entidades gubernamentales de la región de Columbia Británica han propuesto algunos planes para impulsar el uso de senderos, el turismo de

ciclismo de montaña e inclusive mejorar los resultados competitivos de sus ciudadanos en el ciclismo de montaña.

Es el caso del distrito de Squamish denominada “Outdoor Recreation Capital of Canada” (Capital recreacional al aire libre de Canadá), donde en su plan para el mejoramiento de sus senderos, establece, que según un estudio de la oficina de turismo de Columbia Británica en una muestra de un millón de viajeros procedentes de Canadá y de Estados Unidos, el motivo de su selección de destino de viaje fue por ciclismo. El informe hecho por el distrito de Squamish District of Squamish BC (2011) se afirma que la calidad de los senderos y redes atraen eventos importantes relacionados con este deporte y a su vez muchos participantes.

En el Mountain Bike Community Profile desarrollado por la ciudad de Kelowna, en el distrito regional de Okanagan Central y parques de Columbia Británica dispone que, el área de Kelowna y el centro de Okanagan son sectores que tienen un crecimiento demográfico que excede el 25%. Estas entidades han instaurado varios planes y estrategias para que se desarrollen las oportunidades que brinda el ciclismo de montaña, estableciendo que además de ser conveniente para el progreso turístico es reconocido que esta modalidad de ciclismo propicia un estilo de vida saludable para habitantes y visitantes (City of Kelowna, Regional District of Central Okanagan and BC Parks, 2007).

## **Western Canada Mountain Bike Tourism Association (MBTA)**

El avance de ciclismo de montaña en Canadá es un ejemplo de organización, inclusive existen estructuras complementarias a los servicios o instituciones públicas como la “Asociación de turismo de ciclismo de montaña del este de Canadá” (MBTA), que fue creada para coordinar a los actores relacionados con

el turismo de ciclismo de montaña como son: los resorts, industria hotelera y comunidad, para generar un desarrollo sostenible de la actividad enfocando su trabajo en Columbia Británica.

El objetivo es lograr que Columbia Británica sea reconocida a nivel mundial por el desarrollo de senderos sustentables que permiten vastas experiencias en ciclismo de montaña donde la comunidad, los resorts, la industria hotelera y operadores puedan complementar la oferta con un servicio de calidad. La MBTA establece que el turismo enfocado hacia este modelo en América del Norte, Europa y otras partes del mundo está experimentando un incremento; sólo en Estados Unidos existen más de 50 millones de practicantes de MTB con un crecimiento de 78% en los últimos 10 años, según información de la National Exporting Goods Association, información que se encuentra en la página web de la MBTA (Mountain Bike Tourism Association, 2015).

Según la International Mountain Biking Association el ciclismo de montaña es un generador de viaje y Columbia Británica tiene el potencial de convertirse en uno de los primeros destinos a nivel local e internacional (IMBA, 2015).

Este turismo se diversifica en varios productos para satisfacer intereses particulares de grupos de visitantes, desde familias que buscan recorridos seguros en escenarios naturales, hasta ciclistas de montaña extremos que están en la búsqueda de escenarios que proporcionen retos y aventura.

El avance de productos puede llegar a ser amplio en el ciclismo de montaña y generar la participación de la comunidad, además se consiguen ingresos importantes para todos los involucrados en la prestación de servicios (Mountain Bike Tourism Association, 2015).

Se detalla un cuadro de algunos servicios y productos que se pueden realizar en el ciclismo de montaña, dependiendo de los recursos.

Tabla 13. Servicios y productos que se pueden desarrollar en el ciclismo de montaña

<b>PRODUCTOS DE CICLISMO DE MONTAÑA</b>	<b>DETALLE</b>
BikeParks/ áreas con infraestructura de telesillas para ciclismo.	Áreas para esquiar y resorts
Senderos locales para free riding y cross-country	Sistemas de senderos con desarrollo técnico que son mantenidos y administrados por grupos establecidos.
Turismo y senderos familiares	Senderos moderados y plataformas como vías férreas abandonadas.
Rutas estrella	Senderos tradicionales e históricos que ofrecen al ciclista una experiencia extraordinaria.
Carreras, festivales y eventos.	Eventos coordinados con la comunidad con características únicas.
Campamentos de Ciclismo de montaña	Programas destinados para principiantes hasta ciclistas avanzados.
Programas desarrollados en la comunidad	Campamentos juveniles, construcción de senderos, talleres de bicicleta

Fuente: Elaboración propia basado en Mountain Bike Tourism Association (2015)

Se puede apreciar en la tabla 13 que la actividad de ciclismo de montaña puede diversificarse en muchos subproductos y acontecimientos ideales para la generación de turismo de MTB, productos variados desde negocios

permanentes como parques temáticos de ciclismo de montaña con rutas, campamentos de enseñanza y mejoramiento técnico, hasta actividades itinerantes o temporales como competencias, festivales, seminarios, programas de diseño y mantenimiento de rutas o el desarrollo de rutas especiales emblemáticas que se conviertan en el atractivo icónico del destino, que a su vez pueden estar diseñadas para diferentes tipos de turistas desde los que viajan en familia hasta deportistas de alto nivel.

### **1.12.2 Turismo de ciclismo de montaña en Escocia**

Desde hace más de 20 años el ciclismo de montaña se ha establecido como el deporte y actividad recreacional más demandada en Escocia convirtiendo a este país en un verdadero destino de clase mundial para practicar esta actividad. La asociación internacional del ciclismo de montaña IMBA (por sus siglas en inglés International Mountain Biking Association) calificó a Escocia con el grado A+ en los años 2005 y 2006 en la categoría de Global Super Star en las respectivas cartas de reporte anual que realiza la IMBA. Por sus condiciones únicas entre ellas: senderos naturales y construidos, escenarios naturales únicos y la legislación de actividades al aire libre más progresista en el mundo (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009).

Escocia es uno de los principales países reconocidos como destinos del ciclismo de montaña, inclusive en el 2007 fue sede del campeonato mundial de ciclismo de montaña organizado por la UCI (Union Cycliste Internationale); al igual que todos los países y ciudades interesadas en un mejoramiento sostenible y equilibrado en este tipo de turismo han desarrollado varios planes como: El “Cicling Tourism Accion Plan de 2015” en Edimburgo, con el objetivo específico de progresar en el ciclismo de montaña pero también en ciclismo recreativo (Economy Committee, 2015).

El estudio manifiesta que el turismo en Edimburgo es una actividad económica muy importante, expresa además su estrategia en el turismo con el plan “Edimburgo 2020”, donde pretende incrementar el gasto turístico a 485 millones de libras por año, lo que generaría 8400 nuevos puestos de trabajos en el sector. Dentro del turismo que visita la ciudad el cicloturismo (ciclismo de montaña y ciclismo recreativo combinado) representa 239 millones de libras en la economía de Escocia (Economy Committee, 2015).

En el informe sobre el “Desarrollo Sustentable del Ciclismo de Montaña en Escocia”, se demuestra un alto interés a nivel nacional en investigar y desarrollar integralmente el turismo de ciclismo de montaña, donde entidades públicas y agencias voluntarias como: Cycling Scotland, Event Scotland, Scottish Enterprise, Scottish Natural Heritage, entre otras, unen esfuerzos para la realización de planes y proyectos que contribuyan al perfeccionamiento del ciclismo de este tipo (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009).

Algunos de los objetivos primordiales del plan “*The sustainable development of mountain biking in Scotland a national strategic framework*” son incrementar en un 50% en 5 años los visitantes relacionados con el ciclismo de montaña; de igual manera ampliar un 25% en el mismo período la participación de deportistas locales (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009:3).

*“Las facilidades de acceso a las rutas o senderos principales en Escocia están produciendo un beneficio económico significativo para las comunidades en las que se basan, por ejemplo, la red 7stanes en el sur de Escocia ha generado 9 millones de libras para la economía local en el sur de Escocia y atrae a unos 400.000 visitantes al año”* (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009:3)

En este estado según la encuesta realizada por Turismo de Gran Bretaña, los viajes que involucran ciclismo de montaña son 134.000, con un gasto estimado de 39 millones de libras (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009).

Escocia estima que tiene 84.000 kilómetros de senderos útiles para el ciclismo a través de montañas (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009).

El ciclismo de montaña provee una excelente forma de conocer el entorno y de realizar actividad física. Sin duda Escocia es un excelente ejemplo de desarrollo de turismo activo a través de sus más de 20 años de experiencia en la planificación y ejecución de proyectos para la evolución de esta modalidad (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009).

La mejoría en esta práctica además de beneficiar turísticamente al país, también ha permitido ampliar el espectro de actividades económicas y servicios o productos relacionados a este tipo de ciclismo y al turismo, como son: campamentos instructivos de ciclismo de montaña que según PinnAcle Consulting (2010) en su plan de turismo explica que los campamentos más populares para entrenamiento en primeros auxilios, orientación y mantenimiento se encuentran en Escocia; permitiendo la multiplicación de fuentes de trabajo y que se involucren más los habitantes de la comunidad.

Además existen los llamados “SkillParks”, que son escuelas dedicadas a desarrollar o mejorar el manejo técnico de la bicicleta, principalmente a niveles competitivos (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009).

Escocia es anfitriona de varios festivales de bicicleta, que se hacen más populares cada año, entre ellos podemos enunciar el “Wikerman Festival”, o los

campeonatos mundiales de ciclismo de montaña que se realizan en Fort William (SMBDC Project Manager at Scottish Cycling, 2009; Zovko, 2013).

Este país ha gestionado una imagen consolidada para la práctica de actividades de turismo activo, entre ellas el ciclismo de montaña, que encaja a la perfección en los requerimientos de los turistas aficionados a esta práctica deportiva. Como parte de esta estrategia el país maneja el slogan “Live It”, “Vívelo” (Zovko, 2013; visitscotland, 2015).

### **1.12.3 Turismo de ciclismo de montaña en Australia**

El desarrollo en el ciclismo de montaña es una alternativa por la que han apostado algunos los estados de Australia entre ellos Western Australia, South Australia, New South Wales y Tasmania.

Esta tendencia ha incidido en varios aspectos del desarrollo económico, social ambiental y turístico de Australia.

El total estimado de gasto en cicloturismo en Australia en el año 2010 fue de 2.4 billones de dólares lo que incluye hospedajes domésticos, tours y hospedajes de visitantes internacionales que han participado en ciclismo como actividad (Minister for tourism and major events, 2011).

En el “*Victoria’s Cycle Tourism Action Plan 2011-2015*” se establece que en el 2010 Australia tuvo 258 mil turistas internacionales que participaron en actividades de ciclismo de los cuales aproximadamente 100 mil viajaron a Victoria en South Australia (Minister for tourism and major events, 2011).

El ciclismo de montaña en Tasmania entre los años 2001 y 2010 ha incrementado un 63%, las actividades outdoor como senderismo y ciclismo de montaña han generado 400 mil visitantes en el año 2010 y un consumo aproximado de 4.7 millones de alojamientos (Hobart City Council, 2011).

Según el “Western Australia Mountain Bike Strategy 2015-2020” el ciclismo de montaña es una de las actividades deportivas y turísticas de más rápido crecimiento en el mundo y Australia está siguiendo esta tendencia. “Alrededor de 120 mil bicicletas de montaña son compradas cada año... más de 50 eventos competitivos se realizan en Western Australia cada año” (WestCycle Incorporated, 2015).

En Australia se ha desarrollado una importante relación entre el ciclismo de montaña y el aprovechamiento de sus espacios y parques naturales la provincia de New South Wales, ha llevado a cabo el “Sustainable Mountain Biking Strategy”, que pretende fomentar el ciclismo de montaña como una actividad alternativa para conocer y aprovechar las riquezas ecológicas y naturales, generando acciones y estrategias plasmadas la siguiente visión establecida en el plan *“Excellence in mountain biking is a normal part of recreation management in NSW national parks and reserves, where high quality mountain biking experiences are provided in an ecologically and socially sustainable manner across the landscape, and where riders are advocates for parks acknowledging that the NPWS provides some of the best mountain biking experiences in NSW”* según State of NSW and Office of Environment and Heritage (2011:14).

Al igual que otros destinos consolidados en Australia también se están propagando importantes eventos, como campeonatos mundiales organizados por la UCI, ferias, festivales y eventos, uno de estos el “Wildside Tasmania”

una carrera de 4 días que cada año tiene más participantes y genera varios beneficios para el destino (TRC, 2013; Wildside MTB, 2015).

Figura 19. Página oficial Carrera wildside MTB



Fuente: (Wildside MTB, 2015)

Australia es uno de los países emergentes en el impulso del turismo de MTB, la mayoría de sus planes y estudios han sido realizados en los últimos 10 años, donde se analiza información acerca de su infraestructura, características demográficas, practicantes locales y visitantes, casos de otros destinos, estrategias de desarrollo y posicionamiento, análisis económico, etc (WestCycle Incorporated, 2015).

En el país se ha tomado tan en serio la mejora del ciclismo de montaña, que inclusive se han ejecutado planes para un manejo sustentable, como es por ejemplo “Estrategia del ciclismo de montaña sustentable del estado de New South Wales Australia”; elaborado por State of NSW and Office of Environment and Heritage (2011) donde se establece como indispensable mantener e impulsar el desarrollo sostenible de su red de parques nacionales, donde ya en la actualidad se pueden realizar actividades como: escalada y canyoning, kayak, camping, picnic, caminata, nadar. Han palpado el crecimiento de la práctica del ciclismo de montaña, especialmente en los parques nacionales, por

eso a través de la planificación prevén que esta actividad se volverá ecológica y socialmente sostenible, estableciendo un trabajo conjunto con la “Asociación Internacional de Ciclismo de Montaña” IMBA para el diseño técnico y estandarizado de senderos, de igual manera la construcción y mantenimiento de los mismos. Este plan también toma en cuenta la realización responsable del ciclismo de montaña e impulso del mismo para los habitantes de NSW (WestCycle Incorporated, 2015; Hobart City Council, 2011; Sport and Recreation Tasmania, 2009; TRC, 2013; Goeft, Ute; Alder, Jackie, 2001; State of NSW and Office of Environment and Heritage, 2011).

#### **1.12.4 Turismo de ciclismo de montaña en USA**

El ciclismo y el turismo de ciclismo de montaña en USA tiene una gran cantidad de practicantes, los estados que están inmersos en estas actividades reciben grandes beneficios.

El ciclismo es una gran industria en USA que representa aproximadamente 5.5 billones de dólares a este país según la “Travel Industry Association of America”, más de 27 millones de viajeros han tomado vacaciones con actividades de bicicleta entre 2006 y 2011 (Bowles, Fleming, Fuller, Lankford, & Printz, 2010; U.S. Travel Association, 2015).

En el 2010 un estudio realizado por la federación ciclística de Wisconsin estima que el ciclismo recreacional genera 1.5 billones de dólares en actividades económicas relacionadas por año en este estado (Bowles, Fleming, Fuller, Lankford, & Printz, 2010).

La actividad ciclística esta soportada por una gran industria de fabricación de bicicletas y componentes, las compañías manufactureras de productos ciclísticos en Colorado reportan ingresos anuales de alrededor de 822.5 millones de dólares (Minnesota Mountain Bike Series, 2015; Argys & Mocan, 2000; colorado.com, 2015).

En USA existen destinos importantes para la realización de cicloturismo y turismo de ciclismo de montaña, Colorado recibe entre 56 y 76 millones de dólares en gastos vacacionales relacionados con la bicicleta (Argys & Mocan, 2000).

Una encuesta realizada en la localidad de Winter Park Colorado se estableció que para el 25% de todos sus visitantes establecen al ciclismo de montaña como la principal razón de su visita (Argys & Mocan, 2000).

Oregon es un estado muy activo lo que respecta al ciclismo de montaña, cuenta con varias organizaciones involucradas en el desarrollo de la actividad como la “*South Oregon mountain bike association*”. Existen aproximadamente 72 senderos que facilitan la práctica de ciclismo de montaña con diferentes niveles de dificultad (singletracks, 2015).

Moab es una ciudad situada en el este de Utah al oeste de Estados Unidos, siendo atractiva turísticamente para el ciclismo de montaña por su geografía, se compone de cañones y mesetas de arenisca roja, que han hecho que la zona sea famosa y perfecta para los ciclistas con diversidad de senderos, logrando posicionarse como un destino de aventura al aire libre permitiendo al visitante realizar actividades como: excursiones de rafting, tours de 4x4, lugares especializados para realizar cabalgatas, paseos por la montaña y escalada en roca, todo esto ha generado que el turismo crezca vertiginosamente desde

1960, siendo el ciclismo de montaña una de las actividades principales realizadas por los viajeros que visitan la zona (Utah Office of Tourism, 2015).

En Moab se puede encontrar rutas para toda clase de ciclistas, senderos para profesionales, principiantes y familias. Además ofrece campamentos de instrucción para usuarios de bicicletas con la finalidad de mejorar su capacidad, sus conocimientos y destrezas (Utah Office of Tourism, 2015).

El trayecto más famoso es el “Slickrock Bike Trail”, ha puesto a Moab en el mapa mundial de rutas de alto nivel técnico. Ha fortalecido su reputación como destino de ciclismo de montaña. En Utah se han llevado a cabo varios espectáculos y eventos de categoría internacional como: San Rafael Sowell Mountain Bike Festival, Festival Anual Ho-down Mountain Bike Festival y las 24 horas del Moab Mountain Bike Race (Utah Office of Tourism, 2015).

Una de las ventajas competitivas de esta ciudad es la diversidad de parques nacionales que se encuentran cerca y sus respectivas áreas son parte de las rutas para esta modalidad de ciclismo.

Moab se ha desarrollado como un destino único para practicar este deporte de dos ruedas, la oficina de turismo de Utah trabaja para fortalecer esta reputación a través de promocionarlo primordialmente en medios a través de internet y revistas especializadas, entre ellos el sitio web [discovermoab.com](http://discovermoab.com), donde se promueve el área como el mejor destino de ciclismo de montaña del planeta (Utah Office of Tourism, 2015; PinnAcle Consulting, 2010; State of Utah, 2014).

### **1.12.5 Turismo de ciclismo de montaña en Suiza**

Suiza es uno de los países europeos reconocidos por ser un destino de ciclismo de montaña, al igual que Escocia también ha sido sede de campeonatos mundiales de MTB (UCI, 2015).

Según PinnAcle Consulting (2010) Suiza Turismo es una organización nacional responsable de marketing y ventas para su país. Esta organización ofrece a los visitantes información y trabaja en estrecha colaboración con socios y proveedores de turismo en el país y sus filiales en el extranjero. Se considera como una corporación privada que se compone de 13 miembros del consejo que representan al sector del turismo, los negocios y el gobierno.

En este país se han utilizado un conjunto de medios para la promoción del ciclismo de montaña, como la página web [mountainbikeland.ch](http://mountainbikeland.ch), donde se puede encontrar información relevante para la práctica de este deporte desde mapas con rutas hasta el servicio de alojamiento, de alimentación, de venta de bicicletas, de transporte, reportes de viajes, etc (Schweiz Tourismus, 2015).

Al igual que otros países en Suiza se han construido alrededor de 11 parques donde se puede entrenar para mejorar las habilidades en esta modalidad, además se incentiva la realización de eventos de ciclismo de montaña, como por ejemplo, la Copa Mundial de Ciclismo de Montaña organizado por la UCI (PinnAcle Consulting, 2010).

### **1.12. 6 Aportación a la investigación**

Se puede sintetizar que en la planificación realizada por las diferentes localidades de los países expuestos anteriormente han permitido que obtengan alcances en cantidad y calidad para el aporte como destinos de primer orden en lo que respecta al turismo de ciclismo de montaña, con resultados como los siguientes: excelente infraestructura de rutas y senderos, pistas, campamentos y una óptima interacción con los proveedores de servicios complementarios, es decir; agencias, hoteles , restaurantes, servicios de transporte, tiendas de repuestos y equipo, así también el impulso de eventos relacionados como ferias, shows, y competencias vitalísimas, convirtiéndose incluso sedes de campeonatos mundiales organizadas por la UCI, además la creación o surgimiento de negocios asociados como campamentos especializados en ciclismo de montaña para principiantes y niños que se inician en este tipo de prácticas, hasta campamentos para ciclistas de élite que atienden a deportistas que provienen de todas partes del mundo para mejorar sus técnicas, sin embargo de estos logros estas localidades siguen estudiando y maquinando guías para continuar renovando su posicionamiento y protagonismo en los ranking de los mejores destinos a nivel mundial de turismo de ciclismo de montaña.

Esta información es muy importante para la presente investigación por que orienta y justifica la necesidad de iniciar con estudios específicos que permitan el desarrollo de Ibarra como un destino competitivo y sólido para el turismo de ciclismo de montaña y todo lo que esto conlleva; se debería aspirar a lograr mayores y mejores eventos, mejoría de circuitos, mejor integración de actores públicos, privados, comunidad, así como mejores incidencias en el consumo de servicios turísticos complementarios, además de ser una orientación para esta investigación e investigaciones futuras aportará al análisis de este estudio en la medida de tener una realidad actual de destinos desarrollados para comparar con los datos recabados en este estudio.



## **Capítulo 2**

### **ESTADO ACTUAL DE LA SITUACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO**

Este capítulo compila información documental y de campo del estado de la situación relacionado a los temas de estudio en Ecuador, Imbabura e Ibarra, por ello tiene un acercamiento conceptual a las características generales de Ibarra y al estado del turismo en general, recopilando todos los datos posibles que introduzcan al lector en la situación actual del turismo en Ecuador, Imbabura y principalmente Ibarra.

Por otra parte en este capítulo también se aborda el estado del ciclismo en Ecuador y principalmente Ibarra iniciando desde los orígenes deportivos de la actividad a nivel nacional y local hasta llegar a analizar el estado actual del turismo de ciclismo de montaña, del que no se tiene mucha información documental, por lo que justifica la importancia de esta investigación, siendo probablemente el primer estudio local de este tipo que pretende procesar información de forma científica de las características de los visitantes que realizan ciclismo de montaña y sus características de consumo de servicio turísticos.

## **2.1 Diagnóstico turístico del Ecuador**

Ecuador ofrece una gran gama de destinos y tipos de turismo:

Ecoturismo-turismo de naturaleza, turismo cultural y turismo de deportes-aventura. El producto estrella es Galápagos, pero también posee destinos gran potencial como las ciudades de Quito y Cuenca (Patrimonio de la Humanidad), y un gran número de parques nacionales y reservas ecológicas. A esta oferta se agrega un enorme potencial poco explotado en líneas de producto como: sol y playa, turismo comunitario, turismo de salud (medicina ancestral, termas, Spas), agroturismo (haciendas, fincas y plantaciones), turismo de convenciones y congresos, y turismo de cruceros.

Para el año 2013, el turismo en Ecuador contribuye con el 5,3% del PIB (donde 2% son efectos directos), 4% de las exportaciones de bienes y el 57% de las exportaciones de servicios. A mediados de 2014, el turismo se ha constituido en la cuarta actividad más importante en la generación de divisas después de petróleo crudo, banano, plátano y el camarón (MINTUR, 2015).

En Ecuador, entre 2006 y 2013, los visitantes extranjeros aumentaron de 840.555 a 1.364.057 y el turismo interno aumento de 10.783 a 11.786 visitantes. En el mismo período, el turismo generó ingresos que pasaron de 492 a 1.251 millones de dólares y al 2013 se tiene un superávit de 264 millones de la balanza de pagos.

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

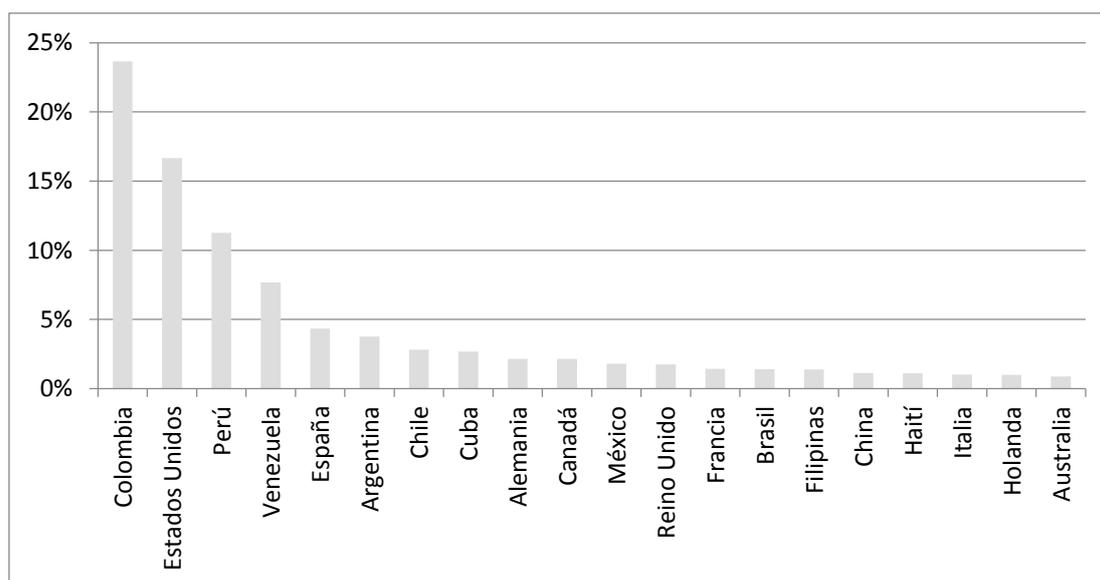
Tabla 14. Cifras sobre el turismo en el Ecuador

		2006	2010	2013
<b>Nivel de Actividad Turística (miles de visitantes)</b>	Llegadas de turistas internacionales	841	1.047	1.364
	Salidas de turistas hacia el exterior	733	899	1.156
	Turismo interno	10.783	11.317	11.786
<b>Incidencia en la Economía Ecuatoriana (porcentaje %)</b>	Participación directa en el PIB	1,9	2	1,9
	Participación total en el PIB	4,8	5,6	5,3
	Participación en la formación bruta de capital fijo	4,3	4	3,8
	Participación en las exportaciones totales de bienes y servicios	3,5	4	4,5
	Participación en las exportaciones de servicios	47,5	53,2	60,8
<b>Contribución en la Balanza de Pagos (millones de dólares)</b>	Ingresos de divisas por concepto de viajes	492	787	1.251
	Egresos de divisas por concepto de viajes	706	863	987
	Saldo	-214	-77	264

Fuente: MINTUR (2015), Banco Central de Ecuador (2015)

Por otro lado, se puede apreciar que el mayor porcentaje de turistas extranjeros que visitan el Ecuador son de nacionalidad colombiana (23,64%), seguidos por turistas estadounidenses (16,66%), peruanos (11,27%), venezolanos (7,69%), españoles (4,34%), argentinos (3,76%) y chilenos (2,82%), los mismos que representan más del 70% del total extranjeros que han llegado al Ecuador en 2014.

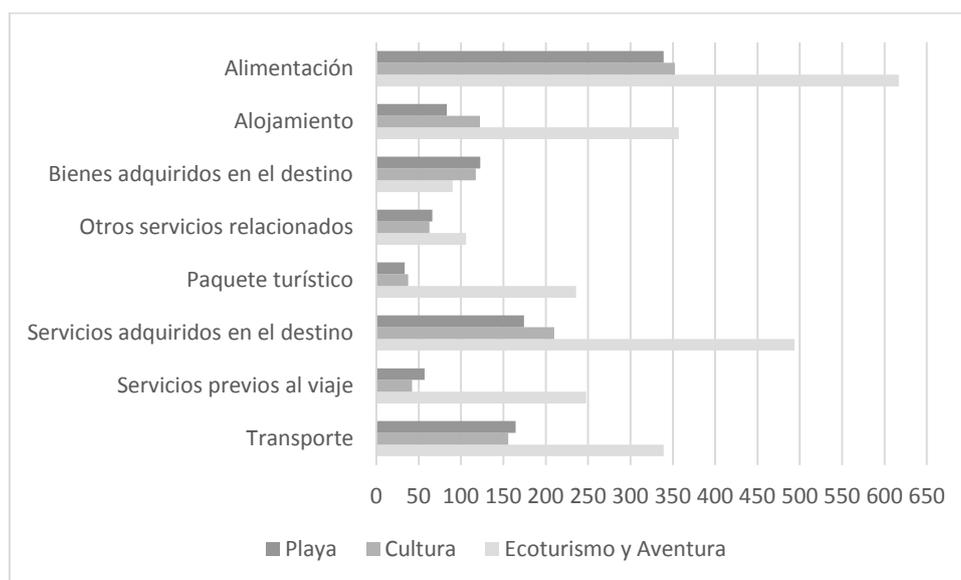
Figura 20. Llegadas de turistas internacionales por origen, 2014 (porcentajes)



Fuente: MINTUR (2015)

Cabe mencionar que en Ecuador predominan, además de los visitantes de los países fronterizos (Colombia y Perú), los turistas con un perfil de bajo gasto jóvenes que organizan su viaje por cuenta propia. Este tipo de turista visita las ciudades más importantes, zonas costeras, parques nacionales sin guía especializada y algunos destinos en la Sierra, donde el factor precio es clave al seleccionar servicios de alojamiento y alimentación. Esto contrasta con el turismo vinculado a la naturaleza (por ejemplo, el ecoturismo y de aventura), donde los visitantes internacionales, principalmente de larga distancia (europeos, asiáticos y norteamericanos), tienen un nivel de gasto mucho mayor al realizado en el turismo de playa y el de carácter cultural.

Figura 21. Gasto promedio por tipo de atracción, 2013 (dólares)

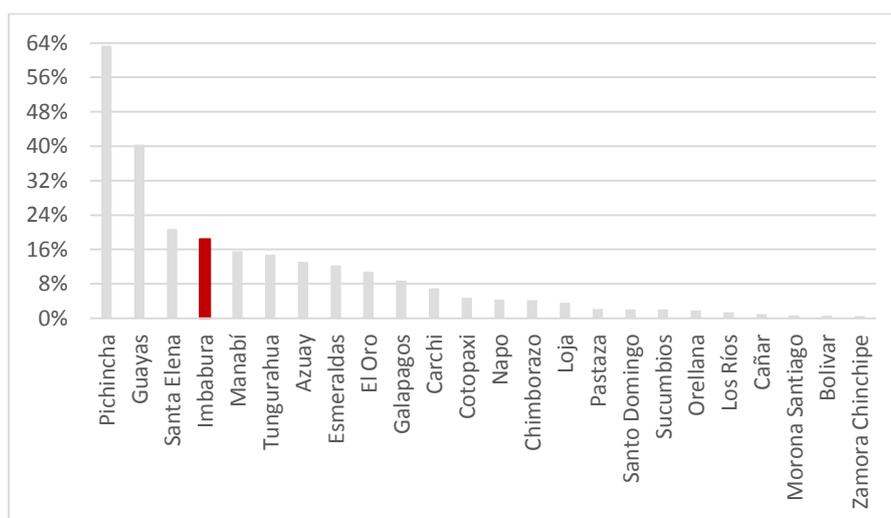


Fuente: MINTUR (2015)

## 2.2 Diagnóstico turístico de la provincia de Imbabura

Imbabura es la cuarta provincia, a nivel nacional, que recibe el mayor porcentaje de turistas extranjeros<sup>1</sup> (18,4%) que son atraídos principalmente por su belleza natural, paisajes únicos, y por las ferias artesanales que se realizan en varias ciudades de la provincia. El potencial turístico de la provincia ha impulsado el fomento de políticas públicas para el desarrollo del sector y diversificar la oferta turística para captar un mayor número de turistas extranjeros que cada vez buscan un turismo de mejor calidad, diversificado, amigable y sustentable con el medio ambiente (MINTUR, 2015)

Figura 22. Turismo receptor por provincias, 2014 (porcentaje)

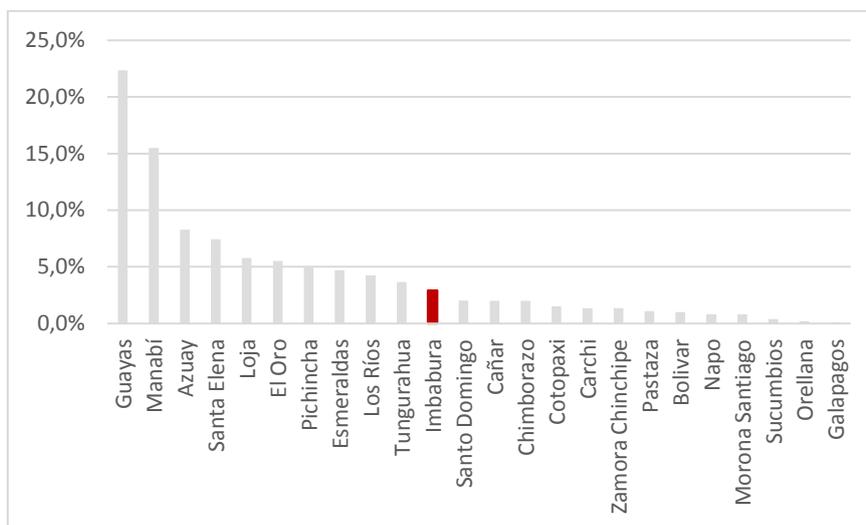


Fuente: MINTUR (2015)

En cuanto al turismo interno, la provincia de Imbabura capta el 2,9% del total de turistas nacionales ubicándose como el onceavo lugar en la preferencia turística interna, siendo superada por 6 seis provincias de la costa y por cuatro provincias de la sierra, caracterizadas por una mejor infraestructura hotelera, destinos mejor promocionados, y una mayor hospitalidad turística (MINTUR, 2015).

<sup>1</sup> Cabe mencionar que, un turista extranjero puede visitar más de un destino a la vez, por lo que el total de visitas por provincia pueden sumar más de 100%.

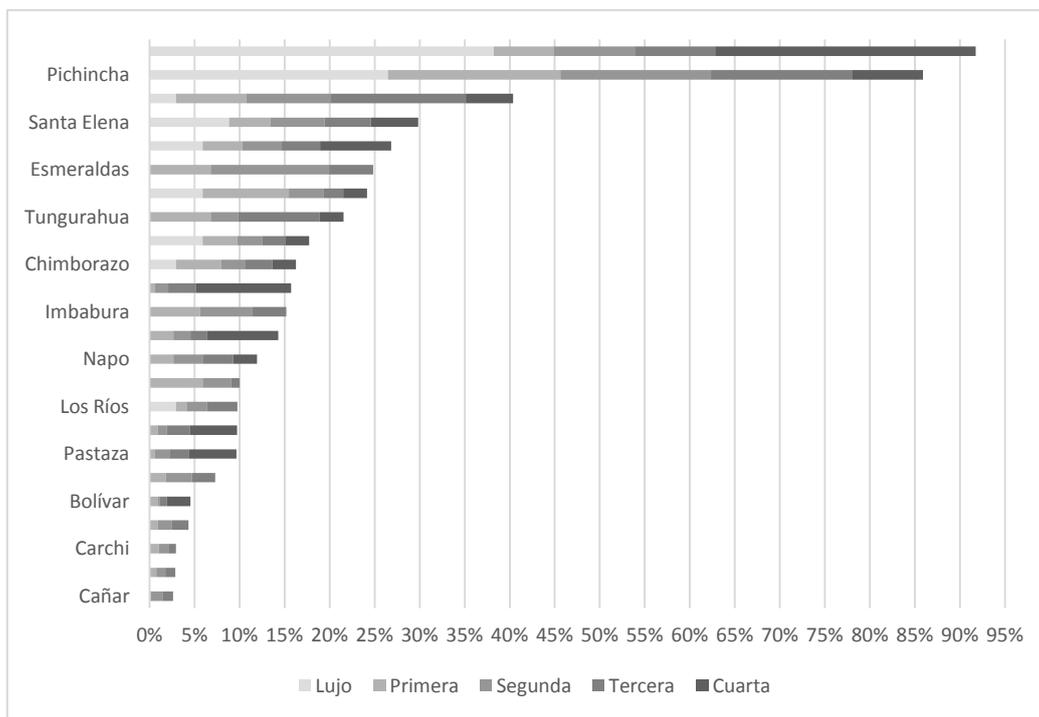
Figura 23. Turismo interno por provincias, 2014 (porcentaje)



Fuente: MINTUR (2015)

En cuanto a la infraestructura hotelera la provincia de Imbabura concentra el 4,6% de hoteles a nivel nacional; de los cuales el 5,6% son de primera categoría, el 5,8% de segunda categoría y el 3,7% de tercera categoría, evidenciando que la capacidad hotelera de Imbabura se encuentra por debajo de la media nacional en las tres categorías (MINTUR, 2015).

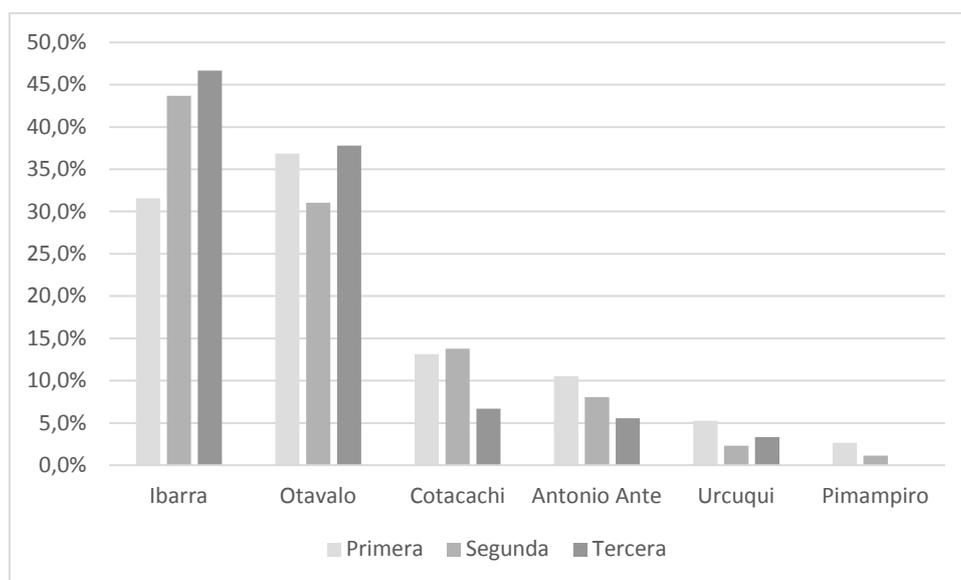
Figura 24. Infraestructura hotelera nacional por categoría, 2014 (porcentaje)



Fuente: MINTUR (2015)

Por otro lado, en la infraestructura hotelera provincial, los cantones de Ibarra y Otavalo representan más del 65% de los hoteles de primera categoría, el 74,7% de los de segunda categoría y el 84,4% de los de tercera categoría (MINTUR, 2015).

Figura 25. Infraestructura hotelera de la provincia de Imbabura por categoría, 2014 (porcentaje)



Fuente: MINTUR (2015)

## 2.3 Diagnóstico del Cantón Ibarra

### 2.3.1 Ubicación y características geográficas

El cantón Ibarra se encuentra situado en la zona norte de la sierra ecuatoriana, con una extensión de 4.353 kilómetros cuadrados, que representa el 1.70% del territorio ecuatoriano.

Tabla 15. Datos del cantón Ibarra

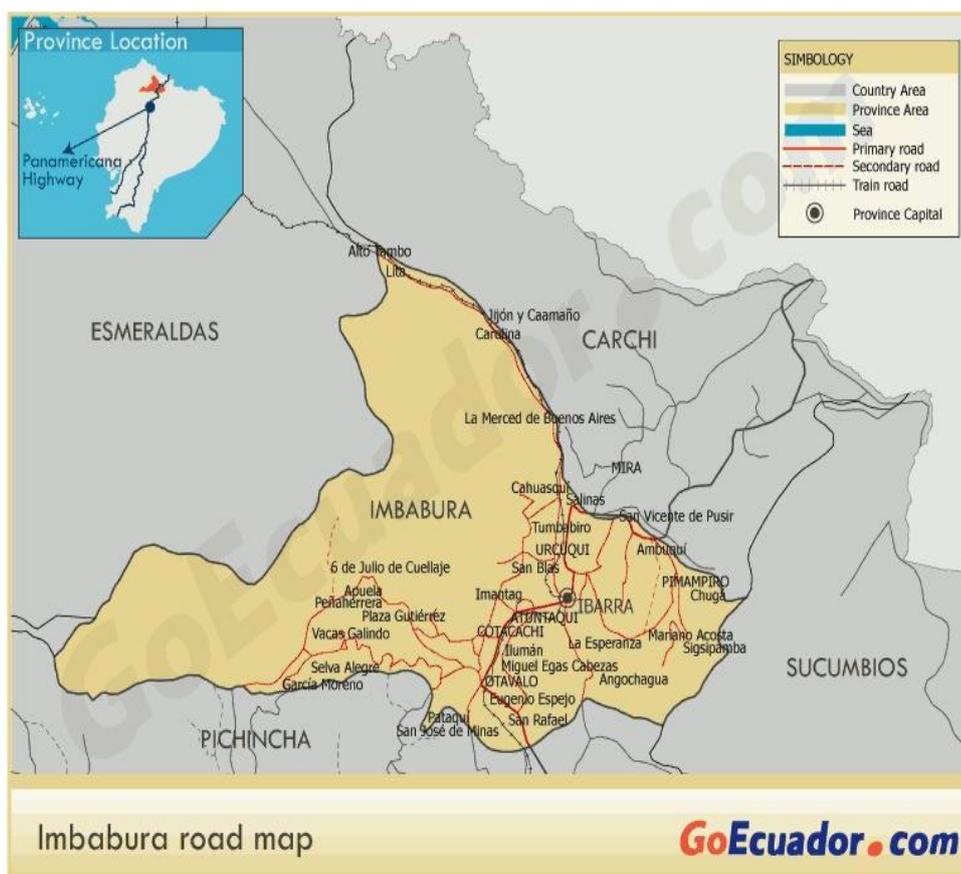
<b>Datos del cantón Ibarra</b>	
Capital	Ibarra
Superficie	1.162,22 Km <sup>2</sup>
Población	181.185 habitantes, según los datos del INEC (2010)
Tasa de crecimiento Poblacional	7.74% en relación al censo de población y vivienda del 2001.

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

Limites	Norte: Provincia del Carchi, al noroeste: provincia de Esmeraldas,
	Oeste: Cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al
	Este: Cantón Pimampiro y al Sur: provincia de Pichincha.

Fuente: INEC (2010), (Benítez Pereira, Marcelo (2015 b)

Figura 26. Mapa de ubicación de Imbabura



Fuente: GoEcuador.com (2015)

El cantón Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, ubicado a 115 kilómetros al noroeste de Quito (capital de Ecuador).

### **2.3.2 Características físicas**

*“El cantón Ibarra presenta paisajes geomorfológicos y formas de relieve relacionadas con la edificación de la cordillera de los Andes.....dando lugar a una diversidad de relieves tales como: montañas, colinas, formas glaciares, flujos de lava e incluso edificios volcánicos. Las elevaciones montañosas más importantes son: el volcán Imbabura (4.500m.s.n.m) el Cubilche (3.800m.s.n.m), el Cunro (3.304m.s.n.m)”* Benítez Pereira, Marcelo (2015 b-79). Las características físicas, el variado relieve, pisos climáticos proveen una gran cantidad de senderos o rutas con características variadas que se convierten en una ventaja competitiva muy importante a la hora de crear escenarios o circuitos de ciclismo de montaña con variadas características y niveles de dificultad que lo convierte en un interesante escenario para competencias de todas las modalidades de MTB.

### **2.3.3 Características climáticas**

El cantón Ibarra en un espacio geográfico pequeño que posee una gran variedad climática que se puede considerar como una ventaja competitiva muy importante para un destino turístico (Gobierno Autonomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, 2015)

Por lo general posee un clima seco templado, lo que hace de Ibarra una ciudad privilegiada teniendo un ambiente agradable todo el año o la mayor parte del mismo. Esto es un factor positivo para el desarrollo de actividades deportivas como el ciclismo de montaña y todo lo relacionado como eventos y carreras, el componente climático estable todo el año permitiría mantener una oferta regular y constante de actividades.

### **2.3.4 División política y estructura poblacional**

El cantón Ibarra posee 5 parroquias urbanas: Alpachaca, San Francisco, Priorato, Sagrario y Caranqui y 7 parroquias rurales: Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Ambuquí, Lita, Salinas, San Antonio, con una población total de 181.175 habitantes.

Tabla 16. División política del cantón Ibarra

	<b>NOMBRE</b>	<b>POBLACION</b>
1	Parroquias Urbanas	139.721
2	Angochagua	3.263
3	La Carolina	2.739
4	La Esperanza	7.363
5	Ambuquí	5.477
6	Lita	3.349
7	Salinas	1.741
8	San Antonio	17.522

*Fuente:* GADMI (2012)

Tabla 17. Estructura poblacional según género cantón Ibarra

<b>Estructura poblacional</b>	
<b>Hombres</b>	87.736
<b>Mujeres</b>	93.398

*Fuente:* INEC (2010)

## 2.4 Diagnóstico del turismo en el cantón Ibarra

En el diagnóstico del catastro del año 2015 manifiesta que los servicios turísticos han tenido un crecimiento de un 33.40% en comparación con el período 2011-2014. En el estudio realizado por Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) se utilizaron 350 encuestas socioeconómicas a 350 oferentes de servicios turísticos, dando como resultado que el cantón Ibarra cuenta con capacidad en diferentes servicios para recibir visitantes: 974 habitaciones hoteleras, 1.330 mesas y 8.872 sillas/plazas, 22 agencias de viajes Ministerio de Turismo( s.f) y 546 establecimientos y empresas de turismo que generan 3.209 fuentes de empleo permanentes (GADMI, 2012).

La oferta de establecimientos turísticos en el cantón Ibarra ha crecido en cada uno de sus tipos de servicios a continuación se establece un cuadro donde se compara la cantidad de negocios que existe por tipo de servicio turístico según los dos últimos planes de desarrollo turístico del cantón en 2006 y 2015.

*Tabla 18. Cuadro comparativo de crecimiento de servicios turísticos del cantón Ibarra años 2006-2015*

Tipo De Establecimientos	Plan de Desarrollo del Cantón “Turismo” de Ibarra	Diagnóstico integral de la situación del turismo del cantón Ibarra y actualización de la línea base	Porcentaje de crecimiento
Agencias de viajes	12	24	50%
Alojamiento	56	82	32%
Alimentos y bebidas	165	239	40%
Transporte	5	3	Menos 60%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>348</b>	<b>32%</b>

*Fuente: Elaboración propia basado en Benítez Pereira, Marcelo (2015 b), Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra (2006)*

Este cuadro refleja un crecimiento en 32% en la cantidad de servicios turísticos del cantón Ibarra en aproximadamente 9 años, los datos del catastro turístico en el caso de los dos estudios los facilitó la dirección de turismo de Ibarra, en todo caso este es un crecimiento bastante significativo lo que refleja que existe el suficiente mercado para que los establecimientos funcionen.

### **2.4.1 Tipos de establecimientos**

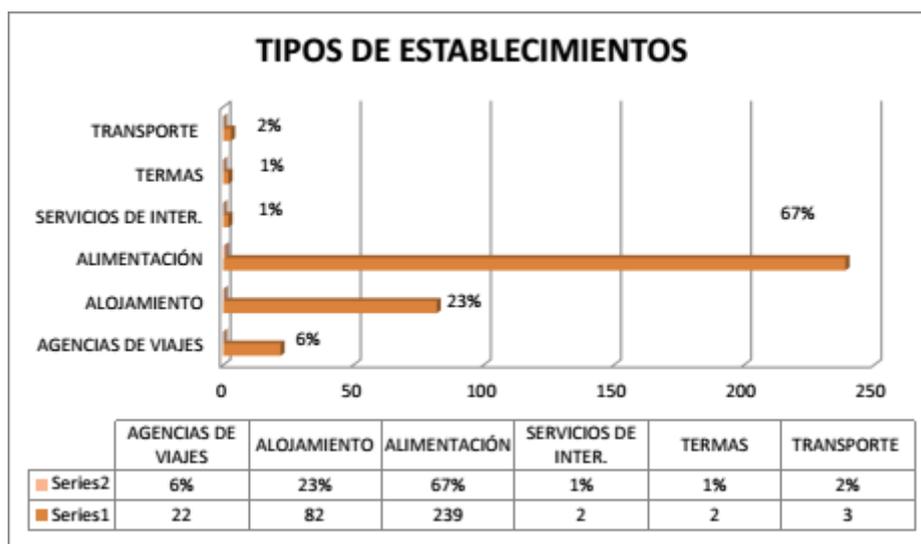
Ibarra cuenta con varios tipos de establecimientos turísticos, donde el principal servicio es de alimentación, seguido de alojamiento, para conocer la información tipología y crecimiento se ha tomado en cuenta 4 estudios desarrollados en diferentes años que han sido utilizados como herramienta de planificación de la dirección de turismo del municipio Ibarra (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b; Buró de Convenciones e Incentivos de Quito, 2012; Benítez Pereira, Marcelo, 2015 c; Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, 2006).

- Diagnóstico integral de la situación del turismo del cantón Ibarra y actualización de la línea base.
- Formulación Estratégica del Plan y su Implementación
- Diseño de un Plan Sectorial de Turismo para el Fortalecimiento de Convenciones en la provincia de Imbabura
- Plan de Desarrollo del Cantón Ibarra "Turismo"

Según el “Plan de desarrollo estratégico de turismo del cantón Ibarra 2015” se evidencia un importante crecimiento con respecto al año 2006 fecha de la realización del “Plan de desarrollo del cantón Ibarra Turismo”, la totalidad de establecimientos turísticos del cantón Ibarra era de 238, en la actualidad solo los establecimientos turísticos de alimentación son 239, sin embargo existen similitudes en cuanto a la representación porcentual de los tipos de servicios que se han mantenido casi iguales, en el 2006 los servicios de alimentación representaban el 60 % de los servicios turísticos del cantón, mientras que en el

2015 este mismo tipo de servicios representa el 67%, el 23% son servicio de alojamiento, el 6% está destinado para agencias de viajes y operadores (Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, 2006; Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b).

Figura 27. Tipos de establecimientos turísticos del cantón Ibarra en porcentajes



Fuente: Benítez Pereira, Marcelo, (2015 b)

La calidad del servicio de los establecimientos juega un papel importante en el desarrollo integral de un destino de ciclismo de montaña. Troyano (2014) El turista de ciclismo de montaña o el cicloturista es un turista de un nivel adquisitivo considerable y que necesita servicios complementarios para que su experiencia y vivencia en la actividad de ciclismo de montaña sea satisfactoria como por ejemplo, facilidades de transporte, información de rutas, acceso a equipos o repuestos, lugares seguros donde guardar su bicicleta o equipos, además de información de museos de sitio, restaurantes, lugares históricos, artísticos y culturales (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b; Buró de Convenciones e Incentivos de Quito, 2012; Benítez Pereira, Marcelo, 2015 c)

## **a) Establecimientos de alojamiento**

El sector hotelero es parte esencial para construir un destino turístico, a continuación podemos apreciar un cuadro donde se puede analizar el porcentaje actual de los tipos de establecimientos de alojamiento en el cantón Ibarra en el 2015.

Figura 28. Establecimientos de alojamiento cantón Ibarra en porcentajes



Fuente: Benítez Pereira, Marcelo, (2015 b)

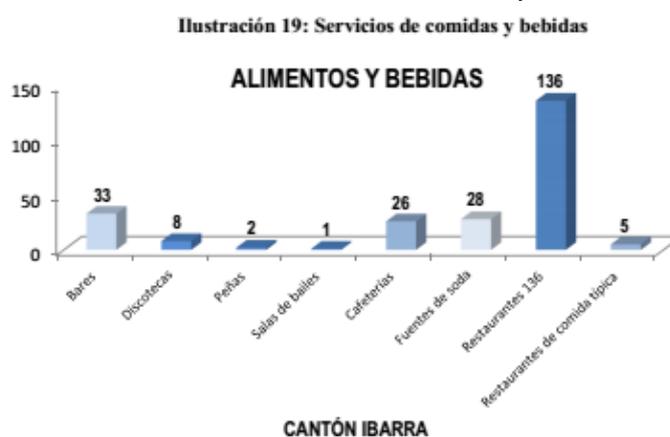
Ibarra dispone de una variada planta hotelera para hacer frente a un promedio de 6.000 plazas (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b).

Haciendo una comparación entre los dos últimos estudios turísticos del cantón Ibarra se refleja que se ha triplicado la cantidad de plazas para pernoctación en el cantón lo cual refleja un crecimiento importante en 9 años y establece que la actividad turística crece en el cantón Ibarra (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b; Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, 2006, pág. 15).

## **b) Establecimientos de servicios de alimentos y bebidas**

Los establecimientos de servicio de alimentación siempre han sido los más numerosos en el cantón Ibarra con respecto a los servicios turísticos, son servicios indispensables para la atención de visitantes y turistas. A continuación se expone un cuadro donde se refleja los porcentajes de tipos de establecimientos dentro de la categoría alimentos y bebidas, basado en información del catastro 2015 de la dirección de turismo de Ibarra.

Figura 29. Establecimientos de servicio de alimentos y bebidas cantón Ibarra.



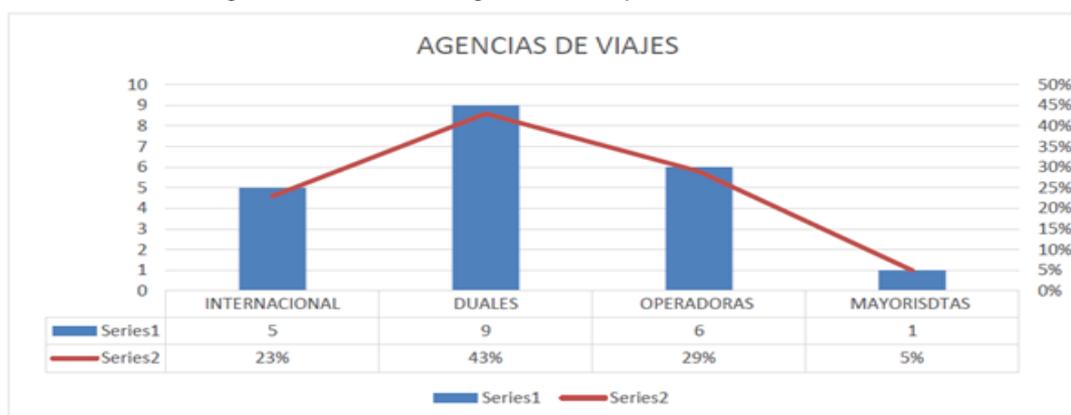
Fuente: Benítez Pereira, Marcelo, (2015 b)

Contar con información clara de los servicios de alimentos y bebidas disponibles en el cantón y ciudad de Ibarra es un factor importante para desarrollar un destino de turismo de ciclismo de montaña ya que de igual manera el requerimiento de servicios de este tipo de turistas es variado y especializado desde cosas básicas como poder tener espacios de aparcamiento de bicicletas en los restaurantes o bares, hasta requerimientos más complejos como tipos especiales de comida previo a una competición o después de la misma así como también servicios de alimentos especiales para rutas largas , etc (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b; Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, 2006)

### **c) Agencias de viajes**

El 43% de las Agencias de viajes que mantienen operaciones en el Cantón Ibarra son de categoría dual, es decir mantiene oferta de internacionales y operación receptiva, seguido por un 29% de agencias operadoras que representan aquellas empresas que se dedican a planificar, desarrollar, ofertar y vender productos netamente nacionales, seguido por un 23% de agencias internacionales destinada a la venta de pasajes aéreos y paquetes internacionales, y tan solo una agencia mayorista que representa el 5% (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b)

Figura 30. Servicios de agencias de viajes cantón Ibarra



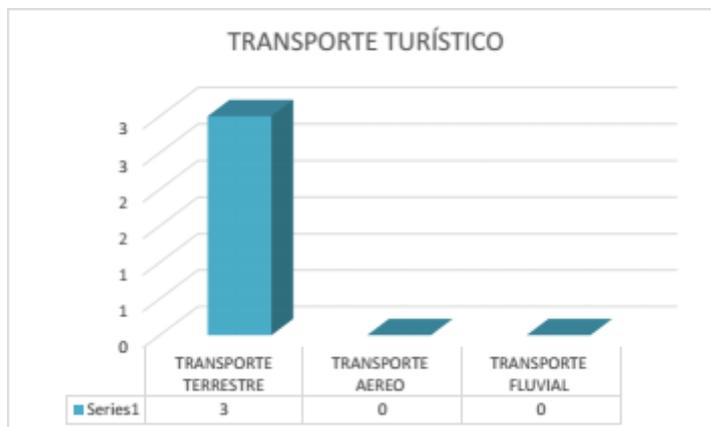
Fuente: Benítez Pereira, Marcelo, (2015 b)

Si se desea promover el turismo receptivo en el cantón es importante incentivar la creación de agencias operadoras turísticas, apoyar su gestión ya que son por ley negocios encargados de ofertar productos y servicios agrupados en paquetes.

### **d) Servicio de transporte turístico**

A continuación se establece a través de un cuadro la situación del transporte turístico en la actualidad según (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b)

Figura 31. Servicio de transporte turístico cantón Ibarra



Fuente: Benítez Pereira, Marcelo, (2015 b)

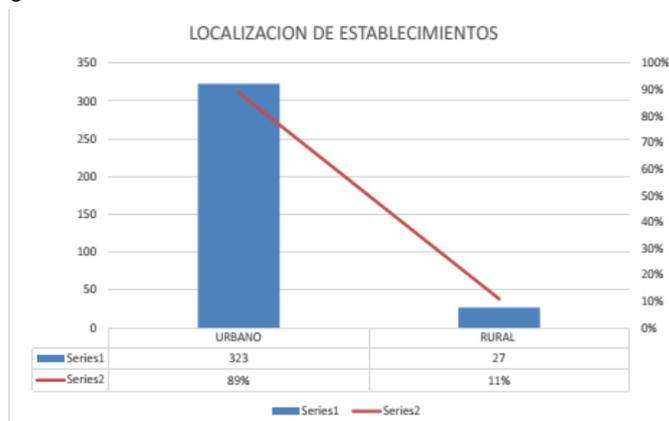
Según Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) no hay muchas empresas dedicadas al servicio de transporte turístico, las agencias en temporada alta se ven en la obligación de contratar a empresas de otras ciudades, existen sólo 3 empresas registradas legalmente con capacidad limitada para 460 personas.

Se refleja un decrecimiento de empresas de transporte turístico con respecto al “Plan de Desarrollo del Cantón Ibarra Turismo 2006” PRODESIMI (2006) Conocer la realidad de servicios complementarios importantes como el transporte también permite entender falencias y aspectos en los que habría que mejorar para poder desarrollar a Ibarra como un destino solvente para la oferta de cicloturismo y turismo de ciclismo de montaña, dentro de una planificación integral se tendría que fomentar mayor cantidad de servicios de transporte y sobre todo especializado para los requerimientos que esta práctica deportiva demanda como son vehículos que tengan la capacidad de llegar a lugares con caminos de tercer orden muchas veces alejados y portando las bicicletas de los turistas de manera segura.

## 2.4.2 Localización de establecimientos

A continuación un cuadro que refleja la localización de los establecimientos turísticos en el cantón Ibarra en el año 2015.

Figura 32. Localización de establecimientos turísticos cantón Ibarra



Fuente: Benítez Pereira, Marcelo, (2015 b)

Según Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) el 89% de los establecimientos legalmente registrados en el cantón están ubicados en el área urbana de la ciudad, esto es un 6% más con respecto al 2006, probablemente por razones como: facilidades logísticas, proveedores de servicios, contratación de personal, acceso a los establecimientos y por su ubicación para estar más cerca del turista.

## 2.4.3 Perfil del turista que visita la ciudad Ibarra

La información establecidos a continuación son los datos más recientes del perfil del turista que visita a Ibarra (Benítez Pereira, Marcelo, 2015 b; Benítez Pereira, Marcelo, 2015 c; Buró de Convenciones e Incentivos de Quito, 2012)

## **Perfil del turista que visita Ibarra**

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) los principales países o ciudad de procedencia de los turistas son:

- 53% ecuatorianos (Quito 33%, Guayaquil 11% y Cuenca 8%).
- 31% colombianos (10% Pasto, 9% Cali).
- 8% de estadounidenses (turismo rural).
- 6% de europeos (turismo rural).

La procedencia establece que la mayoría de visitantes son de mercados cercanos como Quito-Ecuador y Pasto-Colombia, lo cual es un indicador que permite orientar la promoción, consideramos que es importante fortalecer y consolidar el turismo interno y los mercados emisores de cercanía lo cual ayudará a mejorar la calidad del destino y podrá preparar al mismo para la recepción de turistas provenientes de otros mercados.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) las edades de los turistas son:

- 33% entre 20 - 30 años
- 31% entre 31 - 40 años
- 12% entre 41- 50 años
- 11% entre 11- 20 años
- 5% entre 0- 10 años
- 5% entre 51- 60 años
- 3% más de 61 años

En su gran mayoría más del 70 % de los visitantes al cantón Ibarra son jóvenes, si se compara con el perfil del turista de ciclismo de montaña coinciden en que el perfil del practicante es joven lo cual puede representar un beneficio al momento de pretender potenciar las actividades de turismo de ciclismo de montaña en el cantón Ibarra.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) el género de los turistas es:

- 48% mujeres
- 52% hombres

En lo que respecta al género el porcentaje es muy similar.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) los turistas viajan:

- 55% visitantes viajan en familia
- 20% viajan con amigos
- 12% viajan en pareja
- 8% viajan solos
- 5% otros

La mayoría de visitantes al cantón Ibarra lo hacen en compañía de familiares o amigos lo cual puede ser aprovechado para fomentar actividades recreativas como el ciclismo de montaña con diferentes niveles de dificultad que permitan la participación de la mayoría de visitantes, con el adecuado empaquetamiento de servicios se podría prolongar las estadías y consumos de servicios turísticos.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) los turistas tiene un tiempo de pernoctación de:

- 78% permanecen 1 día
- 12% permanecen 2 días
- 5% permanecen de 3- 5 días
- 5% permanecen un fin de semana

La gran mayoría de visitas al cantón Ibarra son de un día lo cual es un indicador no beneficioso para el consumo de servicios turísticos, porque lo necesario es impulsar que se realicen pernoctaciones.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) los turistas prefieren viajar en los meses de:

- 20% en diciembre por festividades de año nuevo y navidad.
- 18% en febrero por carnaval.
- 12% en septiembre por festividades de la ciudad.
- 10% en agosto por vacaciones escolares.
- 10% en enero
- 2, 3, 4, 5, 6% en marzo, abril, mayo, junio y julio respectivamente.
- 2% en octubre.
- 8% en noviembre.

La mayoría de visitas al cantón de Ibarra las realizan en días festivos nacionales y locales además de la temporada de vacaciones nacionales lo que coincide que el indicador de que la mayoría de visitantes son nacionales y mercados cercanos lo cual ratifica la necesidad de incentivar la promoción con nuevas propuestas para consolidar la fidelidad de los visitantes con actividades que se puedan realizar en cada visita, como deportes de aventura entre estos el MTB.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) el motivo por el cual viajan los turistas es:

- 30% por vacaciones.
- 18% para pasar el día.
- 15% por diversión.
- 10% por motivos familiares.
- 10% por conocer el entorno.
- 5% por trabajo.
- 3% por compras.
- 3% por congresos.
- 3% por motivo de excursión.
- 1% por turismo comunitario, cultura y otros.

El que el principal motivo sea visita por vacaciones es conveniente porque consideramos que de esta manera existe la predisposición de los visitantes de realizar actividades recreativas y deportivas.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) el motivo por el cual elijen Ibarra como destino turístico es:

- 21% por la tranquilidad de la ciudad.
- 18% por precios convenientes.
- 14% por recomendación de un amigo.
- 11% por gastronomía.
- 9% por actividades de ocio.
- 8% por las áreas naturales.
- 7% por las artesanías.
- 7% por la cercanía a otros lugares.
- 4% otro.
- 1% visitan zonas rurales.

Las motivaciones para visitar al cantón Ibarra son variadas esto es un factor sustancial y que puede explotarse ya que permite desarrollar ofertas para varios nichos de mercado, permitiendo combinar las motivaciones para incluir actividades recreativas y deportivas con un empaquetamiento correcto que permita mayor tiempo de estancia y consumo por parte de los turistas (Hobart City Council, 2011).

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) el medio de transporte que utilizan para llegar a Ibarra es:

- 48% transporte privado.
- 44% transporte público.
- 8% otro.

Los principales transportes utilizados son los privados, seguido con casi el mismo porcentaje del público lo que concuerda con que la mayoría de visitantes a Ibarra vienen por sus propios medios y no en viajes organizados.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) los medios de transporte que utilizan para desplazarse en la ciudad son:

- 35% taxi.
- 34% automóvil propio.
- 12% autobús.
- 10% caminando.
- 4% motocicleta.
- 3% bus turístico.
- 2% bicicleta.

El principal medio de transporte de los turistas para movilizarse internamente en el cantón Ibarra es el automóvil propio, seguido del taxi y autobús, los medios menos utilizados son la bicicleta es apenas el 2% y el bus turístico con

3%, cifras que motivan a gestionar acciones para que se incremente el uso del servicio de transporte turístico y actividades turísticas urbanas con el uso de la bicicleta.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) el medio de información que permitió conocer la ciudad fue:

- 33% les recomendó un amigo.
- 28% se informaron por publicidad.
- 17% lo vieron en internet.
- 15% se enteraron por redes sociales.
- 6% conocieron por agencias de viajes.
- 1% otros medios.

El medio de información que permitió conocer la ciudad de Ibarra mayormente mencionado es la recomendación, este es un dato que concuerda también con el principal medio de decisión para ir a un destino de ciclismo de montaña por parte de los turistas que practican el MTB.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) las formas de pago que utilizan los turistas son:

- 64% efectivo.
- 24% tarjeta de crédito.
- 6% tarjeta de débito.
- 4% cheque.
- 2% otros.

Las principales formas de pago son en efectivo y tarjeta de crédito representando juntas el 84%.

Según Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012), Benítez Pereira, Marcelo (2015 b) la capacidad de gasto de un turista es:

- 45% de 11 - 25 USD
- 23% de 5 – 10 USD
- 15% de 26 – 50 USD
- 12% más de 100 USD
- 5% de 51 – 100 USD

Existe una variada capacidad de gasto que en su mayoría oscila entre los 5 y 25 USD que representa el 78% en las características de la capacidad de gasto.

A pesar de no tener información específica del perfil del turista de ciclismo de montaña que visita Ibarra, el perfil general presenta datos que se pueden utilizar para contrastar con la información obtenida en este estudio. Se puede considerar información del perfil del turista de ciclismo de montaña que se encuentra en estudios de destinos de MTB que incluyen datos que coinciden con el perfil de los visitantes a Ibarra, por ejemplo, la mayoría de los visitantes a Ibarra el 64% son personas entre 20 y 40 años edad, esto favorecería el desarrollo del turismo de ciclismo de montaña en el cantón ya que la edad promedio de 20 a 45 años según estudios de destinos de turismo de ciclismo de montaña estas son las edades cuando más se practica el MTB (Aliance Action Sports Experts, 2015) (Hobart City Council, 2011).

#### **2.4.4 Atractivos turísticos**

El conocer la oferta de atractivos turísticos es básica para complementar y empaquetar las actividades cotidianas o más conocidas con la oferta de turismo de ciclismo de montaña; muchos de los atractivos como la laguna de

Yahuarcocha, la zona andina, la gastronomía, son totalmente compatibles y complementarían adecuadamente esta actividad deportiva.

Tabla 19. Principales atractivos turísticos del cantón Ibarra.

<b>Laguna de Yahuarcocha</b>	
Es uno de los puntos hídricos más importantes del norte del país ya que posee un encanto único por su biodiversidad, paisaje, se pueden realizar actividades como:	
Automovilismo	La laguna cuenta con una pista automovilística donde se realizan eventos nacionales e internacionales.
Parapente	Este deporte de aventura se realiza de manera frecuente en la cuenca de la laguna y en ocasiones se han hecho competencias de carácter nacional e internacional
Muelle	Está ubicado al noroccidente de la entrada principal de la laguna ofreciendo como principal actividad paseos en bote a remo y lanchas a motor. También se puede encontrar una discoteca y un restaurant.
<b>Otros atractivos Turísticos</b>	
Gastronomía	La oferta gastronómica del cantón Ibarra es amplia pero está principalmente representada por los típicos helados de paila, las nogadas y el arrope.
Música	La banda mocha y la bomba forman parte del patrimonio intangible del cantón Ibarra.
Ruta del tren	Ibarra – Salinas es una ruta que recorre por hermosos paisajes naturales que adornan la vía, en la llegada a Salinas la comunidad deleita a los visitantes con baile, música y cultura. (ViajandoX)
Artesanía en Zuleta	Esta comunidad es muy reconocida por las artesanía que elaboran sus mujeres y se ha convertido en uno de los destinos preferidos para los turistas.
Deportes de Aventura	En el cantón Ibarra se pueden practicar varios tipos de deportes de aventura como rafting, canyoning, puenting, escalada, MTB y parapente
Artesanías de San Antonio de Ibarra	Reconocidos por sus tallados en madera pero también realizan tejidos y trabajos en cerámica y piedra. Las imágenes religiosas y costumbristas son las de más demanda tienen por parte de los turistas.

Fuente: Elaboración propia basado en Buró de Convenciones e Incentivos de Quito (2012)

## 2.5 Breves pinceladas históricas del ciclismo en el Ecuador

Según Astudillo Aviles (2012) en su blog de internet donde transcribe la información plasmada en su libro “Lauro Historia del Deporte Ecuatoriano”,

establece que los inicios del ciclismo en Ecuador fue por Guayaquil donde se introdujeron las primeras bicicletas procedentes de Europa, en los últimos años del siglo XIX. En el año 1903 los aficionados al ciclismo organizaron el primer club ciclístico denominado “Club Ciclista del Ecuador”. Las primeras competencias eran las de velocidad y resistencia y se realizaban alrededor de los parques centrales o de las calles largas que mantenían buenas condiciones, aunque ninguna estaba asfaltada aun.

En 1960 se construye en Guayaquil el primer velódromo de ciclismo ubicado en el estadio Modelo, en 1962 se desarrolla el primer campeonato nacional de ciclismo con la presencia de deportistas de varias provincias de Ecuador. Posteriormente se crean velódromos de ciclismo en las ciudades de Quito y Cuenca.

El desarrollo del ciclismo a nivel nacional se debe al esfuerzo de dirigentes, empresas privadas y padres de familia que impulsaron la construcción de escenarios y la evolución integral de este deporte (Astudillo Aviles, 2012).

La actividad ciclística es una afición nacional, sus modalidades se practican en todo el Ecuador, esta afición puede ser aprovechada con la creación de destinos para la práctica de todas las modalidades de ciclismo complementados con una oferta de servicios que faciliten la práctica y también propongan alternativas interesantes de ocio y entretenimiento.

### **2.5.1 FEC (Federación Ecuatoriana de Ciclismo)**

La FEC es una entidad de derecho privado sin fines de lucro, su sede está ubicada en Guayaquil, teniendo como objetivo principal fomentar la práctica de este deporte, regulando todos los procesos que involucren esta práctica y su

interacción con el resto de actores sociales (FEC, 2011).

En el momento de tratar de desarrollar un destino turístico de ciclismo de montaña y relacionado a eventos deportivos ciclísticos e importante tomar en cuenta las organizaciones formales como la FEC, que puede ser un gran aliado en la promoción del destino además de dar un aval importante a los eventos organizados.

### **2.5.2 Historia de la vuelta ciclística a Ecuador**

Según Almeida (2010) la decisión para realizar la vuelta ciclística a Ecuador nació a partir de 1965 cuando el país fue sede de los juegos bolivarianos, la iniciativa fue una propuesta de Anselmo Zarlenga quien como entrenador del equipo nacional propuso una pequeña vuelta ciclística a Ecuador, la cual constaba de 5 etapas que pasarían por Quito, Latacunga, Ambato, Santo Domingo y Guayaquil. La realización de la primera vuelta ciclística se pudo concretar en el año de 1966 organizado por la concentración deportiva de Pichincha, la Federación deportiva del Guayas, la Asociación de ciclismo de Pichincha y Asociación de ciclismo del Guayas.

La vuelta ciclística es parte valiosa de la historia de esta actividad deportiva en el Ecuador, es trascendental tomar en cuenta estos datos históricos que podrían ser un complemento significativo si se pretende generar un destino relacionado con esta actividad, donde se podría incidir en la creación de servicios como cafeterías o restaurantes temáticos sobre el ciclismo, en especial el ciclismo de montaña lo cual generaría complementos notables a la hora de posicionar o vender la imagen de un destino de cicloturismo y turismo de MTB.

## **2.6 Ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña en Ecuador**

El ciclismo de montaña en Ecuador es practicado tanto de forma recreativa y competitiva por ciudadanos nacionales como de fuera del país. Existen algunas empresas que ofrecen suministro de bicicletas y su equipamiento, organizaciones dedicadas al progreso competitivo de este deporte y a su vez otras estructuras consagradas al desarrollo recreativo y o la prestación de servicios turísticos a través del ciclismo de montaña, este conjunto de actores dinamizan y fomentan, la práctica de esta actividad a través de diversas dinámicas relacionadas al MTB.

La página web de promoción turística oficial de Ecuador, creada y administrada por el Ministerio de Turismo del Ecuador [www.ecuador.travel](http://www.ecuador.travel), establece como un producto destacado lo que ellos denominan “*El ciclismo de aventura en Ecuador*”, donde manifiesta que “*la geografía ecuatoriana ofrece escenarios naturales que permiten el desarrollo de este deporte con diferentes niveles técnicos, disfrutando de varios climas y drásticos cambios de vegetación*” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

Además otros entes dedicados al progreso deportivo del MTB han creado un calendario de competencias de ciclismo de montaña en el país, el cual se puede encontrar en la página web: [www.mtb.ec](http://www.mtb.ec).

La recopilación de todas las carreras de MTB del Ecuador que están expuestas en la página web [www.mtb.ec](http://www.mtb.ec), es de valor para el presente estudio porque se puede ver la continuidad en la realización de los eventos, lo cual refleja que existe una enorme afición a la práctica de los diferentes tipos o disciplinas del MTB. Se establecen dos cuadros de las dos modalidades más practicadas de ciclismo de montaña en Ecuador donde la de cross country es la más

practicado y de la que más competencias se realizan, en el caso de La vuelta al Imbabura esta pertenece al tipo de carrera establecido como cross country, el primer cuadro corresponde a las carreras que se desarrollan en el Ecuador en la modalidad de down hill y el segundo cuadro a la modalidad de cross country.

Tabla 20. Calendario de competencias de down hill 2015

<b>NOMBRE DE LA CARRERA</b>	<b>DÍA DE LA CARRERA</b>
DH 1 válida copa pichicha	Domingo, 1 de febrero de 2015
DH 1 válida copa nacional Ibarra	Sábado, 21 de febrero de 2015
DH 1 válida copa nacional Ibarra	Domingo, 22 de febrero de 2015
DH 2 valida copa nacional	Sábado, 11 de abril de 2015
DH 2 valida copa nacional Chimborazo extremo	Domingo, 12 de abril de 2015
DH 3 valida copa nacional quito	Sábado, 23 de mayo
DH 3 valida copa nacional quito XCM kantiun maya shuar 2015	Domingo, 24 de mayo

Fuente: Elaboración propia en basado en mtb.ec (2015)

Tabla 21. Calendario de competencias cross country 2015

<b>NOMBRE DE LA CARRERA</b>	<b>DÍA DE LA CARRERA</b>
reto costanero manta-puerto cayo XCO 1 válida copa nacional – Ibarra	Sábado, 7 de febrero de 2015
reto costanero manta-puerto cayo XCO 1 válida copa nacional – Ibarra	Domingo, 8 de febrero de 2015
Nacional XCO turismo	Domingo, 1 de marzo de 2015
XCM 1 válida copa nacional – Manabí	Sábado, 7 de marzo de 2015
XCM 1 válida copa nacional – Manabí	Domingo, 8 de marzo de 2015
XCO_DH nevados del chillan	Sábado, 14 de marzo de 2015
XCP_DH nevados del chillan	Domingo, 15 de marzo de 2015
XCO 1 válida copa pichincha - HLG 2015	Domingo, 22 de marzo de 2015
XCO Rey de la montaña 1 valida festival de ruta TATOO	Sábado, 28 de marzo de 2015
XCO Rey de la montaña 1 valida	Domingo, 29 de marzo de 2015

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña "La Vuelta al Imbabura" en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

XCM "la ruta de las cavernas" Archidona	Domingo, 19 de abril de 2015
XCM 2da valida copa nacional - santo domingo	Sábado, 25 de abril de 2015
XCM 2da valida copa nacional - santo domingo XCM ruta de los duendes y Sacharunas	Domingo, 26 de abril de 2015
XCM Pulumahua nocturno TATOO	Sábado, 9 de mayo
XCM la vertiente	Domingo, 10 de mayo
Campeonato escolar y colegial de MTB Pichincha - HLG 2015	Domingo, 17 de mayo
3 valida copa nacional XCM Puyo	Sábado, 30 de mayo
3 valida copa nacional XCM Puyo	Domingo, 31 de mayo
2 valida reto salud	Sábado, 27 de junio
XCM "la ruta del plátano 2015"	Domingo, 28 de junio
Chimborazo 360 XCM 2 valida copa pichincha - hlg 2015	Domingo, 5 de julio
Campeonato XCO nacional	Sábado, 18 de julio
Campeonato XCO nacional	Domingo, 19 de julio
XCM campeonato nacional fec guayas playas	Sábado, 1 de agosto
XCM campeonato nacional fec guayas playas	Domingo, 2 de agosto
XCM reto salinerito	Domingo, 16 de agosto
tour Zuleta pa	Sábado, 22 de agosto
tour Zuleta pa XCM tour Amazonónico	Domingo, 23 de agosto
XC Cayambe 4700 crono escalada uphill Pichincha - HLP 2015	Domingo, 30 de agosto
XCO Ilalo nocturno TATOO	Sábado, 5 de septiembre
4 valida copa nacional de XCO XCM reto Cotogchoa el patrón de la montaña 40 k	Sábado, 12 de septiembre
4 valida copa nacional de XCO	Domingo, 13 de septiembre
XCO final copa Pichincha "guayasamin" 2015	Domingo, 20 de septiembre
Clásico de campeones petro holding	Sábado, 3 de octubre
clásico de campeones petro holding XCM trillo sainoguayaquil	Domingo, 4 de octubre

5 valida copa nacional XCO	Sábado, 10 de octubre
5 valida copa nacional XCO XCM ruta al oasis	Domingo, 11 de octubre
MTB nueva carrera pa	Sábado, 17 de octubre
XCM la cuchilla - jipijapa puerto cayo	Domingo, 25 de octubre
"tucán travesía" PVM - campeonato XCM pichincha HLG 2015	Domingo, 8 de noviembre
Multiesportpa nueva carrera	Sábado, 14 de noviembre
XCO 1Critatoo ruta	Sábado, 21 de noviembre
Al solitario" 2015 recreativa MTB	Martes, 29 de diciembre de 2015

Fuente: Elaboración propia en basado en mtb.ec (2015)

Se puede apreciar que la mayoría de carreras son de XCM o XCO, que son competencias de cros country que es una modalidad que permite mayor participación porque no requiere de habilidad técnica especializada y es el tipo de competencia que más se puede utilizar para fomentar un destino de ciclismo de montaña porque permite mayor cantidad de participantes además permite a estos disfrutar de la naturaleza.

### **2.6.1 Principales rutas de ciclismo de montaña de carácter turístico en Ecuador**

El ministerio de turismo del Ecuador está apuntando al desarrollo de turismo de aventura como una alternativa para la diversificación y fortalecimiento del turismo, estableciendo acciones y estrategias plasmadas en sus principales documentos de planificación; PLANDETUR 2020 y el PIMTE 2010-2014. Además de la información señalada en estos documentos existe publicaciones recientes como "11 hermosos destinos para practicar cicloturismo" Ministerio de Turismo (2015) donde se instauran rutas para la práctica de turismo de ciclismo de montaña. Existen operadoras turísticas de las respectivas localidades que brindan servicios y tours para la realización de las rutas, es importante recalcar que tres de las 11 rutas están ubicadas en Ibarra, lo que es una señal del

reconocimiento a nivel nacional del potencial del cantón para convertirse en un destino nacional de ciclismo de montaña.

Tabla 22. Cuadro resumen documento “Aventura Ecuador Ciclismo: 11 hermosos destinos para practicar cicloturismo”

<b>Ruta</b>	<b>Ubicación Provincial</b>	<b>Descripción General</b>
Yahuarcocha-el Chota	Imbabura	Un recorrido de 50kms. Pasando a través de hermosos paisajes, se asciende a la cumbre de la montaña Yuracruz y desciende hasta 1.100 m.s.n.m. hasta llegar al Valle del Chota, sector de Ambuquí.
La vuelta a Yachay	Imbabura	Un recorrido de 21km, donde se pueden resaltar las antiguas casas de haciendas dentro de una diversidad paisajística con un entorno natural emblemático.
La vuelta al Imbabura	Imbabura	La Vuelta al Imbabura, es un recorrido de 40km que se desarrolla en la provincia de los lagos (Imbabura), pasa por los cantones Ibarra y Otavalo. Es un trazado fascinante que transita caminos de segundo y tercer orden mientras se bordea al volcán Imbabura
Chaquiñan	Pichincha	A lo largo del camino se aprecian diversos paisajes urbanos tales como casas de diversos estilos y antiguas estaciones de tren al costado de la vía. En días despejados se tiene vistas espectaculares donde podemos apreciar volcanes Ruco Pichincha, Cayambe e Ilaló, así como de los cerros Puntas, Coturco, Casitahua y los páramos de El Tablón desde los diversos miradores que existen a lo largo del camino.
Ecoruta paseo del Quinde	Pichincha	Es un camino que comienza en Quito, sube la ladera norte del Pichincha y baja hacia Mindo pasando por Nono, Tandayapa, y termina en San Tadeo. La variación de altitud es increíble y la biodiversidad de la ruta abarca una amplia gama de los bosques montanos del noroeste de Pichincha y la región subtropical de Mindo.
Subida al Chimborazo	Chimborazo	Es una ruta de dificultad moderada en una altitud de 4.800 m.s.n.m donde se puede observar flora y fauna del sector andino de Ecuador.

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

La vuelta al Cotopaxi	Latacunga	Es un recorrido de 130km, con un grado de dificultad alto, por que recorre senderos y caminos de cuarto orden. La altura en la que se pedalea oscila entre los 3.000 y 4.200 metros sobre el nivel del mar y muchas veces las condiciones climáticas pueden llegar a ser muy frías con fuertes vientos, bastante lluvia, granizo y hasta nieve.
Baños – Puyo	Tungurahua	Esta es una actividad típica de la ciudad turística de Baños, caracterizada por la realización de deportes de aventura, en este recorrido se pueden realizar varias actividades como puenting, tarabitas, canopys, canyoning, etc... Además se puede disfrutar de varios establecimientos de restauración con gastronomía propia de la zona (truchas y tilapias). El trayecto atraviesa varios túneles que complementan las características singulares de este recorrido.
Pedernales – Bahía	Manabí	El trayecto más utilizado y de fácil circulación es la ciclovía Bahía-San Vicente-Briceño-Canoa, de 21 kilómetros. El nivel de dificultad de la vuelta es baja, por lo que es seguro.
Gye – San Pablo	Guayas y Santa Elena	Ciclovía asfaltada en excelente estado, rodeada de naturaleza para la práctica de este deporte y disfrutar de un hermoso paisaje costero.
Loja – Vilcabamba	Loja	Es un recorrido de dificultad media con ascensos en su primer tramo y segmentos de nivel técnico medio ya cerca del valle de Vilcabamba, éste se encuentra a 1.700 metros sobre el nivel del mar, el recorrido atraviesa por zonas de cultivos y bosques de eucalipto.

Fuente: Elaboración propia basado en Ministerio de Turismo del Ecuador (2014)

A pesar que en Ecuador existen muchos caminos y rutas para realizar cicloturismo y ciclismo de montaña, 3 de las 11 rutas promocionadas a nivel nacional se desarrollan en la provincia de Imbabura y estos 3 recorridos se pueden iniciar o terminar en el cantón Ibarra, esto reafirma que la ubicación, características climáticas y condiciones físico-geográficas convierten a Ibarra en un lugar ideal para la práctica y desarrollo del MTB.

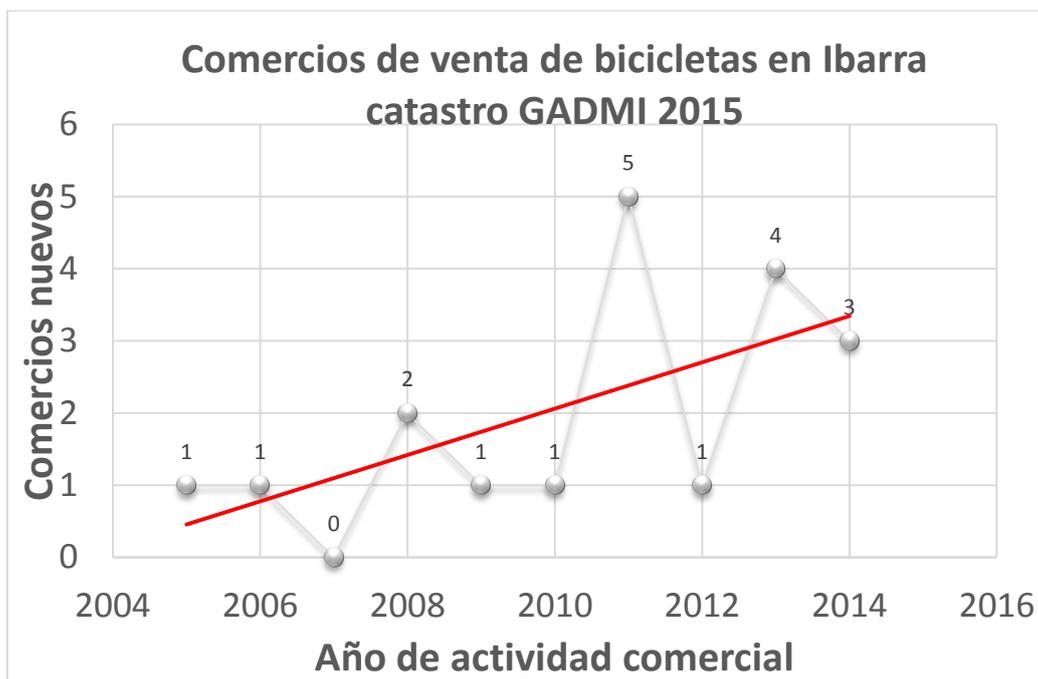
## **2.7 Ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña en Ibarra**

Existe poca información documentada sobre el origen del ciclismo de montaña en Ibarra a nivel recreativo, sin embargo, Carlos Revelo organizador de las principales carreras de ciclismo de montaña en la ciudad manifiesta que, hace alrededor de unos 30 años que se empezaron a realizar recorridos con aficionados a este deporte pasando por las diferentes montañas de Ibarra, de igual manera se empiezan a organizar las primeras carreras de MTB. Según Revelo y un artículo del diario la Hora encontrado en la página web: [www.ibarraestodo.com](http://www.ibarraestodo.com) la primera carrera fue la que hoy es conocida como “El reto al Oasis”, realizada por primera vez en 1990 e inicialmente se llamaba “La travesía al Oasis”, que es una válida que parte del sector de la laguna de Yahuarcocha y se dirige al valle del Chota, al famoso balneario llamado Oasis, teniendo que atravesar el sector montañoso de Aloburo (Diario La Hora, 2014; Revelo, Ciclismo de Montaña en Ibarra, 2015).

La llegada de bicicletas especializadas para practicar el crosscountry y el downhill, hacen que el MTB en sus diferentes modalidades vaya ganando adeptos y se convierta en un deporte cotidiano y muy practicado por los ciudadanos de Ibarra, promoviendo más carreras y actividades (Revelo, 2015).

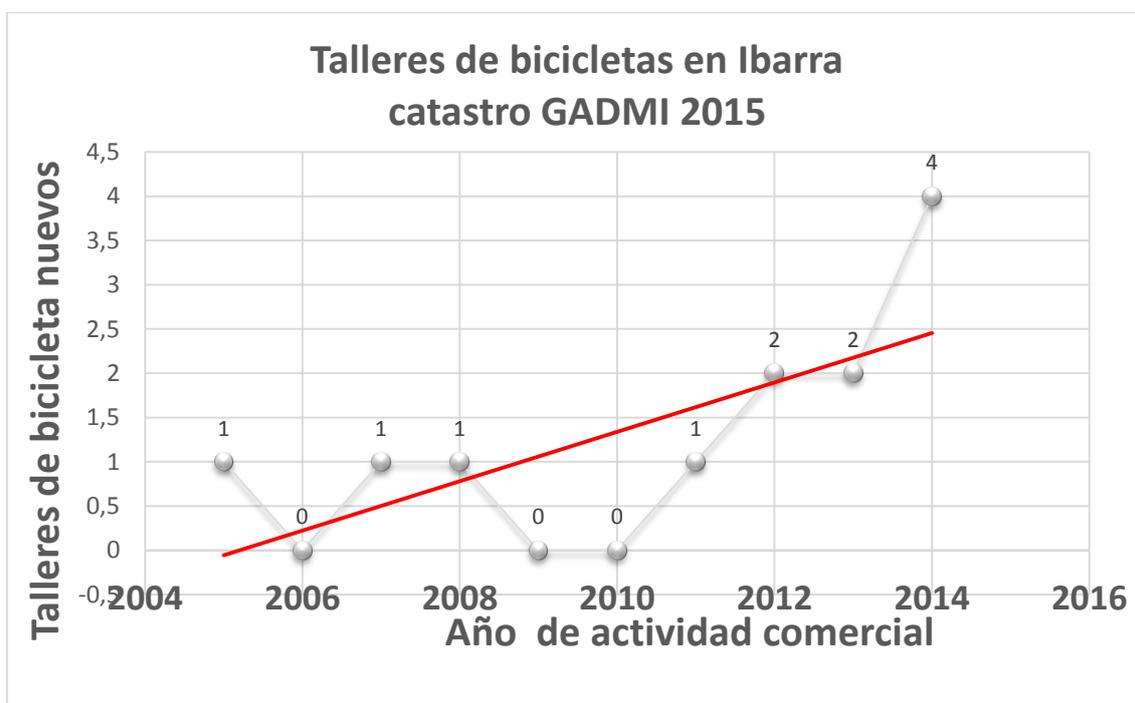
Una evidencia de esto podría ser el crecimiento de las actividades comerciales relacionadas a la bicicleta. En base al catastro de actividades productivas del cantón Ibarra, tomando en cuenta a los almacenes de venta de bicicleta y accesorios y a los talleres de reparación de bicicletas, se analizaron los últimos 9 años y se puede evidenciar la tendencia de que en los últimos años se han creado mayor cantidad de establecimientos de este tipo.

Figura 33. Crecimiento de almacenes de venta de bicicletas y accesorios



Fuente: Elaboración propia basado en catastro de actividades económicas GADMI (2014)

Figura 34. Crecimiento taller de bicicletas



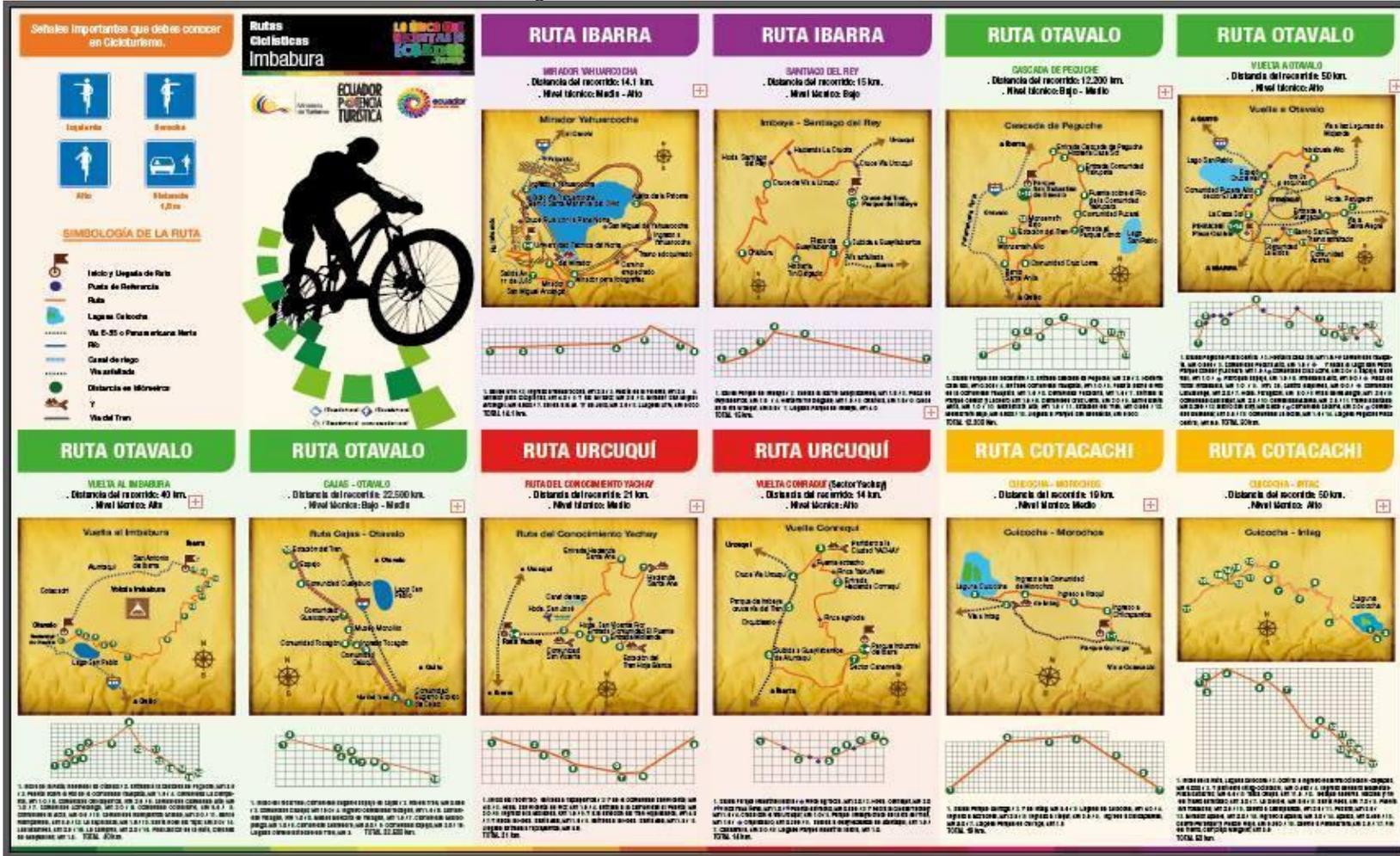
Fuente: Elaboración propia basado en catastro de actividades económicas GADMI (2014)

Esta dinámica junto con la vocación turística de Ibarra, es un incentivo para que entidades públicas como el Ministerio de Turismo del Ecuador y el Municipio de Ibarra generen un proyecto de señalización, promoción de las rutas, que mejore las condiciones para el uso recreativo y turístico de la bicicleta en Ibarra.

Sin embargo existen acciones recientes muy importantes para el fomento del turismo de ciclismo de montaña por parte de algunas entidades públicas locales entre las que están la creación del mapa de rutas ciclistas de Imbabura, realizado por el Ministerio de Turismo en el año 2014, los recorridos expuestos en el mapa fueron geo-referenciados, y se publicaron documentos de promoción turística con diagramas de las rutas, información de las distancias, puntos de referencia y atractivos o servicios turísticos que se pueden encontrar a lo largo de los trayectos (Naranjo, 2014).

Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.

Figura 35. Folleto “Rutas ciclísticas Imbabura”



Fuente: Ministerio de Turismo, Cordinacion Zonal 1 (2014)

## 2.7.1 Principales competencias

En Ibarra, la realización de competencias de ciclismo de montaña cada vez son más cotidianas, éstas son impulsadas y organizadas en su mayoría por tiendas de venta de bicicletas y accesorios para fomentar la afición al MTB. Se promocionan en diferentes sitios web.

Para realizar la tabla se recopiló información de las principales carreras de MTB que se realizan en el cantón incluyendo carreras que se han organizado recientemente.

Tabla 23. Principales competencias de MTB en Ibarra

Ruta de la caña	Se realiza en los alrededores de la ciudad de Ibarra, con un recorrido de 41 km. Esta competencia se ha ido ejecutando desde el año 2013.
Vuelta al Imbabura	Esta competición es una de las más técnicas que existe a nivel de la provincia y la más competitiva, ya que sus senderos tienden a ser más técnicos. Con un trayecto de 40 km. Se lleva a cabo desde el año 2008.
Reto al Oasis	Es una de las válidas más antiguas en la provincia, saliendo de la laguna de Yahuarcocha con un ascenso de 15 kms hasta Yuracruz, para continuar en el descenso hacia el valle del chota. Con un recorrido de 40 km. Esta competencia se realiza desde hace 24 años.
Desafío 3200	Este reto se realiza en la parroquia la Esperanza. Con un sendero de 30 km. Su primera edición fue este año pero los organizadores manifestaron que seguirían realizándola.
Pedaleando con el norte	Es una carrera novedosa, los promotores quisieron incluir no sólo a ciclistas practicantes sino también a la familia, parejas e instituciones. Con este año ya son dos ediciones las que se han hecho y tienen una gran acogida.
Vuelta a Ibarra	Se realiza en los alrededores de Ibarra, con un recorrido de 48 km. Empezó en el año 2010 y se continúa haciendo.
Las zetas del viejo chalo	La competencia se efectuó el 17 de mayo del 2015 siendo esta su primera edición, partiendo de Salinas hasta el parque industrial de Ibarra con un recorrido de 54 km.

Fuente: Elaboración propia basada en Sportbike (2015), Diario La hora (2014), El Norte (2015)

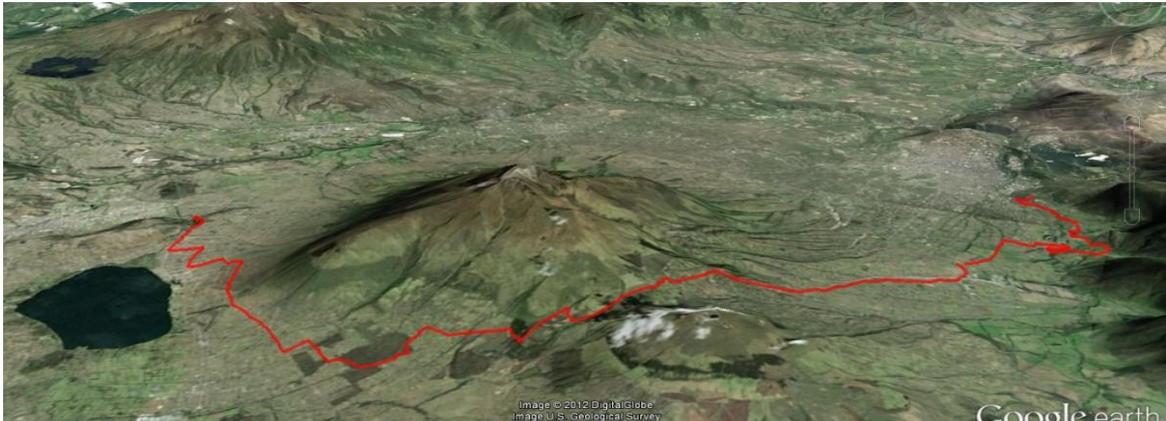
## **2.7.2 La vuelta al Imbabura**

La vuelta al Imbabura va actualmente por la séptima edición, contando ésta última realizada el 26 de julio del 2015. Se puede encontrar información general en algunos reportajes de diarios locales y en la página web de la tienda de bicicletas y accesorios Sportbike propiedad de Carlos Revelo, el organizador de LVI, hallándose mayor información técnica sobre la misma, como la altimetría de la vuelta y su recorrido. Además se pueden ver los resultados de las dos últimas ediciones.

En la página mencionada podemos encontrar la siguiente descripción:

*“Vuelta al Imbabura, competencia de ciclismo de montaña, donde se bordea al coloso volcán “Imbabura”. Una competencia de punto a punto de 40kms. De distancia, recorre caminos de segundo y tercer orden. Parte desde el Coliseo de Deportes “Francisco Páez” en la ciudad de Otavalo, y recorre hermosos e impresionantes paisajes atravesando las comunidades de la Compañía, Camuendo, Loma Cunga, Abatag, Cochaloma, El Abra, Chirihuasi, Rumipamba, El Yaguachi, La Esperanza, San Juan, Santa Rosa del Tejar, San Eduardo, Las Malvinas, La Campiña y termina en el bosque protector Loma de Guayabillas de la ciudad de Ibarra” (Sport Bike, s.f).*

Figura 36. Mapa del recorrido de LVI



Fuente: Sport Bike (s.f)

Figura 37. Altimetría de la Vuelta al Imbabura



Fuente: Sport Bike (s.f)

*“La competencia parte desde la ciudad de Otavalo a una altura de 2300 m.s.n.m, la parte más alta se encuentra en el sector del El Abra 3430 m.s.n.m, termina en la loma de Guayabillas en la ciudad de Ibarra a 2220 m.s.n.m” (Sport Bike, s.f)*

## **Investigación de datos de la vuelta al Imbabura**

Los datos que exponemos a continuación son resultado de la investigación principalmente de la entrevista al organizador y documentos facilitados por él, mientras que la información anterior es investigación documental que se la puede encontrar en su totalidad en la página web de la empresa organizadora de la carrera Sportbike.

## **Origen, evolución y organización de la carrera de MTB LVI**

La carrera MTB LVI nace por iniciativa del deportista y empresario Carlos Revelo como consecuencia de su participación en la vuelta al Cotopaxi considerada por muchos la carrera más importante de MTB del Ecuador y la más alta de Latinoamérica, cumplió 10 ediciones en el 2014 contó con 532 inscritos de los cuales 66 fueron extranjeros (Rojas, 2014; El Telégrafo, 2014).

El año 2009 Carlos Revelo decide realizar la primera vuelta al Imbabura una carrera de un día, la realiza por parejas al igual que la vuelta al Cotopaxi, lamentablemente esta primera edición no obtuvo los resultados que él esperaba con menos de 100 inscritos. Para las próximas ediciones decide que la participación sea individual y acorta el recorrido de la carrera a 40 km.

En la séptima edición que es la carrera analizada hubo 577 participantes comprobados en el archivo de registro que Carlos Revelo facilitó, donde se pudo evidenciar que 229 participantes provenían de fuera de la provincia de Imbabura, el 39 % del total de los participantes de la competencia, estos datos convierten a la carrera de MTB LVI la carrera realizada en Ibarra e Imbabura que más participantes foráneos tiene.

La carrera se realizó el domingo 26 de julio del 2015, se inició en el sector del lago San Pablo en el cantón Otavalo, la hora de partida de la carrera fue 8 am en punto, la organización de la carrera provee de movilidad a los competidores y sus bicicletas desde la ciudad de Ibarra saliendo en un camión a las 6 am de la mañana.

En esta edición que fue motivo de estudio se establecieron por primera vez dos categorías con sus respectivas sub categorías las cuales están desglosadas en el siguiente cuadro:

Tabla 24. Cuadro de categorías de la competencia LVI séptima edición

<b>CATEGORIA</b>	<b>SUBCATEGORIA</b>	<b>PARTICIPANTES</b>
40 KM	<ul style="list-style-type: none"><li>• ELITE</li><li>• JUNIOR</li><li>• DAMAS ABIERTA</li><li>• SENIOR 1</li><li>• SENIOR 2</li><li>• MASTER A 1</li><li>• MASTER A 2</li><li>• MASTER B 1</li><li>• MASTER B 2</li><li>• MASTER C</li></ul>	334
TURISMO 28 KM	<ul style="list-style-type: none"><li>• DAMAS TURISMO</li><li>• MASTER D 28 KM</li><li>• TURISMO SENIOR</li><li>• TURISMO MASTER</li></ul>	243

Fuente: Elaboración propia basado en registros de resultados de la competencia LVI 2015

En esta última edición al crear la categoría turismo con un recorrido de 28 kilómetros permitió que más competidores participen en especial mujeres. En sí, las distancias totales del recorrido no son tan extensas pero sus gradientes y la altura a la que se recorre son condiciones que pueden dificultar en cierta manera su realización.

La competencia parte desde la ciudad de Otavalo a una altura de 2300 m.s.n.m y la parte más alta se encuentra en el sector del El Abra 3430 m.s.n.m, termina en la loma de Guayabillas en la ciudad de Ibarra a 2220 m.s.n.m. Revelo (2015). Los tiempos de llegada oscilan entre 1 hora 45 minutos, los primeros competidores en llegar hasta más de 4 horas y media los últimos.

La competencia contó en esta séptima edición con 8 auspiciantes principales que fueron las siguientes empresas.

Tabla 25. Auspiciantes carrera MTB LVI 2015

<b>EMPRESA</b>	<b>RUBRO AL QUE PERTENECE</b>
BULLS	Bicicletas
IMBAUTO	Automóviles
VITA	Lácteos
UNACEM	Cemento
MOBIL	Aceites
ORTIZ DISING	Textiles
EQUINOCCIAL	Seguros
ALTOS	Seguros

Fuente: Elaboración propia basado en sportbike.com.ec



## **SEGUNDA PARTE: PROCEDIMIENTOS Y MÉTODOS**



### **Capítulo 3**

#### **MÉTODOS Y TÉCNICAS APLICADAS.**

Dado que los objetivos de este estudio de carácter exploratorio y descriptivo pretenden obtener información acerca de la carrera de MTB LVI, el ciclismo de montaña y su desarrollo como actividad turística, así como el impacto de éstos en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra, se planteó la búsqueda de fuentes de información primaria y secundaria.

En primera instancia, se realizó una investigación documental para establecer el contexto y marco teórico del ciclismo de montaña y su incidencia en el turismo. Adicionalmente se investigaron documentos para el análisis comparativo de la situación local cuantitativa y cualitativa de los objetivos a resolver.

Para la obtención de información primaria se aplicaron encuestas que es una metodología cuantitativa y, entrevistas que corresponde a una metodología cualitativa. Estas herramientas son ampliamente utilizadas en investigaciones Posso Y.(2013), Bhattacharjee (2012). Las encuestas se realizaron a los participantes de la carrera de MTB LVI provenientes de fuera de la provincia de Imbabura; mientras que, las entrevistas se realizaron a los principales actores clave relacionados a las actividades de ciclismo de montaña y turismo activo.

En tanto que, las técnicas aplicadas para analizar la información recopilada en el caso de las encuestas fueron; análisis descriptivo y análisis de

correspondencias múltiples. En el caso de las entrevistas se utilizó el análisis FODA.

Con el uso de estos métodos y técnicas para el desarrollo de la investigación, se pretende generar un conocimiento válido y confiable.

### **3.1 Adecuación de las metodologías a los objetivos planteados**

La revisión documental, la aplicación entrevistas y encuestas son las herramientas metodológicas más adecuadas para la recopilación de información necesaria para cumplir los objetivos de este estudio ya que se ajustan al carácter exploratorio y descriptivo necesitado.

Estas herramientas permiten obtener información requerida en corto tiempo, además con información primaria proporcionada directamente de los sujetos involucrados en la actividad (Posso, 2013; Bhattacharjee, 2012).

A continuación se describen cada uno de los métodos utilizados.

### **3.2 Revisión y análisis documental**

El primer método utilizado fue la revisión y análisis documental, para determinar el contexto de la temática estudiada en esta investigación. Es así que se recopiló y analizó información bibliográfica sobre turismo y sus tipologías como; turismo activo, deportivo, sostenible, ecoturismo, cicloturismo,

el turismo de ciclismo de montaña y las competencias de MTB. Se realizó una investigación sobre la bicicleta, sus orígenes, evolución, organizaciones y competencias de ciclismo; se profundizó en el análisis del cicloturismo y turismo de ciclismo de montaña, a partir de la revisión de múltiples documentos que son planes de desarrollo y acción de turismo de ciclismo de montaña de diferentes regiones y ciudades del mundo; la información recopilada sirvió para contrastar, validar y comparar la información obtenida en encuestas y entrevistas, en función de lo cual se establecieron los parámetros de discusión y análisis de resultados, así como las conclusiones y recomendaciones.

Adicionalmente, se recopiló información para determinar la situación de estudio en el territorio, la caracterización de la actividad turística en Ibarra, con especial énfasis en el turismo de ciclismo de montaña y eventos de MTB.

### **3.3 Encuestas**

La encuesta es un método de uso muy popular para realizar investigación cuantitativa en el área de las Ciencias Sociales; la misma que usa un cuestionario estandarizado para la recopilación de información. Este método es útil para realizar análisis descriptivo, exploratorio y explicativo; presentando las siguientes ventajas comparativas respecto a otros métodos de investigación según Bhattacharjee (2012):

- Permiten la medición de datos no observables como preferencias, comportamientos, actitudes, entre otros.
- Es ideal para recopilar información de una población demasiado grande; mediante la selección de una muestra representativa de esta población, a la que aplica la encuesta.

- Este método es preferido por los encuestados, debido a su naturaleza de discreción.
- Demanda menos recursos económicos y humanos que otros métodos.

Por otro lado, la encuesta presenta desventajas como:

- Sesgo por la no respuesta.
- Sesgo de muestreo
- Sesgo de deseabilidad social, y
- Sesgo del recuerdo.

La encuesta se divide en dos categorías de acuerdo a cómo se recopila la información, esto es, en cuestionario y entrevista.

### **3.3.1 Cuestionario**

Un cuestionario es un instrumento de investigación, que contiene un conjunto de preguntas orientado a la recopilación de información de forma estandarizada; estas preguntas pueden ser no estructuradas o estructuradas. Las preguntas no estructuradas están diseñadas para que el encuestado responda en sus propias palabras; en tanto que, las preguntas estructuradas son diseñadas para que el encuestado seleccione una respuesta de un determinado conjunto de opciones (Bhattacharjee, 2012)

Otros aspectos a considerar en la elaboración de una encuesta son:

- El tiempo que le tomará responder al encuestado; por lo general, se estima un tiempo de 10 a 15 minutos, de tal forma que se garantice la tasa de respuesta.
- Asegurar la confidencialidad de las respuestas.

- Probar el cuestionario, antes de aplicarlo a la muestra seleccionada; para corregir sesgos, ambigüedades, falta de claridad de las preguntas.

En la mayoría de los estudios que se revisaron, se identificó la aplicación de un cuestionario para recopilar información sobre el ciclismo de montaña, perfil de quienes practican este deporte y el impacto en el turismo de determinada zona, tal es el caso de IMBA (2015), Inspiring Place Pty Ltd (2008), Nairne (2014), Sport and Recreation Tasmania (2009), Wildside MTB (2015).

Con este instrumento metodológico se pretendió dar respuesta a los objetivos 2 y 3, perfil del participante visitante y, características del consumo de servicios turísticos en el cantón Ibarra, respectivamente; para con estos insumos analizar la incidencia de la carrera en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.

#### **Objetivos del cuestionario:**

- Conocer las características del perfil socio-demográfico de los visitantes que participaron en la competencia.
- Analizar su perfil socio económico.
- Conocer el comportamiento de consumo durante la estadía en el cantón Ibarra.
- Analizar el comportamiento y preferencias en cuanto al uso de servicios turísticos en general; alojamiento, alimentación, servicios complementarios (spa, balnearios, transporte, ocio, entretenimiento), entre otros.
- Estudiar las motivaciones que los llevó a participar en la competencia.

- Medir la frecuencia de participación en éste tipo de competencia en el país.
- Evidenciar la posibilidad de recomendar al cantón Ibarra para realizar actividades recreativas de ciclismo de montaña.

### **Diseño del cuestionario**

El cuestionario aplicado fue revisado por personas que tienen experiencia en elaboración de proyectos de planificación y herramientas de investigación.

Previo a la aplicación en campo, se realizó un simulacro de aplicación de la encuesta con el personal que estaba a cargo de realizar el abordaje a los sujetos determinados para la investigación, para comprobar su validez y utilidad. Este simulacro se realizó el día viernes 24 de julio, dos días antes del evento, en una reunión preparatoria e informativa, donde de igual manera se establecieron los lineamientos para garantizar el cumplimiento de la meta de encuestados establecida según la fórmula estadística. Adicionalmente, se utilizaron stickers para identificar a los participantes que fueron encuestados.

El tiempo estimado para completar el cuestionario es de aproximadamente 5 minutos. Éste se compuso de una breve introducción donde se explica los objetivos y metodología de aplicación, cuenta con 18 preguntas que indagan sobre el perfil socio-demográfico (edad, sexo, ocupación), socio-económico (nivel de ingresos), comportamiento turístico de consumo; esto es, número de acompañantes con los que se movilizaron, estadía, gasto y preferencias de consumo de servicios turísticos.

El cuestionario se aplicó el 26 de julio de 2015, durante la mañana, con un equipo de 10 personas que se ubicaron a la llegada del recorrido, ya que se

contó con un espacio aproximado de cuatro horas, entre la finalización de la carrera y la premiación de los ganadores de “La Vuelta al Imbabura 2015”, para realizar ésta.

### **3.3.2 Unidades de análisis y variables**

La unidad de análisis es el encuestado. En cuanto a las variables de la encuesta, se definieron 3 componentes: perfil socio-demográfico, consumo de servicios turísticos y aspectos relacionados con la competencia (motivación, frecuencia de participación y recomendación).

Tabla 26. Variables a medir

COMPONENTES	NOMBRE DE LA VARIABLE
<b>Perfil socio-demográfico</b>	Procedencia
	Género
	Edad
	Ocupación
	Nivel de ingresos
<b>Consumo de servicios turísticos</b>	Tiempo de estadía
	Número de acompañantes
	Gastos de estadía y alimentación
	Servicios turísticos complementarios
<b>Aspectos relacionados con la competencia</b>	Frecuencia de participación en éste tipo de competencias
	Recomendación de la competencia y el cantón de Ibarra para hacer turismo
	Practica por deporte
	Participación por premios e incentivos
	Conocer el entorno
	Competidor profesional
Actividad recreativa	

Fuente: Elaboración propia

### **3.3.3 Tamaño y validez de la muestra**

Para realizar la aplicación de las encuestas, es necesario determinar el tamaño de la muestra; para garantizar que los resultados obtenidos representen a la

población o universo, que en este caso son los participantes de la competencia de MTB LVI provenientes de fuera de la provincia de Imbabura. Para ello, deberán considerarse varios criterios estadísticos como son:

- El parámetro se refiere a la característica de la población.
- El estimador es la función de la muestra que se usa para medir el parámetro.
- El error muestral siempre se comete ya que existe una pérdida de la representatividad al momento se escoger los elementos de la muestra. Sin embargo, la naturaleza de la investigación nos indicará hasta qué grado se puede aceptar.
- El nivel de confianza, por su parte, es la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad; es decir, que capte el valor verdadero del parámetro a medir (Lind, Marchal, & Wathen, 2012; Webster, 2001; Posso, 2013)

Para conocer el tamaño de la población objeto de estudio, se se solicitó el archivo de inscripciones a los organizadores de la competencia, en el mismo que constaban 577 fichas de inscripción, de las cuales 229 eran personas que no residen en la provincia de Imbabura; siendo éste el universo a estudiar.

Para calcular el tamaño de la muestra y dado que se conoce el tamaño de la población se aplicó la siguiente fórmula:

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

Donde cada uno de los elementos de la fórmula representan lo siguiente:

N = tamaño de la población.

Z = nivel de confianza, que si se lo define en relación al 95% equivale a 1,96.

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada.

q = probabilidad de fracaso.

d = error máximo admisible en términos de proporción (Posso, 2013)

En este caso, la fórmula queda de la siguiente manera:

N = 229 participantes que residen fuera de Imbabura.

Z = 1,96; que es el valor determinado a un nivel de confianza del 95% y obtenido a partir de la tabla de distribución normal.

p = 93%.

q = 7%.

d = 3%.

$$n = \frac{229 \times 1,96^2 \times 0,93 \times 0,07}{0,03^2 \times (229 - 1) + 1,96^2 \times 0,93 \times 0,07}$$

$$n = 125,79 \approx 126$$

Se requiere realizar al menos 126 encuestas para que la muestra sea representativa.

### **3.3.4 Recolección de datos**

Una vez determinado el tamaño de la muestra, se coordinó con los organizadores de la competencia para realizar la aplicación de las encuestas, el día 26 de julio de 2015, desde las 8:30 a.m. hasta la hora de llegada del

último participante en el lugar turístico “Loma de Guayabillas”, que fue el destino final de la ruta. Allí se procedió a realizar la encuesta, confirmando que el participante provenga de fuera de la provincia de Imbabura.

Se realizaron un total de 126 encuestas, de acuerdo al tamaño de muestra establecido las mismas que fueron respondidas a cabalidad; una vez recopilada la información se procedió a sistematizar para después realizar la depuración codificación, análisis exploratorio y descriptivo univariado y multivariado (análisis de correspondencias múltiples). En la aplicación de las encuestas participaron 10 estudiantes universitarios de la carrera de Turismo.

### **3.4 Entrevistas**

Las entrevistas constituyen una técnica de recolección de información directa, ampliamente utilizada en los análisis de naturaleza cualitativa, con el fin de obtener información sobre varios aspectos de interés del estudio, que provienen de las percepciones, creencias, opiniones y actitudes del entrevistado; así como de la observación de la realidad circundante donde éste desarrolla sus actividades. Por este método es posible obtener datos referentes a la población, facilitados por quienes tienen mayor conocimiento y experiencia, por ser parte de la realidad que se estudia (Fontana & Frey, 1994; Onwuegbuzie, Leech, & Collins, 2008; Vargas Jiménez, 2012).

En diversos estudios y análisis sobre el ciclismo de montaña Centre for Recreation and Tourism Research (2013), Hallmann & Breuer (2010), Walo, Bull, & Breen (1996), la entrevista es utilizada como una de las principales herramientas para obtener información sobre los perfiles de los ciclistas, opiniones sobre algunos tópicos, perspectivas a futuro, entre otros.

La entrevista según su estructura se clasifica en:

- a. Estructurada.- Es aquella que sigue un guión previamente establecido, donde las preguntas son cerradas, sin dejar margen para que el entrevistado haga una réplica o se salga del guión.
- b. Semiestructurada.- Es aquella en la que se determina con antelación la información que se quiere obtener; para lo cual se diseñan preguntas abiertas con el fin de que el entrevistado de una respuesta amplia.
- c. No estructuradas.- Es aquella que no tiene un guión previo; pero si un sustento y conocimiento sobre el tema a tratar. En este caso la entrevista se va construyendo en función de las respuestas que da el entrevistado (Fontana & Frey, 1994; Onwuegbuzie, Leech, & Collins, 2008; Vargas Jiménez, 2012)

Para esta investigación, se diseñó una entrevista semiestructurada considerando un eje primordial: la incidencia del ciclismo de montaña en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra. De tal forma que, con los elementos resultantes de las entrevistas realizadas a los actores clave; se pueda determinar la situación actual e identificar las principales fortalezas y oportunidades; así como los problemas, que sirvan de insumo para el planeamiento de estrategias a futuro.

Respecto a la selección de los entrevistados, en primera instancia se realizó la identificación de los actores clave del ciclismo de montaña y turismo en general. De acuerdo a la literatura disponible, el grupo de actores clave de esta actividad es amplio y diverso, siendo los de mayor relevancia:

- Gobiernos locales.
- Organismos estatales relacionados con la actividad.
- Comunidades locales.
- Operadoras turísticas.
- Establecimientos de alojamiento.
- Talleres y tiendas de bicicleta.
- Responsables de áreas rurales y forestales, parques nacionales o reservas ecológicas.
- Organizadores de eventos.
- Clubes.
- Especialistas y consultores.
- Ciclistas profesionales.
- Propietarios de tierras cercanas a las rutas de ciclismo.
- Servicios de transporte (Currie, Seaton, & Wesley, 2009; PinnAcle Consulting, 2010)

En función de ello, se seleccionaron a 4 actores:

- Organizador de la competencia “La Vuelta al Imbabura” y otras competencias de ciclismo de montaña que se realizan en el cantón Ibarra. Esta entrevista estuvo dirigida a responder el objetivo 1 de la investigación, estudiar las características de esta competencia; de lo cual se obtuvo la siguiente información:
  - Incidencia de la competencia en la práctica del ciclismo de montaña en Ibarra.
  - Aporte de la competencia en el consumo de servicios turísticos.
  - Coordinación entre los organizadores de la competencia con actores del sector turístico y otros stakeholders como entidades públicas.

- En el sector público, se entrevistó al ex director zonal del Ministerio de Turismo de Ecuador, quién durante su tiempo en funciones desarrolló el proyecto de ciclorutas en la provincia de Imbabura y cuenta además con amplia experiencia en el sector privado en actividades de turismo activo y outdoor training.
- En el sector privado, se entrevistó al presidente de la asociación de hoteleros de Imbabura (AHOTIM), con el fin de tener el punto de vista del sector empresarial acerca de la generación real de beneficios para el sector turístico y principalmente hotelero, por la realización de la competencia LVI; además de conocer otros datos cualitativos de la relación del ciclismo de montaña y los servicios turísticos.
- Por último se realizó una entrevista a la gerente propietaria de Biking Dutchman, la primera operadora de turismo del Ecuador especializada en la realización de tours de ciclismo de montaña que funciona desde 1991; con el objetivo de reforzar la información cualitativa acerca de las condiciones del turismo de ciclismo de montaña, eventos relacionados al ciclismo de montaña y su incidencia en el consumo de servicios turísticos en Ecuador e Ibarra.

Con las 3 entrevistas se obtuvo la siguiente información:

- Situación actual del turismo de ciclismo de montaña a nivel nacional y local.
- Importancia de las competencias de ciclismo de montaña para el turismo.
- Perspectivas del crecimiento del turismo de ciclismo de montaña en Ecuador e Ibarra.
- Aprovechamiento de las competencias de ciclismo de montaña para beneficiar al consumo de servicios turísticos.

- Las de competencias de ciclismo de montaña como elemento de desarrollo de destinos de turísticos de MTB.

Para realizar las entrevistas se contactó a cada uno de los especialistas y se establecieron citas en sus lugares de trabajo. Durante la entrevista se utilizó una grabadora digital de audio y video que registró todo el proceso.

Las entrevistas tuvieron una duración promedio de 45 minutos, cada una de las preguntas establecidas en la estructura fueron realizadas; no hubo límite de tiempo para que los entrevistados respondan y señalen su punto de vista, opinión o percepción.

Tabla 27. Cronograma de entrevistas

<b>Nombre entrevistado</b>	<b>Institución</b>	<b>Fecha de entrevista</b>	<b>Lugar de entrevista</b>
Carlos Revelo	Organizador de la competencia	10 de Agosto de 2015	Ibarra
Eugenio Naranjo	Ex director zonal del Ministerio de Turismo de Ecuador	26 de Agosto de 2015	Quito
Ana Lucía Noboa	Gerente propietaria de Biking Dutchman	26 de Agosto de 2015	Quito
Luis Carlos Ruiz	Presidente de la Asociación de Hoteleros de Imbabura (AHOTIM)	02 de Septiembre dl 2015	Ibarra

Fuente: Elaboración propia

### **3.5 Técnicas utilizadas en el estudio**

Como se mencionó anteriormente, para realizar el análisis cuantitativo de la información recabada en las encuestas, se hizo primero un análisis estadístico descriptivo y exploratorio y luego análisis de correspondencias múltiples (AMC). Utilizando el software de IBM SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versión 23. Mientras que, para el análisis cualitativo de la información

recopilada en las entrevistas, se utilizó el análisis FODA; para lo cual se introduce una breve explicación de estas.

### **3.6 Análisis estadístico descriptivo y exploratorio**

El estudio y análisis de los datos obtenidos de una muestra; como su nombre lo indica describen y resumen observaciones obtenidas sobre un fenómeno, suceso, hecho y en este caso en particular un evento la carrera MTB LVI (Rojo, 2006; Flores Cebrián, 2009)

Los objetivos del análisis estadístico descriptivo y exploratorio de datos son los siguientes:

- Familiarizarse con la naturaleza de los datos a analizar.
- Estudiar las principales características de la distribución de las variables.
- Tratar de poner de manifiesto las relaciones más evidentes que pudieran existir entre las variables.
- Detectar los valores atípicos.

#### **3.5.1 Análisis Univariado**

Según: es un análisis básico y primario de las características o propiedades de un ente, este análisis se realiza basado en una sola variable, es decir que cada una de las variables son estudiadas por separado (unad.edu.co, 2014;Ávila Baray, 2006)

### **3.5.2 Análisis de Correspondencias Múltiples**

El Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) es una técnica de análisis multivariado, apropiada para examinar encuestas y procesar bases de datos con información cualitativa; esta técnica es ampliamente utilizada para obtener una representación simultánea de todas las modalidades de las variables de estudio. Con el ACM se analizan tablas de individuos descritos por variables categóricas; los individuos son similares porque asumen más o menos las mismas modalidades; mientras que, la asociación entre variables se presenta porque son más o menos los mismos individuos que asumen modalidades iguales de diferentes variables (Greenacre, 2008; Peña D. , 2002).

El ACM compara individuos a través de las modalidades de las variables y permite identificar asociaciones entre variables a través de las modalidades de éstas (Fernández, 2011; Greenacre, 2008; Peña D. , 2002).

En síntesis, la interpretación del ACM se lo realiza en 3 aspectos:

- Proximidad entre individuos en términos de parecido.
- Proximidad entre modalidades de variables diferentes en términos de asociación.
- Proximidad entre modalidades de una misma variable en términos de parecido (Fernández, 2011).

### **3.7 Análisis FODA**

El análisis FODA es una técnica de estudio de la situación de una organización o un proyecto, para conocer la situación real y, realizar una planificación estratégica de futuro (FME, 2013).

Según FME (2013), Ministerio de Fomento (2005) el objetivo de esta técnica es analizar las características internas y externas de la organización o del proyecto, para determinar las ventajas competitivas. Dentro de las características internas se analizan:

- Fortalezas,
- Debilidades.

En las características externas se analizan:

- Oportunidades
- Amenazas.

Según FME (2013) en la etapa de planificación estratégica y, en función de los resultados de este análisis, se deben responder a las siguientes interrogantes:

¿Cómo se puede destacar cada fortaleza?

¿Cómo se puede aprovechar cada oportunidad?

¿Cómo se puede defender cada debilidad?

¿Cómo se puede detener cada amenaza?



## **TERCERA PARTE: ANÁLISIS DE RESULTADOS**

## **CAPÍTULO 4**

### **ANÁLISIS DEL CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LOS PARTICIPANTES DE LA COMPETENCIA CICLISTICA “LA VUELTA AL IMBABURA”**

De acuerdo al lugar de procedencia, el número de inscritos en la competencia provenientes de fuera de Imbabura, que ascendió a 229 participantes, residen en:

Tabla 28. Participantes y procedencias

<b>Participantes de la carrera de MTB LVI 2015 por provincias</b>	
<b>Provincia</b>	<b>Participantes</b>
Pichincha	189
Imbabura	348
Manabí	8
Santo Domingo	4
Carchi	10
Tungurahua	5
Cotopaxi	3
Chimborazo	4
Guayas	1
Colombia	3
Alemania	2
<b>Total</b>	<b>577</b>

Fuente: Elaboración propia

Respecto al resto de características socio-demográficas del participante, se presentan los resultados en el siguiente apartado.

#### **4.1 Análisis descriptivo de la encuesta a los competidores de “La vuelta al Imbabura” provenientes de fuera de la provincia**

La encuesta realizada a los participantes de la competencia de ciclismo de montaña “La vuelta al Imbabura”, que no vivan en la provincia de Imbabura, tuvo como objetivo recopilar información del perfil del competidor y el consumo de servicios turísticos que realiza como consecuencia de su participación en la competencia.

La encuesta está conformada por 18 preguntas, de las cuales 14 son cerradas y con rangos predeterminados y 4 son abiertas. En el caso de las preguntas abiertas se procedió a homogeneizar respuestas y agrupar las respuestas en base a la frecuencia de las mismas (edad, tipo y cantidad de acompañantes y competencias en las que ha participado), en el caso de la pregunta del lugar de origen, se agrupó de acuerdo a la provincia o país que pertenece el competidor con la finalidad de tener mayor representatividad estadística.

Las frecuencias y porcentajes de las variables levantadas con la encuesta son:

1. Ciudad donde vive el participante.- Esta variable permite identificar que el 78,6% de los participantes son de las provincias limítrofes a Imbabura, de los cuales el 65,1% de participantes pertenecen a la provincia de Pichincha, y el 13,5% a la provincia del Carchi, provincias que tienen gran afición por el ciclismo. Además, la competencia genera el interés de participantes internacionales (Colombia y Alemania) que representan el 3,2% de participantes. Es importante recalcar que las dos personas alemanas encuestadas uno reside en Ecuador y otro era turista de este último su principal motivación de viaje no fue la competencia en sí. Al contrario de los participantes de Colombia que si visitaron Ibarra por motivo de la carrera de MTB LVI.

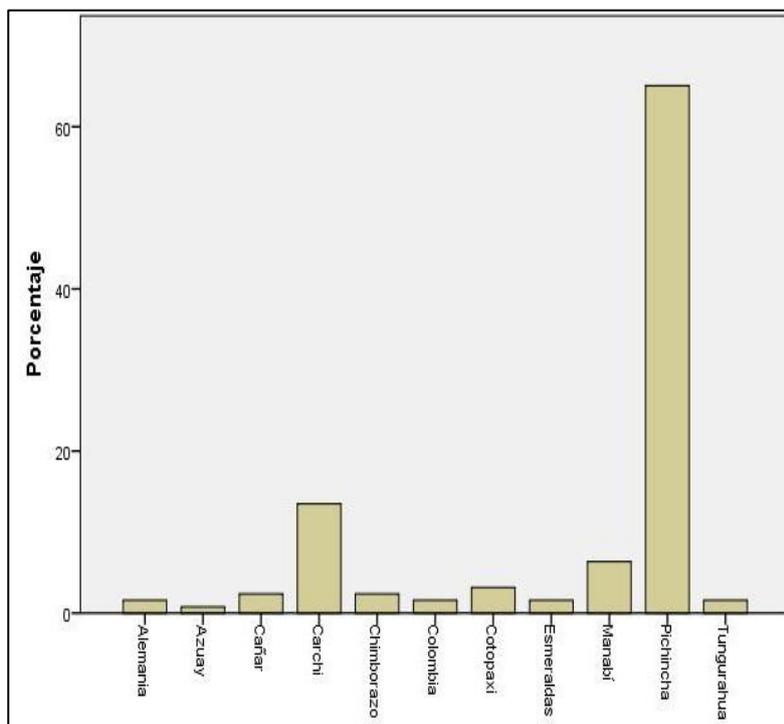
### Ciudad donde vive el participante

Tabla 29.

Categoría	Frecuencia
Alemania	2
Azuay	1
Cañar	3
Carchi	17
Chimborazo	3
Colombia	2
Cotopaxi	4
Esmeraldas	2
Manabí	8
Pichincha	82
Tungurahua	2
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 38.



Fuente: Elaboración propia

2. **Género.**- Del total de 126 participantes de la competencia, 120 son de género masculino y 6 de género femenino, con un predominio masculino del 95,2%, lo que indica que este tipo de pruebas físicas de alta resistencia atraen a un mayor número de competidores y turistas masculinos.

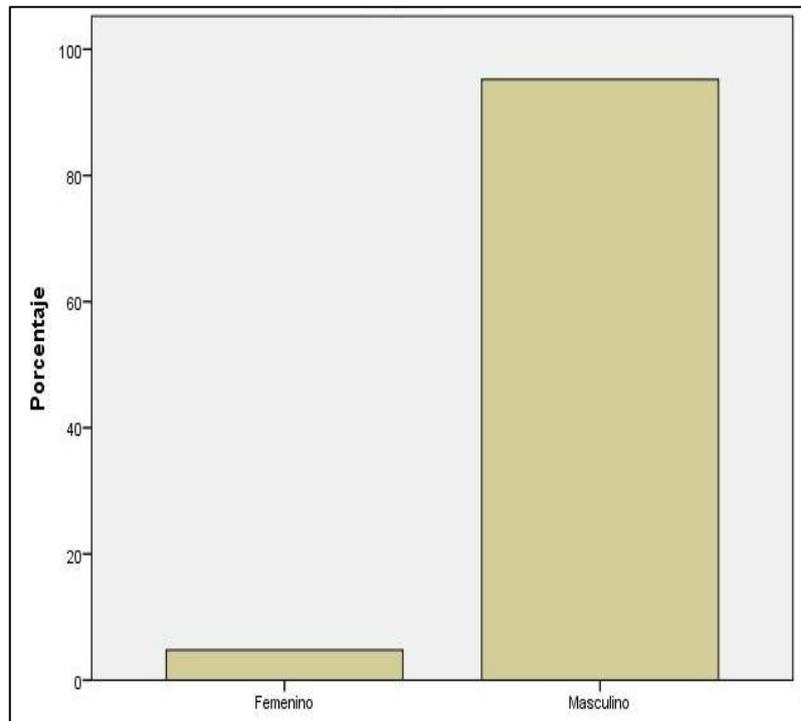
### Género

Categoría	Frecuencia
Femenino	6
Masculino	120
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30.

Figura 39.



Fuente: Elaboración propia

3. **Edad.**- La mayoría de competidores está en las categorías Élite (23 a 29 años) con 27%, Masters A (30 a 35 años) con 20,6%, y Masters C (41 a 45 años) y Sub 23 (19 a 22 años) con 9,5% cada uno, coincide con los estándares mundiales de las personas que practican el MTB, además son edades donde los individuos son económicamente productivos, lo que es beneficioso para el consumo de servicios turísticos complementarios a la carrera.

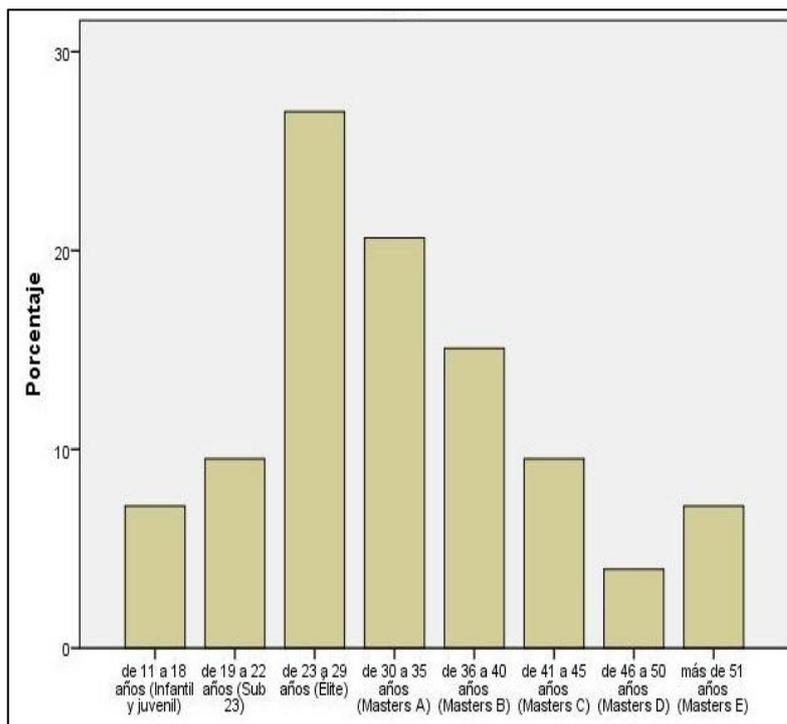
### Edad

Tabla 31.

Categoría	Frecuencia
de 11 a 18 años (Infantil y juvenil)	9
de 19 a 22 años (Sub 23)	12
de 23 a 29 años (Élite)	34
de 30 a 35 años (Masters A)	26
de 36 a 40 años (Masters B)	19
de 41 a 45 años (Masters C)	12
de 46 a 50 años (Masters D)	5
más de 51 años (Masters E)	9
<b>Total</b>	<b>126</b>

Fuente: Elaboración propia

Figura 40.



Fuente: Elaboración propia

4. **Ocupación.**- Del 100% de encuestados, la mitad (63 participantes) trabajan en el sector privado, seguido del 27% (34 participantes) que corresponden a actividades económicas independientes y apenas el 10,3% (13 participantes) corresponden al sector público; lo que da un claro indicio de que el sector privado e independiente practican ciclismo de montaña y participan de carreras de MTB, esto permite caracterizar el perfil de los potenciales turistas y enfocar las promociones en las próximas ediciones de la LVI y otros eventos similares.

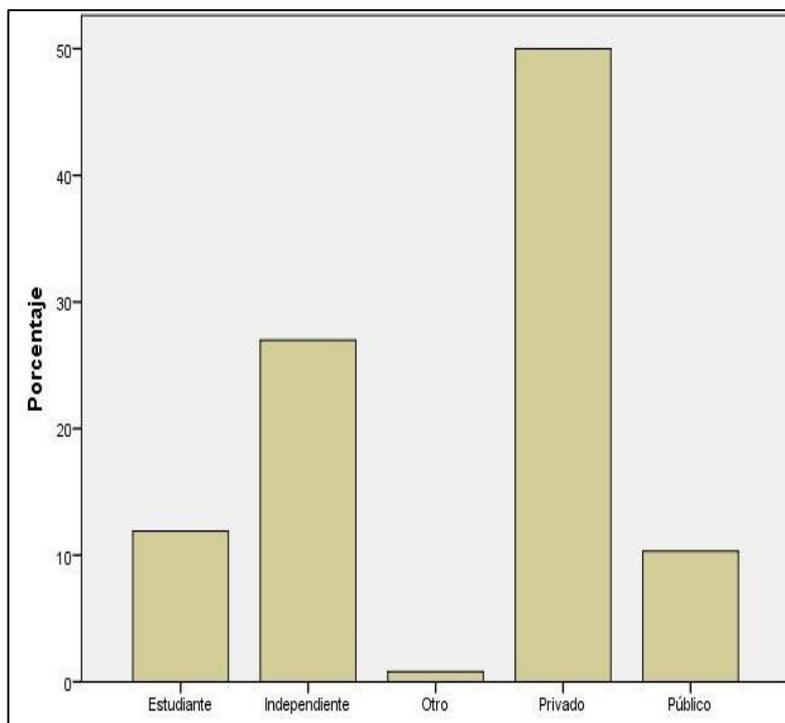
### Ocupación

Tabla 32.

Categoría	Frecuencia
Estudiante	15
Independiente	34
Otro	1
Privado	63
Público	13
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 41.



Fuente: Elaboración propia

5. *Nivel de ingresos.*- Un 26,2% de los competidores tienen un ingreso mensual de 500 a 1.000 dólares, seguido del 21,4% con ingresos de 1.000 a 1.500 dólares; por otro lado, los competidores que tienen un ingreso mayor a 2.000 dólares representan el 11,1%, lo que evidencia que no existe una polarización de personas con un ingreso determinado y los participantes tienen ingresos heterogéneos, esto puede ser conveniente ya que si se incentiva el consumo de servicios turísticos complementarios existiría diversidad en la demanda situación de la que pueden aprovechar diferentes tipos de negocios turísticos.

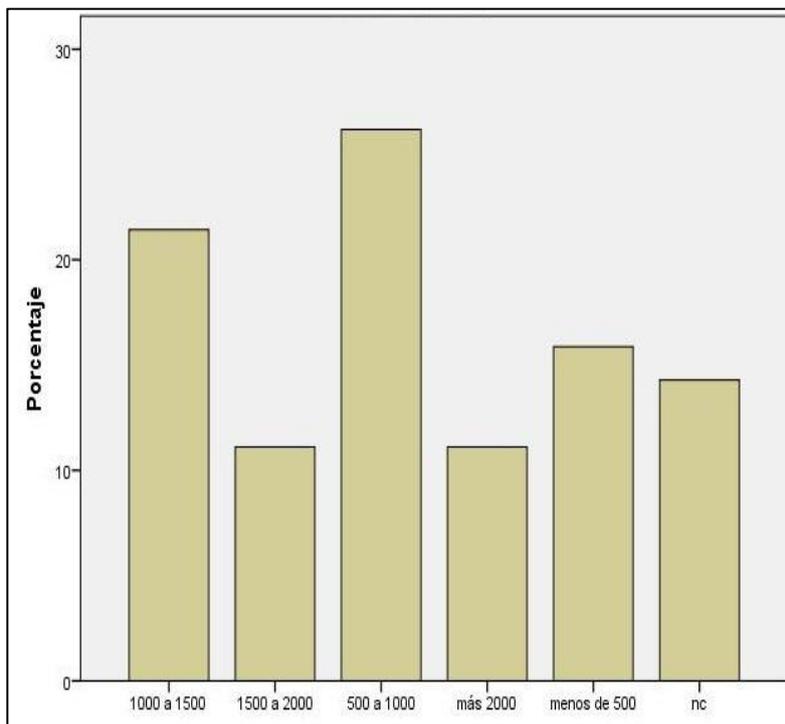
### Nivel de ingresos

Tabla 33.

Categoría	Frecuencia
1000 a 1500	27
1500 a 2000	14
500 a 1000	33
más 2000	14
menos de 500	20
Nc	18
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 42.



Fuente: Elaboración propia

6. *Visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia.*- De 126 participantes el 43% (54 competidores) han visitado el catón Ibarra como parte de su preparación antes de la competencia, de éste porcentaje el 61,1% (33 competidores) se han hospedado en la ciudad por más de un día, lo que demuestra que la carrera de MTB LVI además de atraer visitantes durante el día de la competencia, genera visitas previas para el entrenamiento de ciclismo de montaña, posible reconocimiento del circuito de la competencia y preparación para la misma. Por lo tanto, la correcta coordinación con los prestadores de servicios turísticos permitirá aprovechar de mejor manera la estancia de los deportistas, para lo cual se necesitaría generar campañas que ofrezcan descuentos a las personas inscritas en la carrera y que asistan anticipadamente como parte de la preparación para la misma.

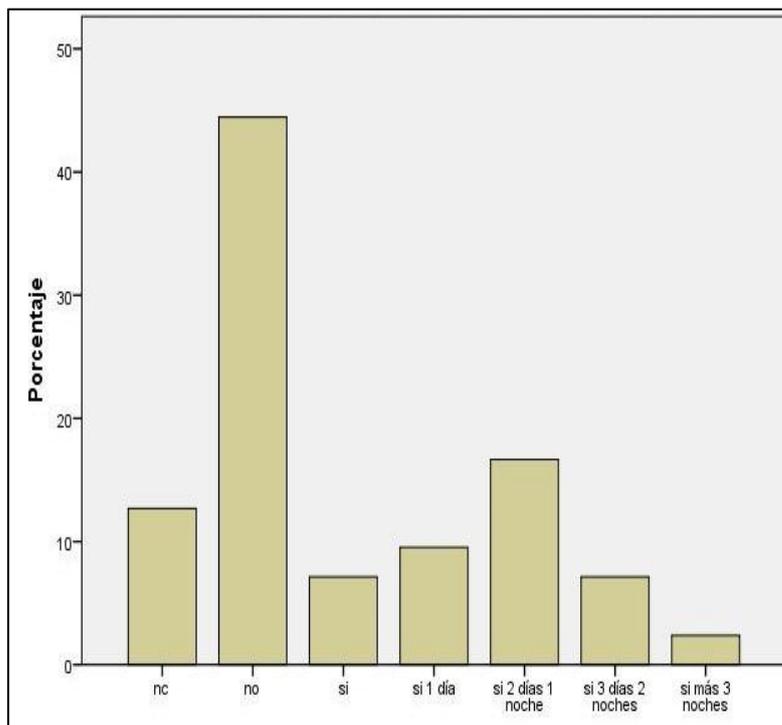
### Visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia

Tabla 34.

Categoría	Frecuencia
Nc	16
No	56
Si	9
si 1 día	12
si 2 días 1 noche	21
si 3 días 2 noches	9
si más 3 noches	3
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 43.



Fuente: Elaboración propia

7. *Tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia.*- El 49,2% (62 participantes), han asistido solo el día de la carrera lo cual no genera ingresos a los servicios de hospedaje del cantón Ibarra. El 45,9% (57 participantes) han tenido una pernoctación por lo menos de una noche y el 4,8% (6 participantes) han permanecido 2 noches o más, existe una persona que no contesta la cual se ha sumado a las personas que no han pernoctan. Esto establece que el 50% de participantes pernoctan en Ibarra lo cual podría parecer un indicador aceptable en la incidencia del consumo de hospedaje, sin embargo no todos pernoctan en servicios turísticos de hospedaje. Esta información es importante ya que establece la necesidad de realizar acciones conjuntas entre el sector público, los oferentes de servicios turísticos y los organizadores de la carrera para aprovechar de mejor manera el flujo o llegada de personas a la ciudad de Ibarra por motivo del evento, tanto para incrementar la cantidad de personas que pernoctan, la cantidad de días que lo hacen y fomentar el uso de servicios turísticos de hospedaje.

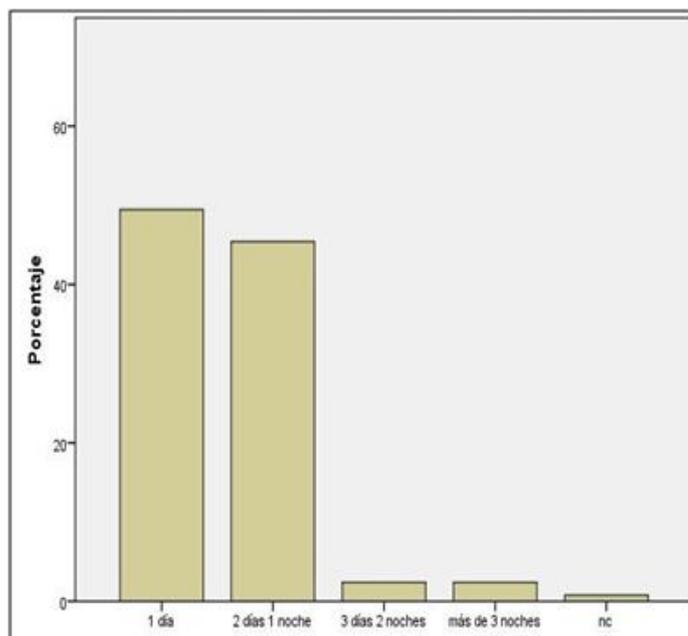
### **Tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia**

Tabla 35.

Categoría	Frecuencia
1 día	62
2 días 1 noche	57
3 días 2 noches	3
más de 3 noches	3
Nc	1
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 44



Fuente: Elaboración propia

8. *Tipo de acompañantes y cantidad.*- Del total de participantes, el 43,7% y el 38,9% de los participantes han visitado el cantón de Ibarra con sus amigos y familiares respectivamente, si adicionalmente se toma en cuenta a los competidores que se desplazan con su pareja 6.3% se evidencia que el 88,9% de los participante viajan acompañados a la carrera LVI, esto muestra que además de la afluencia de competidores se genera una afluencia importante de visitantes que acompañan a estos lo cual puede potenciar el consumo de servicios turísticos en el cantón Ibarra. Además, cabe mencionar que al realizar la depuración de la encuesta se encontró que algunos competidores venían acompañados por grupos de amigos o familiares, pero no se pudo determinar si dentro de estos grupos existían más competidores, razón por la cual se realizó cruces de información para tener datos fiables que permitan realizar un correcto análisis.

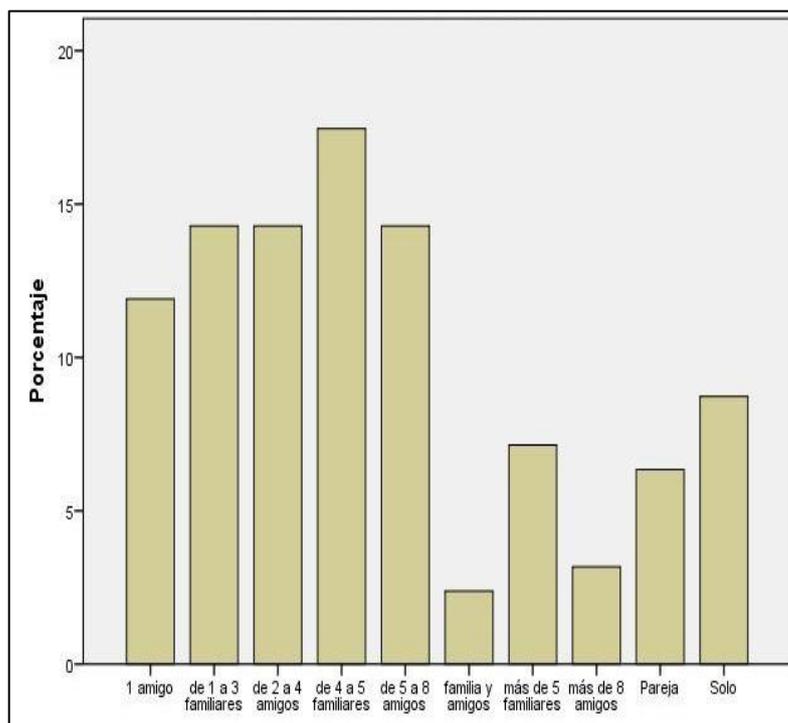
### Tipo de acompañantes y cantidad

Tabla 36.

Categoría	Frecuencia
1 amigo	15
de 1 a 3 familiares	18
de 2 a 4 amigos	18
de 4 a 5 familiares	22
de 5 a 8 amigos	18
familia y amigos	3
más de 5 familiares	9
más de 8 amigos	4
Pareja	8
Solo	11
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 45.



Fuente: Elaboración propia

9. *Lugar de hospedaje.*- De 126 participantes, el 50% (63 participantes) pernoctaron en la provincia de Imbabura, de los cuales, el 44,4% (28 participantes) utilizaron viviendas particulares, el 42.9 % (27 participantes) se hospedaron en hoteles, el 4.7% (3 participantes) en hostales y el 6.3% (4 participantes) en hosterías. La otra mitad de participantes no pernoctaron en Ibarra (representados como Nc en tabla 37 y figura 46), representan ingresos potenciales desaprovechados por hoteleros de la ciudad, por lo cual es necesario una mejor coordinación entre los oferentes de servicios de alojamiento con los organizadores de la competencia LVI para captar la mayor cantidad de turistas, realizando acciones que incentiven el uso del hospedaje en el cantón Ibarra y como consecuencia de esto otros servicios turísticos también serían consumidos.

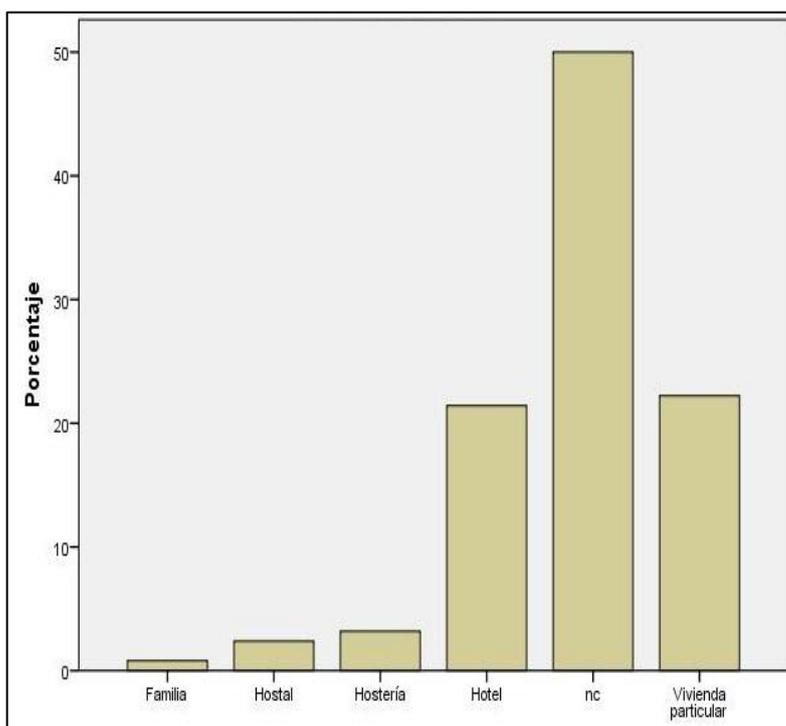
### Lugar de hospedaje

Tabla 37.

Categoría	Frecuencia
Familia	1
Hostal	3
Hostería	4
Hotel	27
Nc	63
Vivienda particular	28
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 46



Fuente: Elaboración propia

10. *Valor destinado en hospedaje por persona por día.*- La investigación establece que el 27% (34 participantes) contrataron servicios de alojamiento; de este porcentaje, el 55,8% (19 participantes) gastaron entre 10 y 20 dólares por persona, el 17,6% (6 participantes) destinaron de 20 a 30 dólares por persona; por otro lado, el 8,8% (3 participantes) de competidores gastaron menos de 10 dólares por persona en hospedaje.

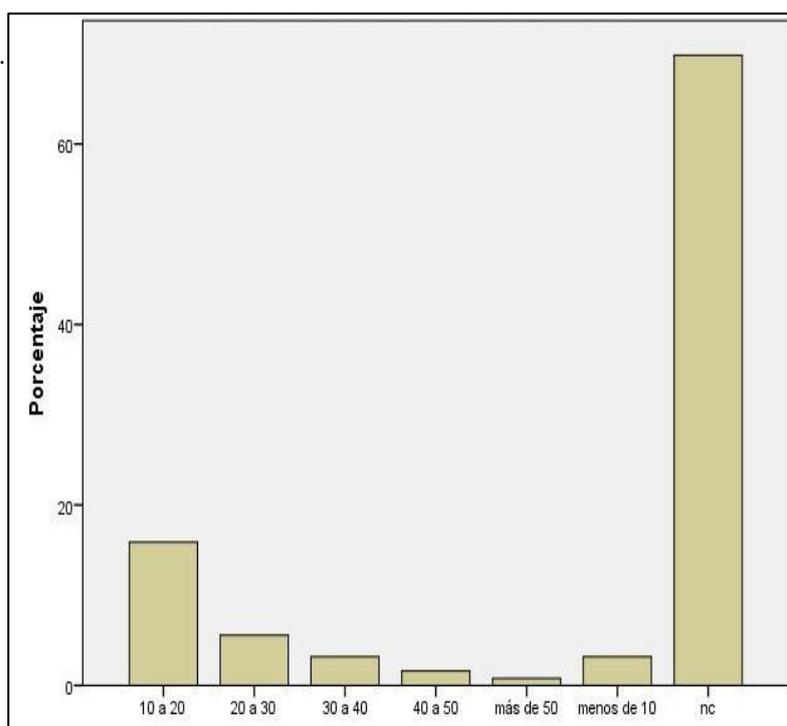
### Valor destinado en hospedaje por persona por día

Tabla 38.

Categoría	Frecuencia
10 a 20	19
20 a 30	6
30 a 40	3
40 a 50	2
más de 50	1
menos de 10	3
Nc	92
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 47



Fuente: Elaboración propia

11. *Valor destinado en alimentación por persona por día.*- La investigación establece que el 73% de los participantes gasta menos de 10 y entre 10 y 20 dólares en alimentación por persona/día y tomando en cuenta que el 91,3% de estos participantes vienen acompañados en promedio por 3.6 personas, se puede inferir que por cada participante visitante inscrito en la competencia se genera un consumo de alimentos de casi 4 personas.

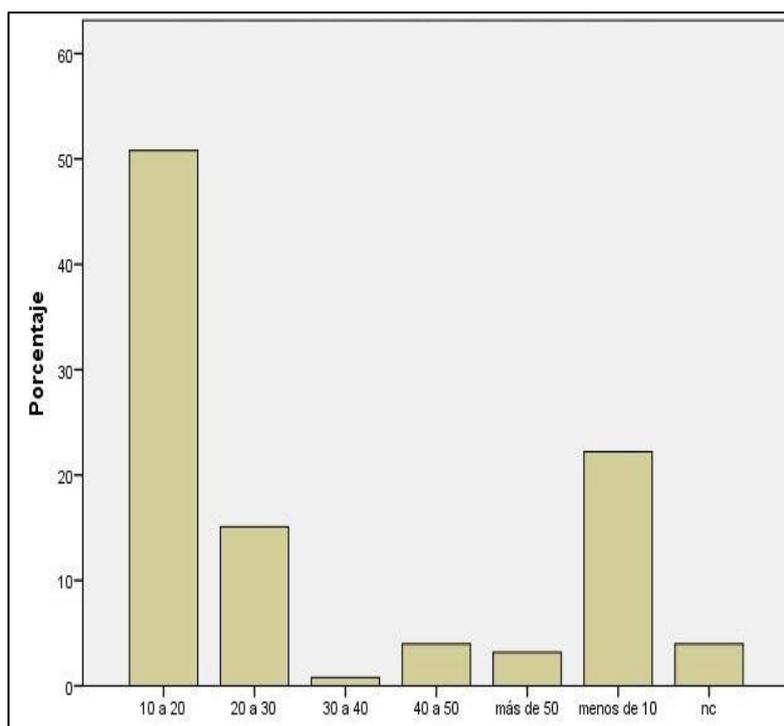
### Valor destinado en alimentación por persona por día

Tabla 39

Categoría	Frecuencia
10 a 20	64
20 a 30	19
30 a 40	1
40 a 50	5
más de 50	4
menos de 10	28
Nc	5
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 48



Fuente: Elaboración propia

12. *Preferencia en consumo de alimentos.*- En cuanto a la preferencia de consumo de alimentos de los competidores, el 59,5%, se inclinan por comida típica; el 19,8% por almuerzos, el 11,1% por restaurantes especializados y apenas el 7,1% por comida rápida, reflejando que la comida típica en Ibarra e Imbabura está muy bien posicionada y tiene consumo garantizado, por lo que, sería recomendable que para que exista un mayor consumo en restaurantes categorizados como turísticos estos deben coordinar con los organizadores acciones, por ejemplo promociones para lograr un mayor consumo en los mismos en las próximas ediciones de la carrera o competencias similares.

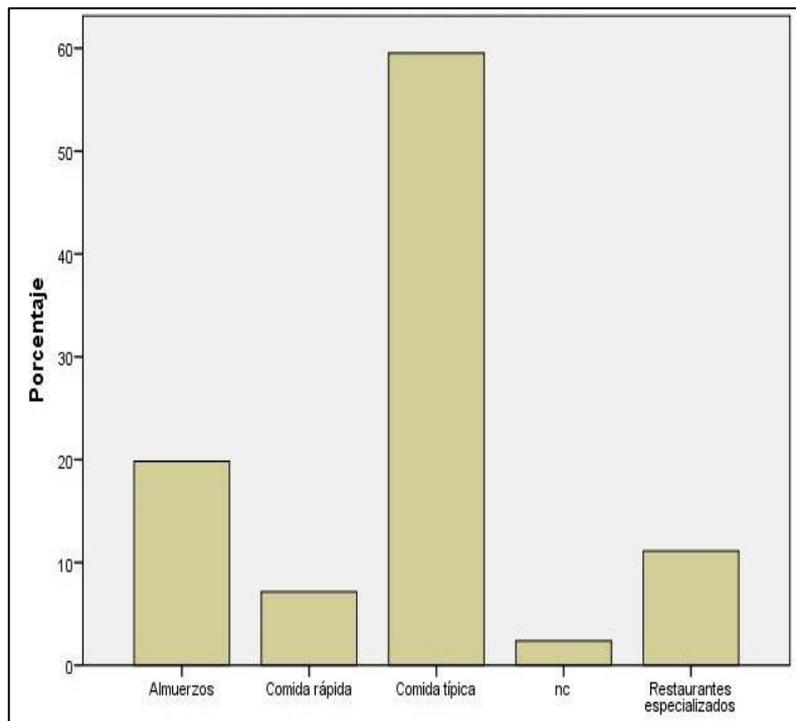
### Preferencia en consumo de alimentos

Tabla 40.

Categoría	Frecuencia
Almuerzos	25
Comida rápida	9
Comida típica	75
Nc	3
Restaurantes especializados	14
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 49



Fuente: Elaboración propia

13. *Lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra.*- El 71,4% de los competidores prefieren los restaurantes de la ciudad; seguidos por el 13,5% que van a patios de comidas y por el 5,6% que consumen alimentos en el lugar de alojamiento. Esta preferencia es un indicador favorable que podrían aprovechar los restaurantes categorizados como turísticos de la ciudad direccionando a los participantes a sus establecimientos a través de la coordinación con los organizadores de este y otros eventos.

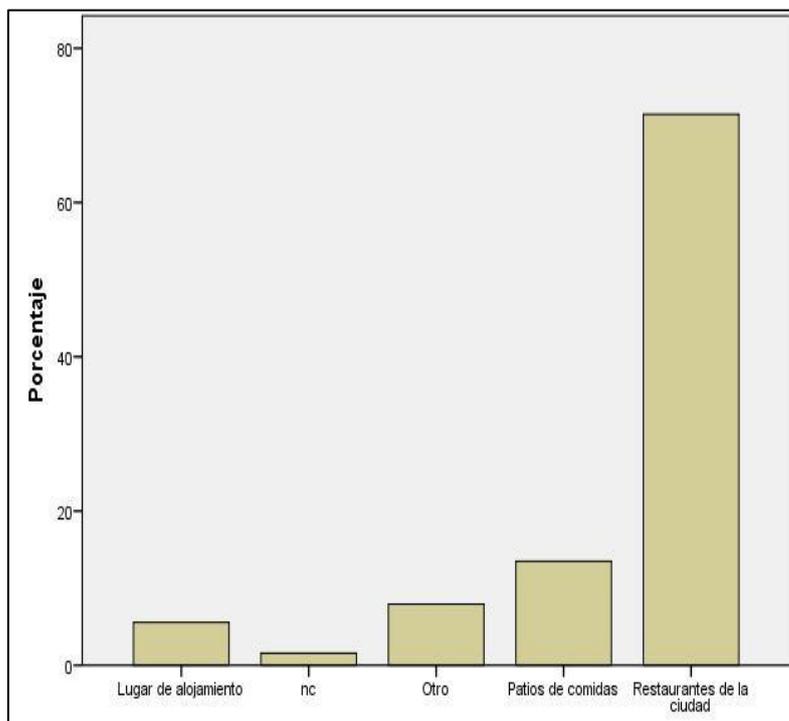
### **Lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra**

Tabla 41.

Categoría	Frecuencia
Lugar de alojamiento	7
Nc	2
Otro	10
Patios de comidas	17
Restaurantes de la ciudad	90
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 50



Fuente: Elaboración propia

14. *Utilización de servicios turísticos complementarios.*- Apenas el 20,6% de los participantes manifiestan que utilizan servicios turísticos complementarios; de este porcentaje el 73,8% utiliza “spa” y balnearios y el 7.6% actividades de ocio. De los competidores que hacen uso de spas y balnearios, el 31,6% presentan un gasto entre 20 y 50 dólares. Apenas el 6.3% de todos los participantes utilizan transporte turístico lo que evidencia que la mayoría utiliza transporte particular o público. La utilización de mayoritaria de balnearios y spas probablemente es porque la carrera es una actividad deportiva y de entretenimiento, tal vez por ello los competidores optan por el servicio de spa y balnearios para el descanso y relajación.

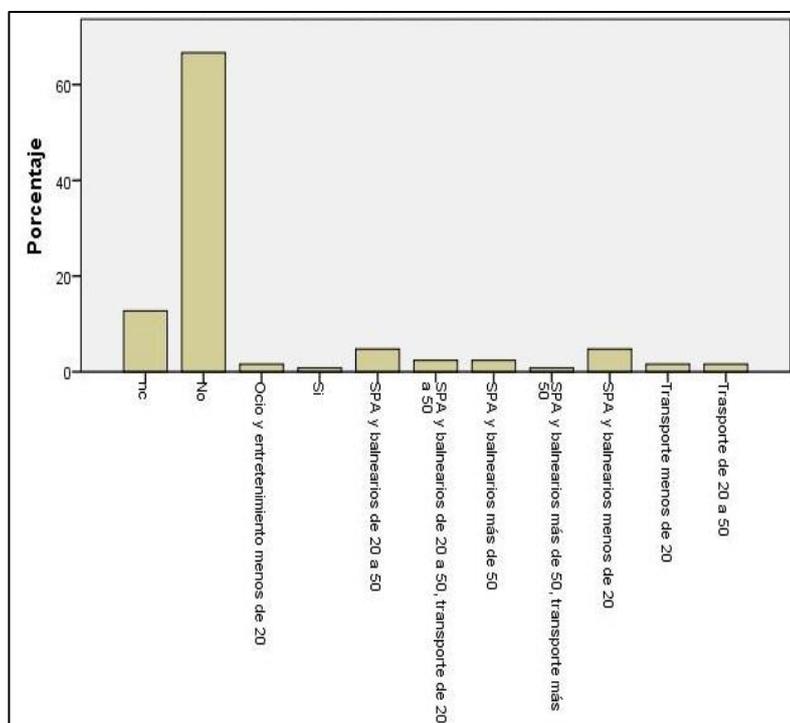
### Utilización de servicios turísticos complementarios

Tabla 42.

Categoría	Frecuencia
Nc	16
No	84
Ocio y entretenimiento menos de 20	2
Si	1
SPA y balnearios de 20 a 50	6
SPA y balnearios de 20 a 50, transporte de 20 a 50	3
SPA y balnearios más de 50	3
SPA y balnearios más de 50, transporte más 50	1
SPA y balnearios menos de 20	6
Transporte menos de 20	2
Trasporte de 20 a 50	2
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 51



Fuente: Elaboración propia

15. *Participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura.*- De los 126 participantes el 27,8% han participado en varias ocasiones en la carrera de ciclismo de montaña la vuelta al Imbabura dentro de los años 2011-2015. Existe una cantidad considerable de participantes que asisten a las otras competencias de ciclismo de montaña organizadas en Ibarra. Sin embargo La vuelta al Imbabura al ser la competencia con mayor acogida y fidelidad de las organizadas en el cantón Ibarra, por los ciclistas de montaña, garantiza generar un número considerable de visitantes por lo que es necesario una correcta coordinación con los oferentes de servicios turísticos para generar mayores niveles de ingresos y de empleos que benefician a la economía de Ibarra.

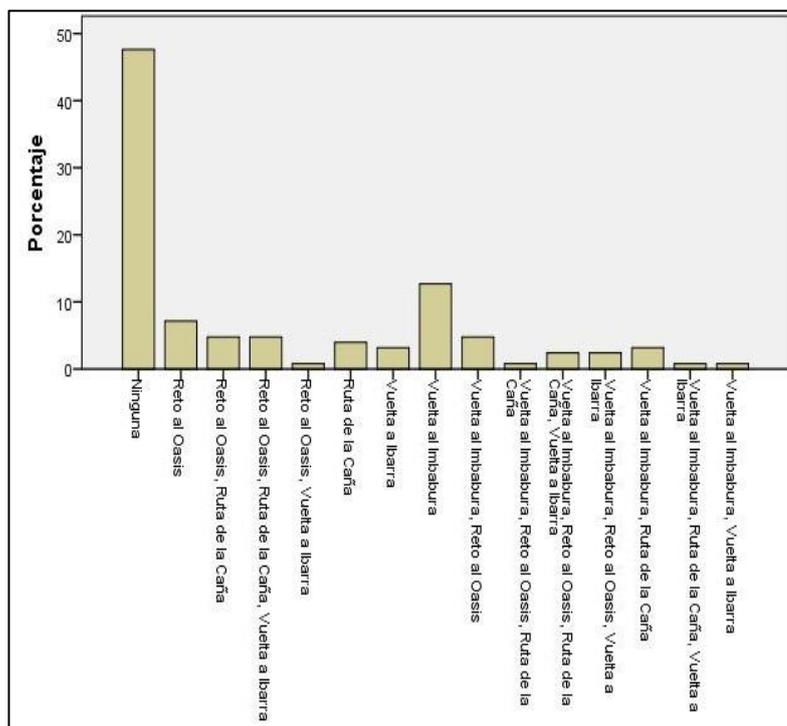
### Participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura

Tabla 43.

Categoría	Frecuencia
Ninguna	60
Reto al Oasis	9
Reto al Oasis, Ruta de la Caña	6
Reto al Oasis, Ruta de la Caña, Vuelta a Ibarra	6
Reto al Oasis, Vuelta a Ibarra	1
Ruta de la Caña	5
Vuelta a Ibarra	4
Vuelta al Imbabura	16
Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis	6
Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis, Ruta de la Caña	1
Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis, Ruta de la Caña, Vuelta a Ibarra	3
Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis, Vuelta a Ibarra	3
Vuelta al Imbabura, Ruta de la Caña	4
Vuelta al Imbabura, Ruta de la Caña, Vuelta a Ibarra	1
Vuelta al Imbabura, Vuelta a Ibarra	1
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 52



Fuente: Elaboración propia

16. *Frecuencia de participación en competencias de ciclismo de montaña fuera de su lugar de residencia.*- El 25,4%, de competidores, participan en este tipo de competencias de 5 a 10 veces al año fuera de su lugar de residencia, el 20,6% lo realizan más de 10 veces, mientras que el 11,1% lo hacen 4 veces al año. Este comportamiento muestra el 57% de ciclistas participan con frecuencia (más de 4 veces al año) en carreras de MTB fuera de su ciudad de residencia, esto da la pauta de que se puede captar a este segmento de competidores ampliando y mejorando la oferta de carreras y relacionando los servicios e infraestructura turística de la ciudad de Ibarra a través de empaquetamientos conjuntos al momento de la comercialización de las inscripciones de las carreras.

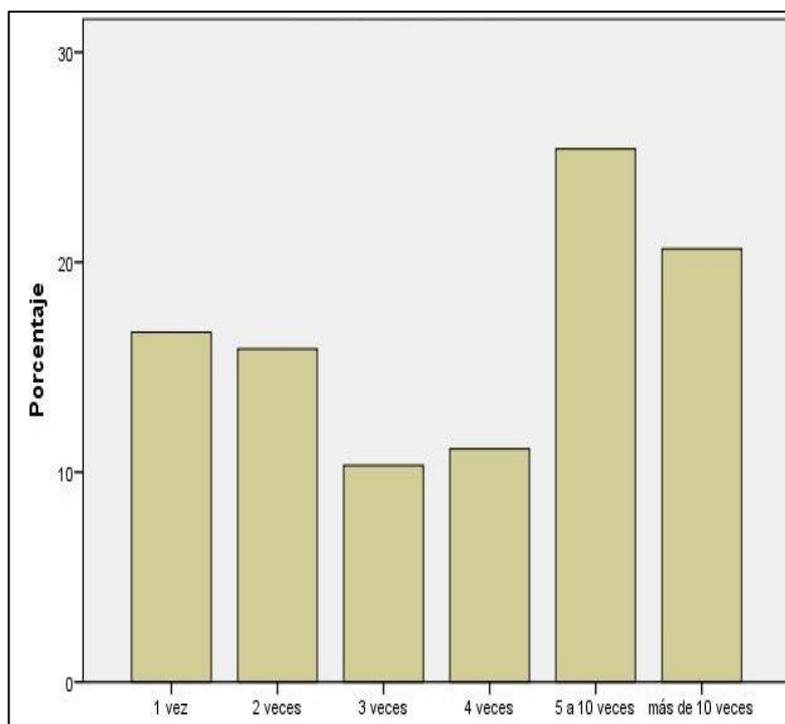
### **Frecuencia de participación en competencias de ciclismo de montaña fuera de su lugar de residencia**

Tabla 44.

Categoría	Frecuencia
1 vez	21
2 veces	20
3 veces	13
4 veces	14
5 a 10 veces	32
más de 10 veces	26
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 53.



Fuente: Elaboración propia

17. *Principal motivación de participación en competencias de ciclismo de montaña.*- La principal motivación de los participantes encuestados es por deporte, con 85,7%, demostrando que la actividad deportiva puede ser un importante dinamizador del turismo. El aprovechamiento de este tipo de eventos puede generar beneficios económicos y consumo de servicios turísticos en Ibarra. Al ser el deporte la principal motivación y una actividad de práctica frecuente el impulso de eventos de este tipo puede generar un mejor índice de visitantes para el cantón Ibarra.

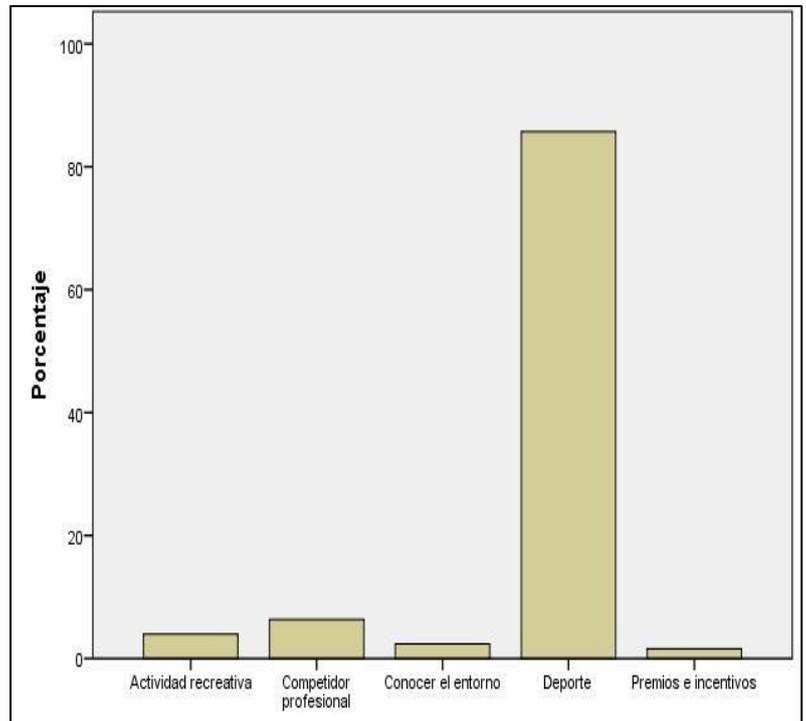
### **Principal motivación de participación en competencias de ciclismo de montaña**

Tabla 45.

Categoría	Frecuencia
Actividad recreativa	5
Competidor profesional	8
Conocer el entorno	3
Deporte	108
Premios e incentivos	2
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 54.



Fuente: Elaboración propia

18. *Regresaría a Ibarra para practicar ciclismo de montaña.*- De los 126 encuestados el 97,6% regresaría a practicar ciclismo de montaña al cantón Ibarra. Esto sugiere que los eventos como la competencia de MTB LVI, son actividades que ayudan a posicionar la visita de personas que realizan ciclismo de montaña y a su vez con el buen manejo de esta tendencia o predisposición se puede aprovechar para promocionar adecuadamente servicios turísticos complementarios y comercializarlos conjuntamente con los eventos ciclisticos para generar un mayor nivel de consumo de bienes y servicios del turismo.

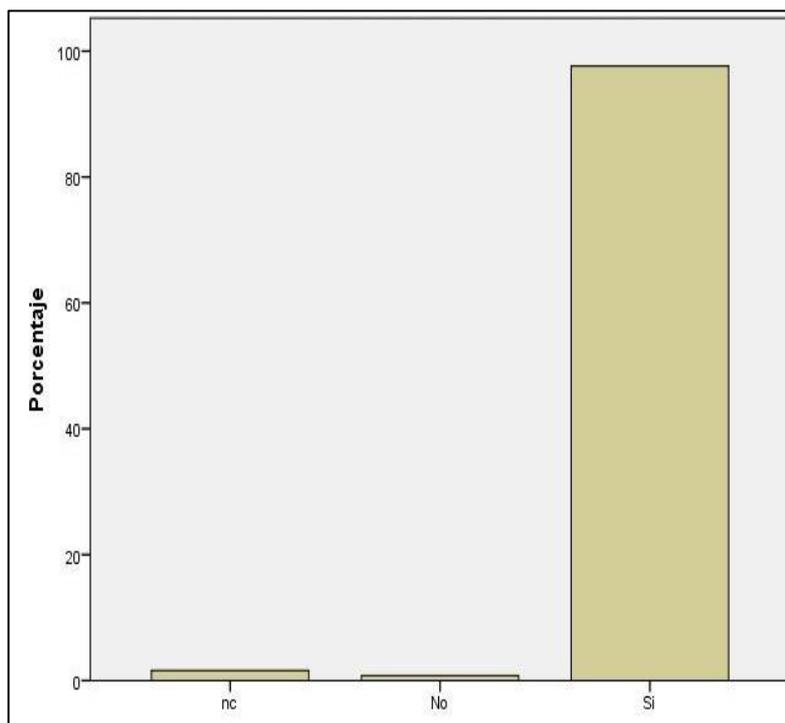
### **Regresaría a Ibarra para practicar ciclismo de montaña.**

Tabla 46.

Categoría	Frecuencia
Nc	2
No	1
Si	123
Total	126

Fuente: Elaboración propia

Figura 55.



Fuente: Elaboración propia

## 4.2 Caracterización del perfil turístico de los participantes de la competencia ciclística “la vuelta al Imbabura” mediante análisis de correspondencias múltiples (ACM).

Para poder cuantificar la incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra, se hizo uso del análisis de correspondencias múltiples (ACM), ya que permite discriminar cuáles son las combinaciones de modalidades (categorías de variables de la encuesta) que permitirán caracterizar el perfil de posibles turistas dentro de los participantes de este evento deportivo.

Para tener una mejor interpretación de los resultados obtenidos del ACM, se realizó la codificación de las variables en base a la correspondiente pregunta de la encuesta y para las categorías, se usó el número de la pregunta añadiendo una letra por cada categoría que tenga la variable.

Tabla 47. Codificación de las variables y sus categorías

Variable (Pregunta)	Categoría (Codificación)
Ciudad donde vive el participante (P1)	Alemania (P1_a)
	Azuay (P1_b)
	Cañar (P1_c)
	Carchi (P1_d)
	Chimborazo (P1_e)
	Colombia (P1_f)
	Cotopaxi (P1_g)
	Esmeraldas (P1_h)
	Manabí (P1_i)
	Pichincha(P1_j)
	Tungurahua (P1_k)
Género (P2)	Masculino (P2_a)
	Femenino (P2_b)
Edad (P3)	de 11 a 18 años (Infantil y juvenil) (P3_a)
	de 19 a 22 años (Sub 23) (P3_b)
	de 23 a 29 años (Élite) (P3_c)
	de 30 a 35 años (Masters A) (P3_d)
	de 36 a 40 años (Masters B) (P3_e)
	de 41 a 45 años (Masters C) (P3_f)
	de 46 a 50 años (Masters D) (P3_g)
	más de 51 años (Masters E) (P3_h)
Ocupación (P4)	Privado (P4_a)
	Público (P4_b)

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura”  
en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

	Independiente (P4_c)
	Estudiante (P4_d)
	Otro (P4_e)
Nivel de Ingresos (P5)	menos de 500 (P5_a)
	500 a 1000 (P5_b)
	1000 a 1500 (P5_c)
	1500 a 2000 (P5_d)
	más 2000 (P5_e)
	nc (P5_f)
Visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia (P6)	no (P6_a)
	si (P6_b)
	si 1 día (P6_c)
	si 2 días 1 noche (P6_d)
	si 3 días 2 noches (P6_e)
	si más 3 noches (P6_f)
	nc (P6_g)
Tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia (P7)	1 día (P7_a)
	2 días 1 noche (P7_b)
	3 días 2 noches (P7_c)
	más de 3 noches (P7_d)
	nc (P7_e)
Tipo de acompañantes y cantidad (P8)	Solo (P8_a)
	Pareja (P8_b)
	familia y amigos (P8_c)
	1 amigo (P8_d)
	de 1 a 3 familiares (P8_e)
	de 2 a 4 amigos (P8_f)
	de 4 a 5 familiares (P8_g)
	de 5 a 8 amigos (P8_h)
	más de 5 familiares (P8_i)
	más de 8 amigos (P8_j)
Lugar de hospedaje (P9)	Hotel (P9_a)
	Hostería (P9_b)
	Hostal (P9_c)
	Vivienda particular (P9_d)
	Familia (P9_e)
	nc (P9_f)
Valor destinado en hospedaje por persona por día (P10)	menos de 10 (P10_a)
	10 a 20 (P10_b)
	20 a 30 (P10_c)
	30 a 40 (P10_d)
	40 a 50 (P10_e)
	más de 50 (P10_f)
	nc (P10_g)
Valor destinado en alimentación por persona por día (P11)	menos de 10 (P11_a)
	10 a 20 (P11_b)
	20 a 30 (P11_c)
	30 a 40 (P11_d)
	40 a 50 (P11_e)
	más de 50 (P11_f)
	nc (P11_g)
Preferencia en consumo de alimentos (P12)	Comida rápida (P12_a)
	Comida típica (P12_b)
	Almuerzos (P12_c)

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura”  
en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

	Restaurantes especializados (P12_d)
	nc (P12_e)
Lugar de preferencia en consumo de alimentos en Ibarra(P13)	Restaurantes de la ciudad (P13_a)
	Lugar de alojamiento (P13_b)
	Patios de comidas (P13_c)
	Otro (P13_d)
	nc (P13_e)
Utiliza usted y/o sus acompañantes servicios turísticos complementarios (P14)	No (P14_a)
	Sí (P14_b)
	Ocio y entretenimiento menos de 20 (P14_c)
	SPA y balnearios de 20 a 50 (P14_d)
	SPA y balnearios de 20 a 50, transporte de 20 a 50 (P14_e)
	SPA y balnearios más de 50 (P14_f)
	SPA y balnearios más de 50, transporte más 50 (P14_g)
	SPA y balnearios menos de 20 (P14_h)
	Transporte menos de 20 (P14_i)
	Trasporte de 20 a 50 (P14_j)
	nc (P14_k)
Participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura (P15)	Reto al Oasis (P15_a)
	Reto al Oasis, Ruta de la Caña (P15_b)
	Reto al Oasis, Ruta de la Caña, Vuelta a Ibarra (P15_c)
	Reto al Oasis, Vuelta a Ibarra (P15_d)
	Ruta de la Caña (P15_e)
	Vuelta a Ibarra (P15_f)
	Vuelta al Imbabura (P15_g)
	Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis (P15_h)
	Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis, Ruta de la Caña (P15_i)
	Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis, Ruta de la Caña, Vuelta a Ibarra (P15_j)
	Vuelta al Imbabura, Reto al Oasis, Vuelta a Ibarra (P15_k)
	Vuelta al Imbabura, Ruta de la Caña (P15_l)
	Vuelta al Imbabura, Ruta de la Caña, Vuelta a Ibarra (P15_m)
	Vuelta al Imbabura, Vuelta a Ibarra (P15_n)
	Ninguna (P15_o)
Frecuencia de participación en competencias de ciclismo de montaña fuera de su lugar de residencia (P16)	1 vez (P16_a)
	2 veces (P16_b)
	3 veces (P16_c)
	4 veces (P16_d)
	5 a 10 veces (P16_e)
	más de 10 veces (P16_f)
Principal motivación de participación (P17)	Deporte (P17_a)
	Premios e incentivos (P17_b)
	Conocer el entorno (P17_c)
	Competidor profesional (P17_d)
	Actividad recreativa (P17_e)
Regresaría para practicar ciclismo de montaña en el cantón Ibarra (P18)	Sí (P18_a)
	No (P18_b)
	nc (P18_c)

Fuente: Elaboración propia

Con la finalidad de tener una visualización del comportamiento de los datos y realizar una depuración de los mismos, se realizó un primer ACM (exploratorio) que explica el 44,9% de la inercia total (variabilidad total).

Tabla 48. Resumen del primer ACM (exploratorio)

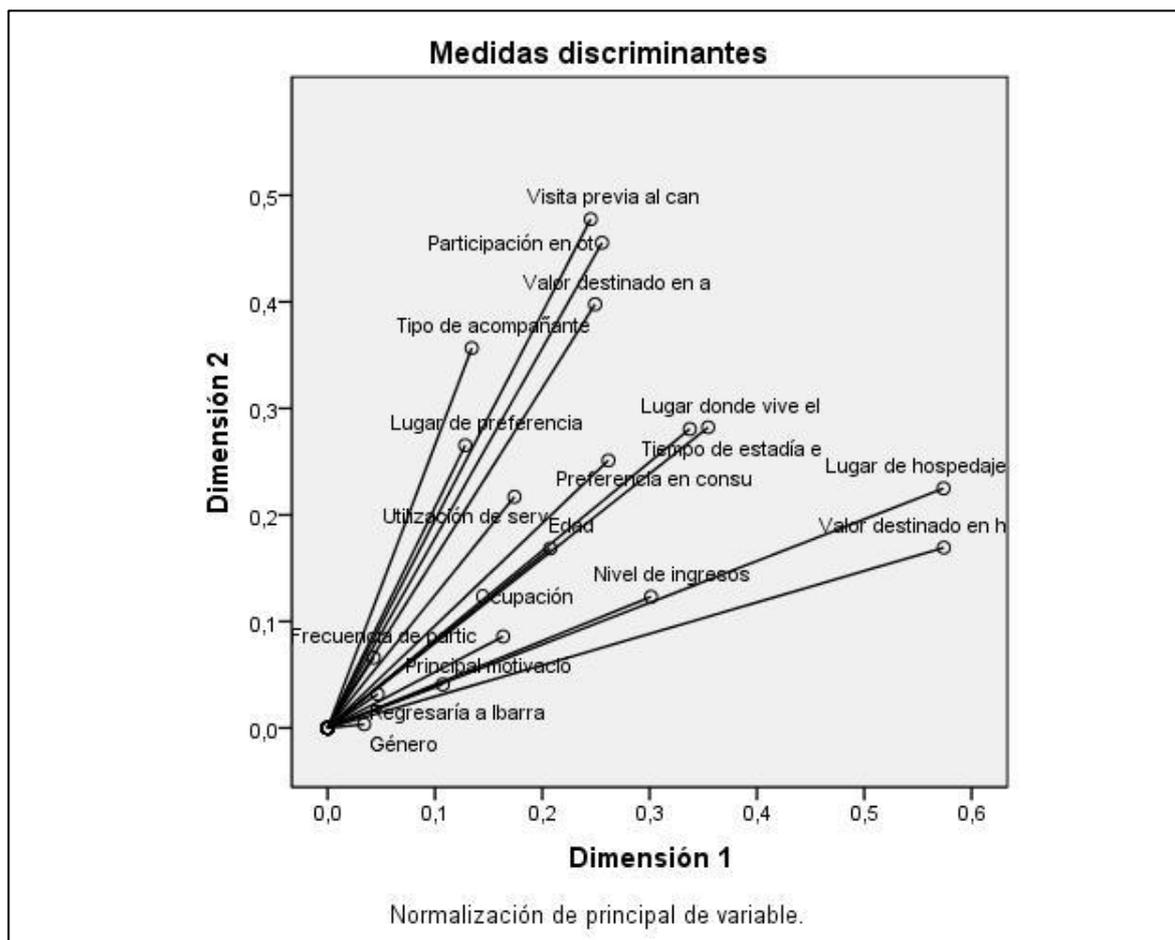
Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza contabilizada para		
		Total (autovalor)	Inercia	% de varianza
1	0,806	4,191	,233	23,285
2	0,787	3,897	,217	21,652
Total		8,089	,449	
Media	0,797 <sup>a</sup>	4,044	,225	22,469

a. La media de alfa de Cronbach se basa en la media de autovalor.

Fuente: Elaboración propia

Al analizar las medidas discriminantes del modelo primer ACM, se observa que las variables cercanas al origen (puntuaciones factoriales cercanas a cero en las dos dimensiones) están mal representadas y pueden ser tratadas como variables suplementarias del modelo ya que su aporte no es significativo y generan ruido y pérdida de representatividad.

Figura 56. Medidas discriminantes primer ACM



Fuente: Elaboración propia

Se puede concluir que las cinco variables (preguntas de la encuesta): género, ocupación, frecuencia de participación en competencias de ciclismo de montaña fuera de su lugar de residencia, principal motivación de participación y regresaría a practicar ciclismo de montaña en el cantón de Ibarra, no aportan información precisa para poder caracterizar el perfil turístico de los competidores encuestados. Por lo tanto, es necesario desarrollar un segundo modelo ACM que contemple a las cinco variables anteriormente mencionadas, como suplementarias.

Al realizar un segundo modelo ACM, se aprecia que el modelo mejora significativamente en comparación con el primero ya que la inercia total explicada es de 59,3%, lo que implica que la representatividad del segundo ACM es más alta y que su poder de discriminación es mayor.

**Tabla 49. Resumen del segundo ACM**

Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza contabilizada para		
		Total (autovalor)	Inercia	% de varianza
1	0,809	3,943	,303	30,327
2	0,796	3,767	,290	28,978
Total		7,710	,593	
Media	0,802 <sup>a</sup>	3,855	,297	29,653

a. La media de alfa de Cronbach se basa en la media de autovalor.

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, al analizar las medidas de discriminación (Tabla 50. y Figura 57), se aprecia que las variables que más influyen en la dimensión 1 son: lugar donde vive el participante, nivel de ingresos, tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia, lugar de hospedaje, valor destinado en hospedaje por persona por día, preferencia en consumo de alimentos, lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra y utilización de servicios turísticos complementarios; y que permiten que la dimensión 1 defina las características de los “Turistas” (visitante que pernocta). Por otro lado, la dimensión 2, permite caracterizar a los “Excursionistas” (visitante del día), y está influenciada por las contribuciones absolutas de las siguientes categorías: edad, visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia, tipo de acompañantes y cantidad, valor destinado en alimentación por persona por día, y participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura.

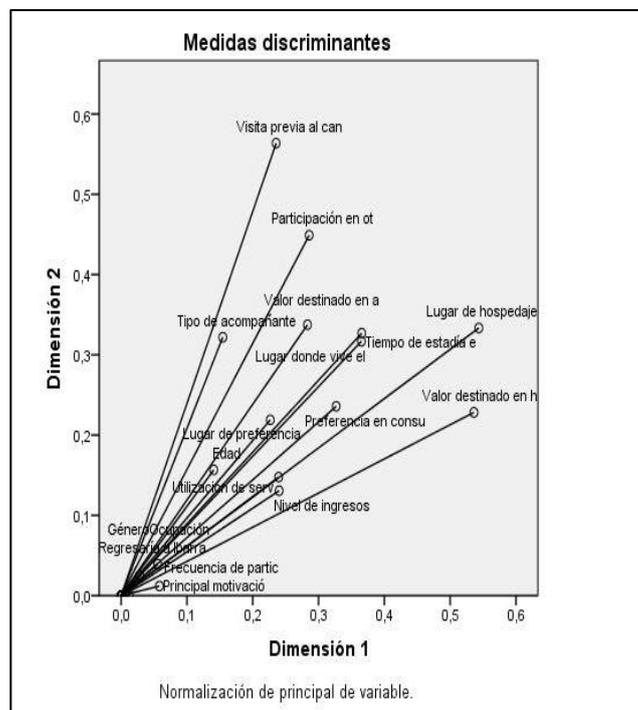
### Medidas discriminantes segundo ACM

Tabla 50.

Variable	Dimensión		Media
	1	2	
Lugar donde vive el participante	0,365	0,317	0,341
Edad	0,141	0,157	0,149
Nivel de ingresos	0,240	0,131	0,185
Visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia	0,236	0,564	0,400
Tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia	0,366	0,327	0,346
Tipo de acompañantes y cantidad	0,154	0,322	0,238
Lugar de hospedaje	0,544	0,333	0,438
Valor destinado en hospedaje por persona por día	0,536	0,228	0,382
Valor destinado en alimentación por persona por día	0,283	0,337	0,310
Preferencia en consumo de alimentos	0,327	0,236	0,281
Lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra	0,227	0,219	0,223
Utilización de servicios turísticos complementarios	0,239	0,148	0,193
Participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura	0,286	0,449	0,367

Fuente: Elaboración propia

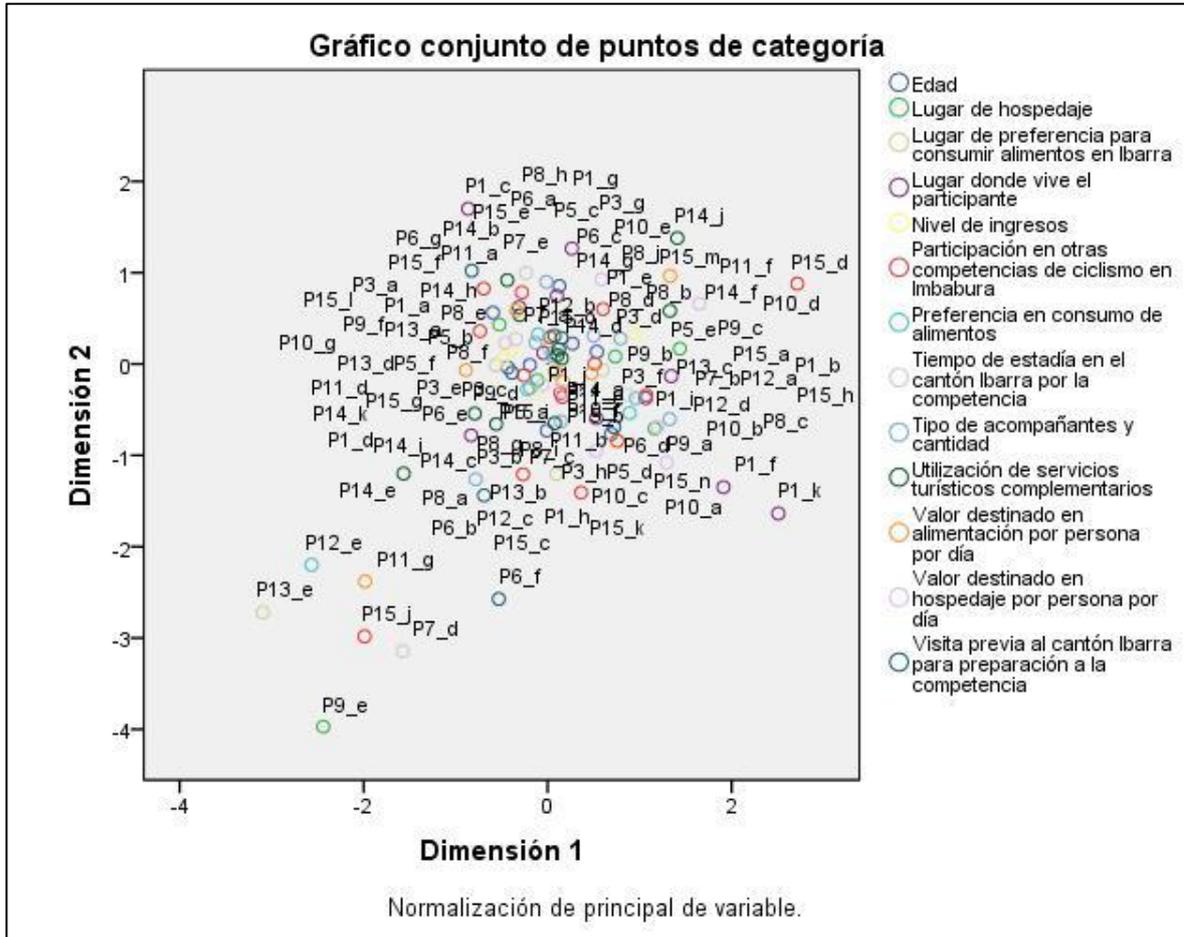
Figura 57.



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 58, se aprecia el comportamiento de todas las categorías de las variables por individuo, llamando la atención la dispersión existente entre los individuos de la parte inferior del tercer cuadrante con la nube de puntos principal ubicada alrededor del origen del plano, especialmente de la categoría de la pregunta 9 (hospedaje en vivienda de un familiar).

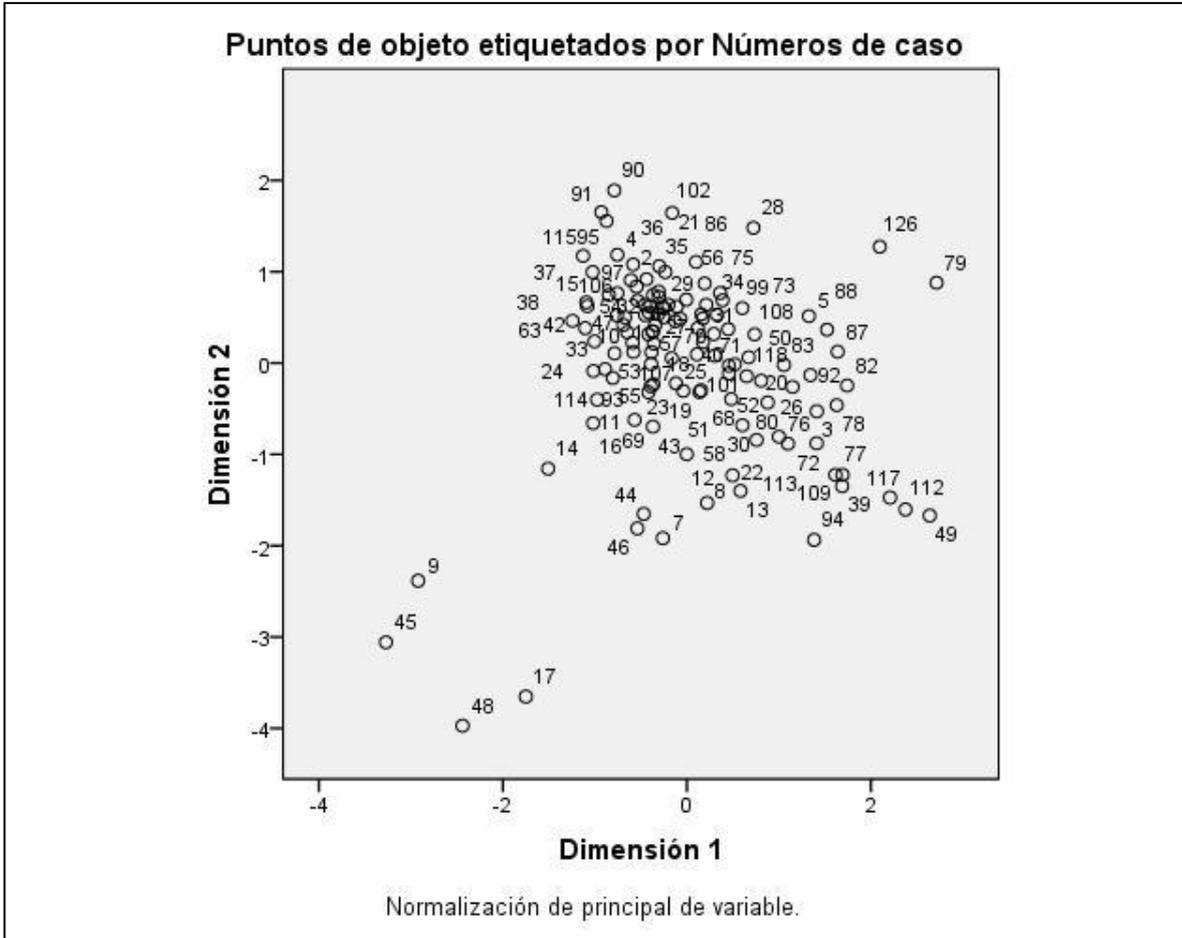
Figura 58. Conjunto de puntos de categoría



Fuente: Elaboración propia

Para poder detectar la causa del efecto anómalo observado en el gráfico conjunto de individuos y categorías, es necesario analizar las puntuaciones de los objetos para determinar si la conducta de los individuos influye en el comportamiento global. En el Figura 59, se aprecia que los individuos 9, 17, 45 y 48 tienen un comportamiento diferente al resto, provocando la atipicidad observada en la figura 58; además, se observa que individuos que no establecieron su nivel de ingresos en la encuesta presentan un comportamiento atípico, lo que sugiere el desarrollo de un tercer ACM filtrando a individuos que no presentan ingresos en la encuesta realizada, lo cual es lógico desde el ámbito económico, ya que un visitante necesita ingresos para poder consumir bienes y servicios turísticos.

Figura 59. Puntos de objeto etiquetados por números de caso



Fuente: Elaboración propia

Una vez desarrollado el tercer ACM (Tabla 51), se aprecia que el modelo estimado es mejor que los dos anteriores, ya que presenta una inercia total de 61,9% y permite discriminar de mejor manera las características y los perfiles de los potenciales visitantes que gustan del ciclismo de montaña como una actividad turística.

Tabla 51. Resumen del ACM final

Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza contabilizada para		
		Total (autovalor)	Inercia	% de varianza
1	0,817	4,071	,313	31,313
2	0,811	3,975	,306	30,579
Total		8,046	,619	
Media	0,814 <sup>a</sup>	4,023	,309	30,946

a. La media de alfa de Cronbach se basa en la media de autovalor.  
Fuente: Elaboración propia

En el caso de las medidas discriminantes (Tabla 52 y Figura 62), se observa que en comparación del modelo anterior hubo reconfiguración de las variables en cada dimensión y variación en los pesos que estas aportan a las dos dimensiones. Es así como la dimensión 1, que caracteriza a los “Turistas”, quedó conformada por las variables: lugar donde vive el participante, edad, nivel de ingresos, tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia, lugar de hospedaje, valor destinado en hospedaje por persona por día, y preferencia en consumo de alimentos; mientras que en la dimensión 2, que caracteriza a los “Excursionistas”, las variables que más contribuyen son: visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia, tipo de acompañantes y cantidad, valor destinado en alimentación por persona y día, lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra, utilización de servicios turísticos complementarios, y participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura. En base a las dos dimensiones, que resumen a las variables consideradas para el estudio se puede establecer el perfil de los potenciales visitantes a eventos ciclísticos y que gustan del ciclismo de montaña como una actividad turística

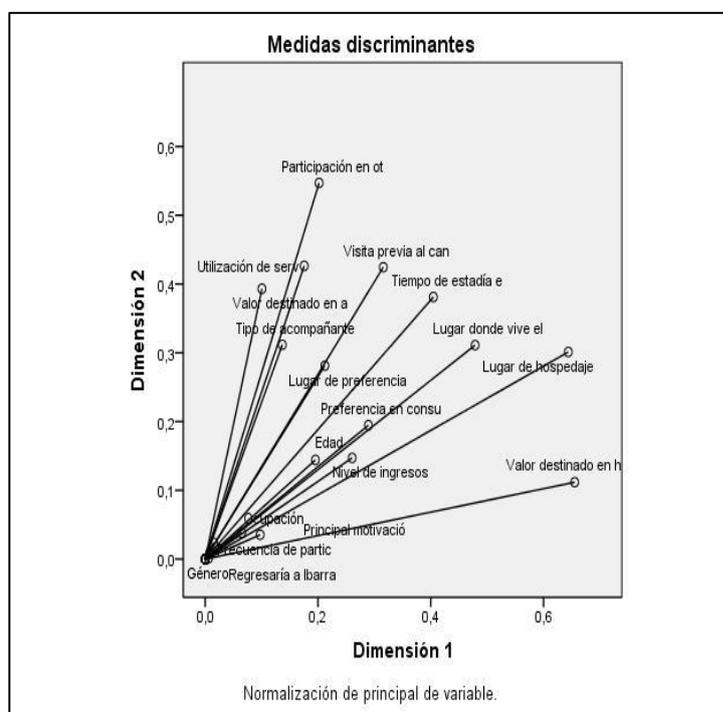
### Medidas discriminantes ACM final

Tabla 52.

Variables	Dimensión		Media
	1	2	
Lugar donde vive el participante	0,479	0,311	0,395
Edad	0,195	0,144	0,170
Nivel de ingresos	0,261	0,147	0,204
Visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia	0,316	0,425	0,370
Tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia	0,405	0,381	0,393
Tipo de acompañantes y cantidad	0,137	0,312	0,224
Lugar de hospedaje	0,644	0,301	0,472
Valor destinado en hospedaje por persona por día	0,655	0,112	0,383
Valor destinado en alimentación por persona por día	0,101	0,393	0,247
Preferencia en consumo de alimentos	0,289	0,195	0,242
Lugar de preferencia para consumir alimentos en Ibarra	0,212	0,281	0,247
Utilización de servicios turísticos complementarios	0,176	0,426	0,301
Participación en otras competencias de ciclismo en Imbabura	0,202	0,547	0,374

Fuente: Elaboración propia

Figura 60.

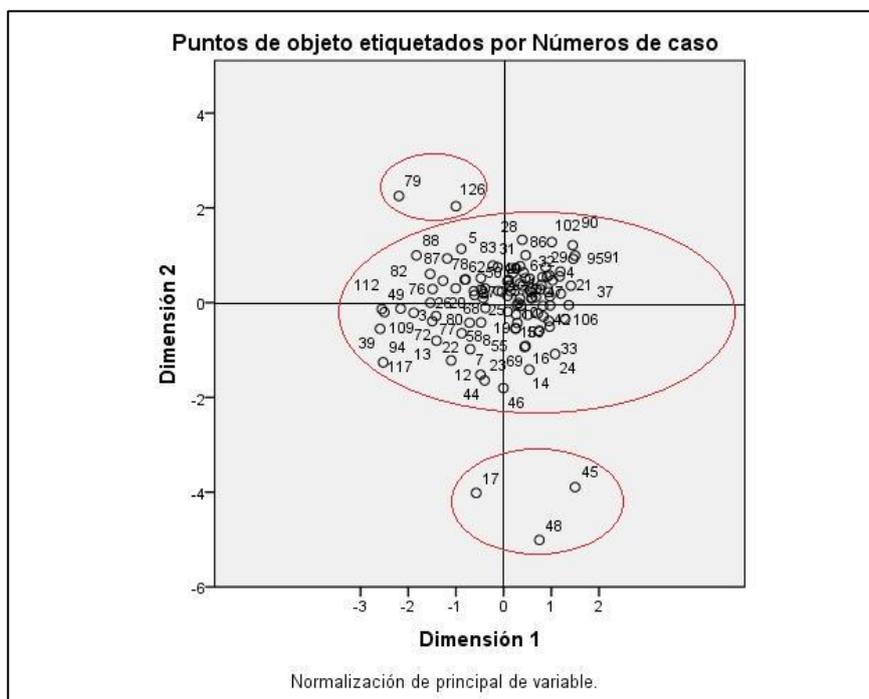


Fuente: Elaboración propia

A su vez el comportamiento de los individuos fue reconfigurado y se evidencia que se han generando tres grupos de individuos (Figura 61), donde el principal grupo se centra alrededor del origen y los otros dos se encuentran sobre la

nube principal en el cuadrante dos, y debajo de la misma en los cuadrantes tres y cuatro.

Figura 61. Puntos de objetos etiquetados por número de caso



Fuente: Elaboración propia

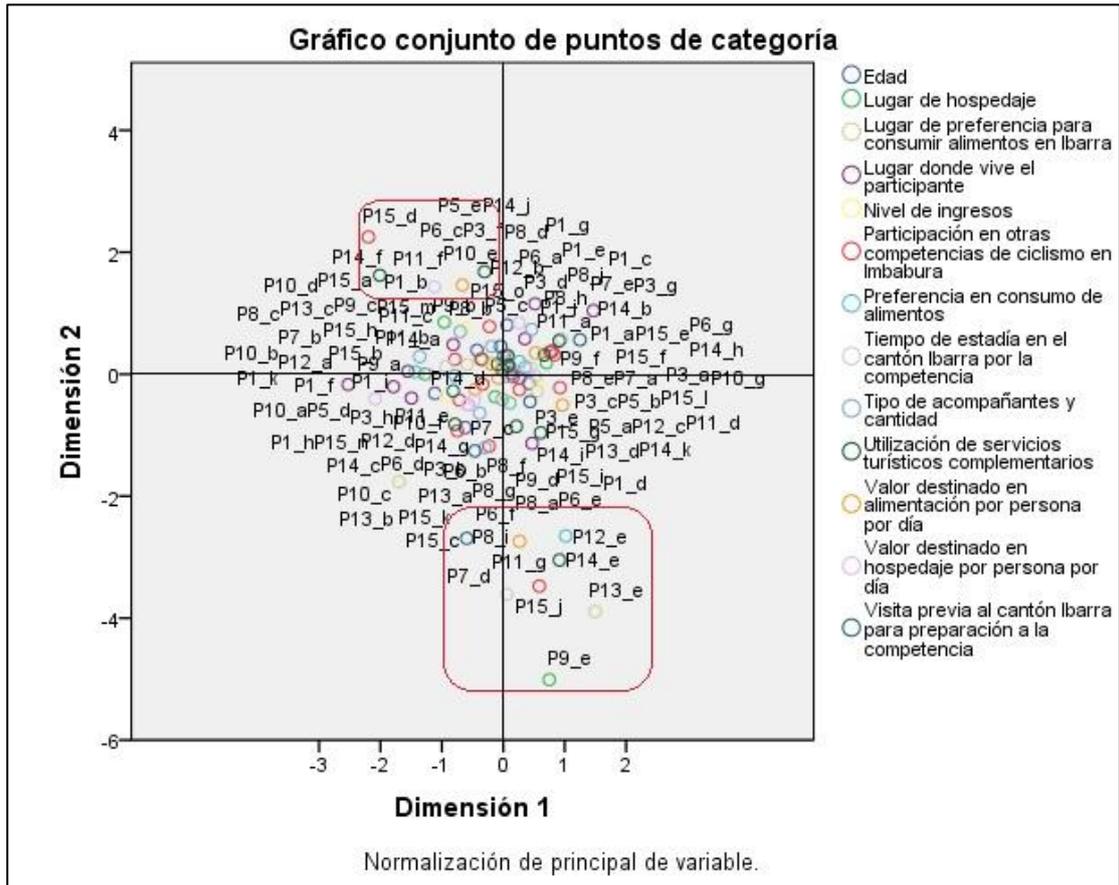
Para poder caracterizar a priori a potenciales visitantes y saber que bajo ciertas características se comportará como “turista” o “excursionista”, es necesario analizar el gráfico conjunto de individuos y categorías (Figura 62), donde se aprecia dos grupos fuera de la nube principal de puntos; el primero, entre los cuadrantes 3 y 4, que está conformado por las variables: que se haya hospedado con la familia (P9\_e), que no conteste el lugar de preferencia en consumo de alimentos en Ibarra (P13\_e), que haya participado en las competencias vuelta al Imbabura, reto al Oasis, ruta de la Caña, vuelta a Ibarra (P15\_j), no contesta el valor destinado en alimentación por persona por día (P11\_g), utiliza servicios de spa y balnearios y transporte de 20 a 50 dólares (P14\_e), no contesta preferencia en consumo de alimentos (P12\_e), visita previa al cantón Ibarra para preparación a la competencia por más de 3 noches (P6\_f), tiempo de estadía en el cantón Ibarra por la competencia por más de 3 noches (P7\_d), las mismas que permiten caracterizar a un “turista” que no

consume servicios de alimentación y hospedaje porque utiliza vivienda propia o de un familiar, la estadía es de más de tres noches, participa en todas las competencias y consume servicios turísticos como spas, balnearios y transporte turístico.

El segundo grupo, ubicado en el cuadrante dos, está caracterizado por las variables: reto al Oasis y vuelta a Ibarra (P15\_d), utiliza servicios de spa y balnearios de más de 50 dólares (P14\_f), utiliza servicios de transporte turístico de 20 a 50 dólares (P14\_j), el valor destinado a hospedaje por persona por día es de 40 a 50 dólares (P10\_e), y el valor destinado para alimentación por persona por día es de más de 50 dólares (P11\_f); identifican a un perfil de “turista” especial que se caracteriza por gastar en servicios de alimentación, hospedaje y turísticos por montos superiores a la media del resto de encuestados y participa por lo menos en dos competencias ciclistas organizadas en el cantón Ibarra.

Además, con el ACM se discrimina perfiles de diferentes tipos de visitantes, que se ubican en cuadrantes opuestos del plano cartesiano, los turistas que gastan menos están en el cuadrante 4, mientras que los que más gastan están en el cuadrante 2.

Figura 62. Conjunto de puntos por categoría



Fuente: Elaboración propia

Realizando un interpretación conjunta es decir del análisis exploratorio univariado y del análisis de correspondencias múltiples, plasmado en cada uno de los gráficos expuestos anteriormente da una pauta del comportamiento que presentan cada uno de los visitantes, y permiten establecer tres perfiles de visitantes con comportamientos característicos y particularidades de consumo que inciden de diferente manera en los servicios turísticos del cantón Ibarra.

El primero y mayoritario corresponde al excursionista, que es la mayoría en el resultado de la muestra, su visita es solamente por el día de la carrera e incide en el consumo de alimentos principalmente de comida típica.

El segundo perfil es de un turista que pernocta en Ibarra, incide en el consumo de servicios turísticos complementarios principalmente spas y balnearios, pero su pernoctación es en viviendas particulares lo cual puede ser por múltiples razones ya sea por familiaridad o amistad, este perfil es el que más participa en carreras deportivas fuera de su ciudad de origen.

El tercer perfil es el que realiza un consumo completo de servicios turísticos, porque pernocta en Ibarra y utiliza servicios de alojamiento, alimentación, transporte, spas, o de diversión y ocio. Por lo tanto, es el que mayor incidencia podría causar, pero al ser la representatividad de este grupo muy reducido, no hay un impacto significativo en el volumen del consumo de servicios turísticos.

#### **4.3 Análisis descriptivo de las entrevistas a organizador de la carrera MTB LVI y los stakeholders involucrados en el turismo de ciclismo de montaña**

En esta sección se detallan los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a varios de los “stakeholders” del ciclismo de montaña y turismo en general; quienes respondieron cada una de las 5 preguntas planteadas.

Preguntas entrevista organizador de LVI

- P1. ¿Orígenes de la carrera?
- P2. ¿Cómo ha colaborado la carrera según su criterio para que se desarrolle el ciclismo de montaña en Ibarra?
- P3. ¿En su criterio cree que la carrera de ciclismo de montaña LVI aporta al consumo de servicios turísticos?
- P4. ¿Ha existido alguna coordinación con la empresa privada es decir hoteles, restaurantes y otros servicios turísticos para aprovechar la llegada de personas para que exista consumo de servicio?

- P5. ¿Estaría dispuesto a coordinar con los proveedores de servicios turísticos para que exista un mayor consumo en la ciudad de Ibarra y afluencia de participantes a su competencia?

#### Preguntas de entrevista a otros stakeholders

- P1. ¿Condiciones actuales del turismo del ciclismo de montaña a nivel nacional e Ibarra?
- P2. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña para el turismo?
- P3. ¿Perspectivas del crecimiento del turismo de ciclismo de montaña en Ecuador e Ibarra?
- P4. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña para el consumo de servicios turísticos?
- P5. ¿Cómo aprovechar mejor las competencias de ciclismo de montaña para beneficiar el consumo de servicios turísticos?

El resumen de las entrevistas se adjunta en los siguientes anexos:

1. Organizador de la competencia “La Vuelta al Imbabura” (Ver Anexo IV).
2. Ex director zonal del Ministerio de Turismo de Ecuador (Ver Anexo VI).
3. Gerente propietaria de Biking Dutchman (Ver Anexo VI).
4. Presidente de la asociación de hoteleros de Imbabura (Ver Anexo VI).

Así, a partir de la información recopilada se realizó el análisis FODA para determinar las características internas y situación externa del ciclismo de montaña y su incidencia en el turismo en el cantón Ibarra.

Respecto a las características internas, se identificaron los siguientes aspectos:

a. Fortalezas

Los entrevistados destacaron las siguientes fortalezas, que se pueden potenciar para una mayor incidencia de la competencia en el turismo:

- Crecimiento anual constante del número de competidores, tanto nacionales como extranjeros.
- Crecimiento anual de competencias ciclistas de montaña en todas las modalidades.
- Incremento constante de auspiciantes de la competencia.
- Práctica creciente del ciclismo de montaña a nivel local.
- Incremento de locales comerciales que venden bicicletas y accesorios.
- Incremento de talleres de reparación de bicicletas.
- Potencialidad del turismo de aventura, y en particular, del ciclismo de montaña; por el entorno natural del cantón Ibarra.
- Imbabura dispone de 10 rutas identificadas y georreferenciadas y; aproximadamente 40 senderos y caminos para realizar ciclismo de montaña.
- La competencia genera principalmente demanda de servicios de alimentación, alojamiento, en menor manera otros servicios turísticos complementarios, por parte de los competidores y sus acompañantes.
- Reconocimiento de Ibarra como destino para realizar turismo de ciclismo de montaña.
- Reconocimiento de Ibarra por la realización de varias competencias de ciclismo de montaña, principalmente de XC y all mountain.

b. Debilidades

Entre las debilidades mencionadas por los entrevistados están:

- Poca o ninguna coordinación entre los sectores clave del turismo de ciclismo de montaña.

- Escasa pernoctación. Actualmente, la mayoría de quienes visitan el cantón Ibarra, por la competencia realizan turismo de paso; por lo que el consumo de servicios turísticos es bajo.
- Falta de consolidación del cantón Ibarra como destino turístico.
- Falta de promoción de la competencia “La vuelta al Imbabura”; tanto a nivel nacional como internacional.
- Falta de promoción de la oferta turística disponible.
- Falta de oferta de circuitos o paquetes integrados que vinculen la competencia con actividades de turismo complementarias; de tal forma que se promueva una mayor estadía o consumo de servicios turísticos, por parte de los visitantes.
- Falta de fomento de la cultura de atención al turista de ciclismo de montaña y sus acompañantes.
- Insuficiente infraestructura turística de calidad en la ruta de competencia como: infraestructura en general, puestos de atención mecánica para bicicletas, transporte y servicios de alimentación.
- El ciclismo de montaña debe estar considerado en la planificación del municipio, parroquial y provincial

c. Oportunidades

De las entrevistas realizadas se identificaron estas oportunidades:

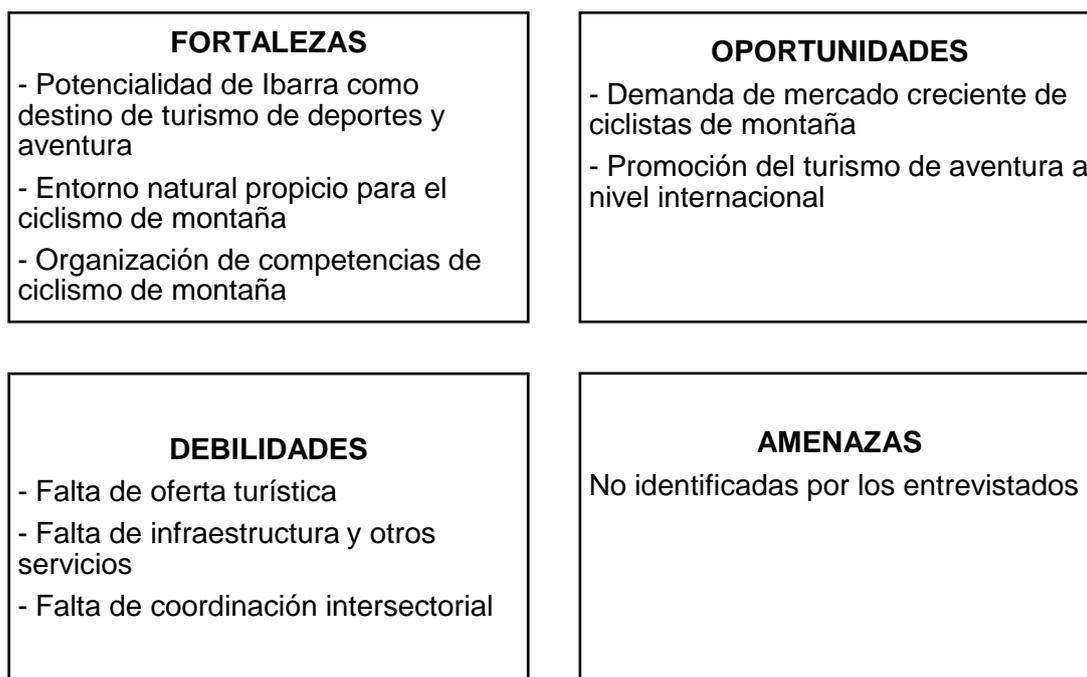
- Demanda nacional e internacional creciente por el producto de turismo de aventura, en particular del ciclismo de montaña.
- El ciclismo de montaña en el cantón Ibarra se presenta como una alternativa para los turistas que han dejado de ir a la ruta del volcán Cotopaxi; por el proceso eruptivo del mismo.
- Promoción de Ecuador, a nivel internacional, como destino turístico de aventura donde consta el ciclismo de montaña; realizado en función de las potencialidades del país y la demanda de este producto.

- La organización de las competencias de ciclismo de montaña, incluidas dentro del turismo de ciclismo de montaña se podrían beneficiar ya que el MTB es un producto incluido dentro del turismo de aventura, el cual está considerado dentro de los 5 principales tipos de turismo para su promoción y desarrollo por parte del Ministerio de Turismo.

d. Amenazas

Los entrevistados no identificaron amenazas; lo que no significa necesariamente que no existan amenazas para que el desarrollo de la competencia tenga una incidencia positiva en el turismo.

Figura 63 resumen análisis FODA Ibarra como destino de MTB



Fuente: Elaboración propia basada en entrevistas a especialistas.

## **CUARTA PARTE: DISCUSIÓN**



## **CAPÍTULO 5**

### **DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS**

#### **5.1 DISCUSIÓN**

De la información recopilada en las entrevistas realizadas a los actores principales o stakeholders, se puede inferir que la competencia “La Vuelta al Imbabura” es un evento que ha venido creciendo continuamente y se ha venido posicionando entre las carreras de ciclismo de montaña que se realizan a nivel nacional; siendo una de las más representativas del cantón Ibarra. Sin embargo, esta aseveración no pudo ser contrastada, dado que no existen registros de las ediciones anteriores.

A futuro, se espera que el número de participantes siga incrementando, tanto de nacionales como extranjeros, y además se identifica a la competencia como un evento que puede promover el desarrollo del cantón Ibarra como destino turístico. Esto concuerda con la tendencia internacional y nacional, que registran el crecimiento de la práctica de este deporte tanto de manera profesional como amateur. Se pudo identificar el señalamiento de Ibarra como destino que ofrece escenarios óptimos para la práctica del ciclismo de montaña, por lo que las competencias que se realizan cada año tiene un gran éxito, que le convierte en una actividad con proyección de crecimiento y que a su vez con una correcta planificación y manejo fortalecerá a la oferta turística del cantón (Diario La Hora, 2014; GADMI, 2015).

Adicionalmente, se reconoce la potencialidad de Ibarra y de la provincia de Imbabura en general, en cuanto a su entorno natural que ofrece las rutas apropiadas para la práctica de este deporte, algunas de las que han sido identificadas y georreferenciadas.

Respecto a las debilidades, se identificaron varios aspectos como la falta de coordinación entre los actores del turismo; los competidores y sus acompañantes en su mayoría realizan excursionismo o turismo sin pernoctación, la falta de promoción turística del cantón Ibarra y sus alrededores, la falta de consolidación del cantón Ibarra como destino turístico, la falta de oferta de circuitos integrados o acciones para empaquetamiento de productos que vinculen la competencia con actividades de turismo complementarias; de tal forma que se promueva una mayor estadía por parte de los visitantes y; la insuficiente infraestructura turística de calidad en la ruta de competencia (infraestructura en general, puestos de atención mecánica para bicicletas, transporte y servicios de alimentación), y sobre todo la inexistencia de políticas concretas para desarrollar a Ibarra como un destino especializado en turismo de aventura y mucho menos puntualmente políticas para el fomento del turismo de ciclismo de montaña.

En cuanto a la identificación de oportunidades, se destacan la creciente demanda nacional e internacional por el producto turismo de aventura. Promoción de Ecuador, a nivel internacional, como destino turístico de ciclismo de montaña; realizado en función de las potencialidades del país y la demanda de este producto. La organización de las competencias de MTB, son parte del turismo de ciclismo de montaña, que a su vez esta dentro del turismo de aventura mismo que está considerado dentro de los 5 productos principales de turismo priorizados por el Ministerio de Turismo para su desarrollo.

Por otro lado, la disminución de la demanda de extranjeros por la ruta al volcán Cotopaxi por el proceso eruptivo que inició hace pocos meses; constituye una oportunidad para promocionar el destino Ibarra como lugar ideal para realizar ciclismo de montaña.

En cuanto a los resultados obtenidos de las 126 encuestas realizadas durante la séptima edición de la competencia, se evidencia que el perfil demográfico de los competidores que no residen en la provincia de Imbabura, coincide en varias características con el perfil general del turista de ciclismo de montaña y el ciclo turista a nivel internacional.

De los encuestados, el 78,6% de los participantes provienen de las provincias limítrofes de Imbabura, de los cuales el 65,1% residen en la provincia de Pichincha, y el 13,5% en la provincia del Carchi; éstas son provincias que tienen gran afición por el ciclismo. Además, la competencia genera el interés de participantes internacionales (Colombia y Alemania) que representan el 3,2% de encuestados; lo cual responde a la lógica de la cercanía de estas provincias y el buen estado de las carreteras, que facilitan su movilización; pero esto a su vez, es un factor que influye en la corta estadía del competidor, lo que sugiere que el motivante para generar pernoctación deben ser los servicios turísticos complementarios que se ofrezcan anclados a la carrera tal como lo establecen estudios y planes desarrollados, donde las personas que realizan turismo de ciclismo de montaña o cicloturismo tienen necesidad de complementar con otras actividades como gastronomía, descanso, balnearios, actividades culturales, ocio, entre otros Troyano (2014). De igual manera, otros stakeholders como gobiernos locales, clubes de ciclismo y empresas de rubros relacionados pueden incidir en la generación de pernoctación a través de acciones conjuntas. Principalmente el sector público debería realizar el papel de coordinador de esta relación multisectorial para aprovechar la afluencia de participantes y acompañantes por motivo de la carrera, impulsando actividades complementarias como ferias, festivales, o la misma premiación

complementada con eventos como conciertos nocturnos para propender a la pernoctación deseada que mejore el consumo de productos y servicios principalmente turísticos (PinnAcle Consulting, 2010).

Respecto al género de los competidores, hay un predominio del género masculino (95,2%); esta característica, aunque no en igual proporción, se repite en el turista que realiza ciclismo de montaña en otros lugares del mundo como en Tasmania donde se realizó una encuesta en el evento Wildside MTB 2008, siendo la participación de este género del 87% Sport and Recreation Tasmania (2009). Según Koepke, Jane (2005), varios estudios sobre turismo de ciclismo de montaña coinciden en que son los hombres quienes en su mayoría optan por esta actividad. En una encuesta realizada a los miembros de la Asociación Internacional de Turismo de Montaña IMBA (2015), el 86% de los encuestados fueron hombres. Asimismo, en el plan de turismo de ciclismo de montaña de British Columbia, se indica que el 75,5% de los turistas de ciclismo de montaña locales son hombres Nairne (2014). Estos datos reflejan que las competencias de ciclismo de montaña posiblemente por el nivel de exigencia física y el nivel de tecnicismo que requieren, tienen todavía una baja participación de las mujeres; considerando además que la competencia "La Vuelta al Imbabura" es una de las carreras que más esfuerzo físico requieren que existe actualmente en la provincia de Imbabura y, una de la más competitivas porque el terreno tiene niveles altos de ascenso y también de descenso (Sportbike, 2015).

Respecto a la edad, el 62,7% de los encuestados está en el rango de 23 a 40 años; estas cifras siguen la tendencia de los perfiles mundiales en la práctica del ciclismo de montaña. En el caso del estudio realizado para British Columbia, el 50% de las personas está entre 25 y 44 años de edad Nairne (2014), para el caso de Sport and Recreation Tasmania (2009), el 53% de las personas encuestadas estuvieron entre 23 y 39 años de edad. Si bien el ciclismo de montaña demanda ciertas condiciones físicas, que el competidor las adquiere con el entrenamiento regular; la edad no es un limitante como

sucede con otros deportes. Por otro lado, los individuos de este grupo etario reportaron en su mayoría algún tipo de ingreso; lo cual les convierte en un grupo potencial de consumo de servicios turísticos. Esto es un elemento primordial a ser considerado para el diseño y ejecución de estrategias para promocionar la oferta turística de ciclismo de montaña, y de este modo impulsar el consumo de servicios turísticos de Ibarra.

En cuanto a la ocupación de los encuestados, por un lado están quienes laboran en el sector privado (50%) e independientes (27%) y, por otro quienes laboran en el sector público (10,3%). Esta propensión se puede atribuir a factores como la mayor disponibilidad de tiempo, horarios de trabajo más flexibles que facilita la práctica de este deporte; tal como lo menciona Sallent (1.991) quien señala que las relaciones entre la actividad deportiva y turística aumentan cada vez más debido a transformaciones cuantitativas y cualitativas del tiempo libre; disminución progresiva de las horas de trabajo; cambios en los valores que regulan nuestra sociedad en la que el tiempo libre se empieza a vivir de otra forma; vivencia más activa del ocio; preocupación creciente por la higiene y salud; así como por la estética personal y por una recreación en contra de las masificaciones urbanas que favorece un retorno hacia la naturaleza y sus ritmos.

Respecto al ingreso mensual, se evidenció que los ingresos de los 126 encuestados son heterogéneos; distribuyéndose a lo largo de todos los rangos. Cabe mencionar que el 43,7% reportó un ingreso mensual mayor a 1000 USD; lo que equivale a un ingreso anual mayor a 12.000 USD. Estos individuos se ubican en el último decil de la distribución del ingreso en Ecuador, donde el ingreso per cápita es igual a 947 USD de acuerdo a la última Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales (ENIGHUR) realizada en los años 2011- 2012 INEC (2013). En este sentido, se identifica que se puede impulsar una oferta turística diversificada en cuanto a costos, bienes y servicios que se ofrecen en el cantón y; que existe un grupo al cual se

puede enfocar productos que incluyan pernoctación. Cabe señalar que varios estudios internacionales reportan que quienes viajan por realizar ciclismo de montaña, tienen ingresos anuales altos (Corporate Research Associates, 2010; Nairne, 2014; Sport and Recreation Tasmania, 2009). De igual forma, es coincidente que hay un porcentaje de encuestados que no proporciona esta información.

En cuanto a si los encuestados han realizado una visita previa al cantón; el 43% realizó la visita como parte de su preparación antes de la competencia. Por lo tanto, la correcta coordinación con los prestadores de servicios turísticos permitirá aprovechar de mejor manera la estancia de los deportistas, generando campañas publicitarias que ofrezcan descuentos en los servicios turísticos a las personas inscritas en la carrera y que asisten anticipadamente a entrenar, reconocer el circuito, preparar detalles logísticos etc. Incluso las empresas de servicios turísticos como operadores o los mismos centros de hospedaje podrían proveer servicios complementarios que gestionen las múltiples necesidades de los competidores, rentabilizando aún más estas visitas o estadías. La decisión de pernoctar dependerá de algunos aspectos como el día de realización de la competencia, el ingreso disponible, entre otros.

De 126 participantes, el 50% pernoctó en la provincia de Imbabura, de los cuales, el 54% se hospedó en hoteles, hostales y hosterías; mientras que, el 44,4% restante se hospedaron en viviendas particulares. La otra mitad de participantes que no pernoctaron en Ibarra, representan una falta de aprovechamiento de potenciales ingresos para los distintos servicios turísticos, para lo cual es necesario una mejor coordinación entre los oferentes de servicios de alojamiento con los organizadores de la competencia LVI para captar la mayor cantidad de visitantes, con ofertas y descuentos. Inicialmente, se tenía una percepción bastante alentadora de la incidencia de la competencia en el consumo de servicios turísticos, particularmente de alojamiento y alimentación. Sin embargo, después de haber realizado las encuestas se pudo

evidenciar que únicamente la cuarta parte hace uso de servicios de alojamiento; el excursionismo es elevado y, adicionalmente el día de realización de la competencia no favorece la pernoctación, ya que al ser domingo se puede atribuir que las personas deciden no pernoctar porque deben incorporarse a sus actividades laborales al siguiente día. Del análisis realizado, se asume que los factores que influyen para que se de este comportamiento, además del día de realización del evento, que no favorece la pernoctación; es que no existe, como se mencionó antes, una coordinación entre la organización del evento con el sector público y privado para fomentar el consumo de servicios turísticos a través de una gestión conjunta de promoción y empaquetamiento de servicios para conseguir una venta de destino turístico enganchado al evento deportivo. No existen políticas para incentivar que los eventos se realicen en días que favorezcan la pernoctación y por ende el consumo de servicios turísticos. No existe planificación para el desarrollo de turismo de ciclismo de montaña que involucre a todos los actores en especial a los proveedores de servicios como existen en ciudades de Canadá, Escocia, Australia, Estados Unidos.

De los encuestas que se hospedaron en hoteles y similares, el 55,8% gastaron entre 10 y 20 USD por persona, el 17,6% destinaron de 20 a 30 USD por persona; y el 8,8% de competidores gastaron menos de 10 USD por persona en hospedaje. Sobre el gasto en alimentación, el 73% de los participantes gasta hasta 20 USD en alimentación por persona/día, y tomando en cuenta que el 91,3% de estos participantes vienen acompañados en promedio por 3.6 personas, se puede inferir que por cada participante visitante inscrito en la competencia se genera un consumo de alimentos de casi 4 personas.

En cuanto a la preferencia de consumo de alimentos de los competidores, el 59,5%, se inclinan por comida típica; el 19,8% por almuerzos, el 11,1% por restaurantes especializados y apenas el 7,1% por comida rápida, reflejando que la comida típica en Ibarra e Imbabura está muy bien posicionada y tiene

consumo garantizado, por lo que sería recomendable que los restaurantes especializados incluyan en su menú platos típicos que estén a la altura de los mismos, aprovechando el gusto por la comida gourmet y fusión que este tipo de restaurantes pueden ofrecer.

El 71,4% de los competidores, prefieren los restaurantes de la ciudad seguidos por el 13,5% que van a patios de comidas y el 5,6% que consumen alimentos en el lugar de alojamiento. Esta preferencia es un indicador favorable que podrían aprovechar los restaurantes categorizados como turísticos de la ciudad direccionando a los participantes a sus establecimientos.

Apenas el 20,6% de los participantes manifiestan que utilizan servicios turísticos complementarios; de este porcentaje el 73,8% utiliza spa y balnearios, apenas el 6,3% servicios de transporte turístico y el 7,6% actividades de diversión y ocio. De los competidores que hacen uso de spas y balnearios, el 31,6% reportan un gasto entre 20 y 50 USD, y el 3,8% de los participantes utilizan servicio de transporte turístico para movilizarse a spas y balnearios, lo que evidencia que la mayoría utiliza transporte particular o público pero no transporte especializado en turismo. Esto va acorde a la lógica de la competencia ya que es una actividad deportiva y de entretenimiento, es por esto que se evidencia que los competidores optan por el servicio de spa y balnearios para el descansar y relajarse. La predilección de los competidores de los spas y balnearios que utilizan servicios turísticos complementarios coinciden en esencia con las actividades complementarias que los turistas de ciclismo de montaña realizan en otros destinos según el "Cycling and Mountain Biking Product Overview 2009" donde las actividades complementarias más utilizadas del cicloturismo y turismo de ciclismo de montaña son visitas a balnearios, lagunas y playas para nadar o descansar (Tourism British Columbia, 2009).

De los 126 participantes el 27,8% han participado en varias ocasiones en la carrera de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura” dentro de los años 2011-2015. “La Vuelta al Imbabura” demuestra ser una competencia con gran acogida y fidelidad, por parte de los ciclistas de montaña especialmente de fuera de la provincia, lo cual garantiza generar un número considerable de visitantes por lo que es necesario una correcta coordinación con los oferentes de servicios turísticos para generar mayores niveles de ingresos y de empleos que benefician a la economía de la provincia.

El 25,4%, de competidores, participan en este tipo de competencias de 5 a 10 veces al año fuera de su lugar de residencia, el 20,6% lo realizan más de 10 veces, mientras que el 11,1% lo hacen 4 veces al año. Este comportamiento muestra que más del 57% de ciclistas participan con frecuencia (más de 4 veces al año) en competencias fuera de su ciudad de residencia en carreras de MTB, y da la pauta para captar a este segmento de competidores, impulsando la organización de más y mejores carreras de todo tipo de MTB, adaptando los servicios y la infraestructura turística de la ciudad de Ibarra para ofrecer calidad y un destino de primer orden para la actividad.

La principal motivación de los participantes encuestados es por deporte (85,7%). Esta motivación se repite en la información compilada por otros estudios a nivel mundial; tal es el caso del plan para el ciclismo de montaña en la ciudad de Hobart (2011), donde se señala que las principales motivaciones de los ciclistas de montaña son la conexión con la naturaleza, salir de la cotidianidad, las características naturales de los senderos o rutas, deporte, camaradería, diversión y recreación. Se menciona además que el ciclismo de montaña es una actividad física muy popular a nivel internacional y que el crecimiento de la demanda es continuo. Esto da muestra de que esta actividad, en sus diferentes modalidades, constituye un producto turístico con alto potencial de desarrollo y por ende un dinamizador de la economía; por lo que con un plan de acción que incluya la participación de los diferentes actores

claves, se impulsaría los eventos deportivos de aventura para que a su vez generen mayores réditos económicos.

El 97,6% de los encuestados regresaría a practicar ciclismo de montaña al cantón Ibarra. Al ser el ciclismo de montaña una actividad de práctica frecuente, los ciclistas se constituyen en potenciales turistas todo el tiempo; por lo que la competencia de MTB LVI es un evento que aporta al posicionamiento del cantón Ibarra como destino turístico, siendo indispensable una adecuada promoción donde se oferte esta competencia junto con otras actividades turísticas que ofrece el cantón.

Como se indicó inicialmente, el perfil demográfico del participante de la competencia "La Vuelta al Imbabura" es coherente con el perfil mundial del ciclista de montaña y se resume en que la mayoría de quienes realizan esta actividad son hombres, su edad está entre 23 y 40 años, tienen ingresos anuales que superan el ingreso promedio.

Adicionalmente, con el análisis de correspondencias múltiples, se pudo discriminar tres tipos de visitantes y su incidencia en el consumo de servicios turísticos:

- El excursionista, es decir el competidor que no pernocta y que son la mayoría. Este grupo gasta principalmente en consumo de alimentos.
- El turista que gasta en el consumo de servicios de hospedaje, de 40 a 50 USD diarios por persona; en el consumo diario de alimentos y uso de servicios de spa y balnearios, por más de 50 USD; en servicios de transporte turístico de 20 a 50 USD y, ha participado anteriormente en las competencias reto al Oasis y vuelta a Ibarra. Esta caracterización define a un turista que realiza un consumo completo de los servicios

turísticos que ofrece Ibarra y, cuyo gasto se ubica en los tramos superiores de la encuesta. Cabe mencionar que, este es un grupo muy reducido y que es el perfil ideal para generar un mayor impacto en el turismo.

- El turista que no gasta en servicios de hospedaje y alimentación, su estadía es de más de 3 noches, participa en todas las competencias que se realizan en la provincia vuelta al Imbabura, reto al Oasis, ruta de la Caña, vuelta a Ibarra, consume servicios turísticos complementarios como spas, balnearios y transporte turístico por un valor que está entre 20 y 50 USD. Las características de este visitante se atribuyen a que tendría algún familiar, pariente o amigo que reside en Ibarra, o de igual manera al ser personas que participan continuamente en estas actividades generan círculos de amigos aficionados a la práctica que los acogen.

A partir de estos resultados, se puede inferir que la incidencia en el consumo de servicios turísticos como consecuencia de la carrera MTB LVI es baja, a pesar de la importancia y reconocimiento de la misma en la zona norte de Ecuador y, de ser la carrera de este tipo que se realiza en Ibarra, con la mayor cantidad de participantes provenientes de fuera de la provincia. Esta baja incidencia se explica por el perfil del visitante que acude a la competencia y, que en su mayoría son excursionistas. Como se mencionó anteriormente, el grupo de turistas que realizan un consumo completo de los servicios turísticos, desde hospedaje hasta servicios complementarios, es muy reducido y son quienes causarían mayor incidencia.

En cuanto al impacto generado por el evento MTB LVI; se revisaron varios medios de comunicación social, entre ellos, prensa escrita, redes sociales, blogs, página web de la empresa organizadora; sin embargo, no se encontró información sobre el desarrollo de la competencia, ni del número de espectadores que la siguieron de forma directa o indirecta. Tampoco se

dispone de información para comprobar si realmente este evento deportivo logra mejorar la imagen del cantón de Ibarra como destino turístico y, si los participantes han captado o percibido los atributos cognitivos y fortalezas turísticas de este destino. La escasa información encontrada hace alusión a las fechas de realización de la competencia, una breve descripción del recorrido y publicidad del evento. De esta información, se podría inferir que hay un buen posicionamiento de esta competencia, por su paisaje, por los lugares que se encuentran a lo largo de la ruta, por lo que su potencialidad es latente.

En función de todo lo mencionado, se sintetizan los principales hallazgos del estudio:

- a. De acuerdo al perfil demográfico del participante de la carrera MTB LVI, que coincide con el perfil del turista de ciclismo de montaña mundial; hay una alta probabilidad de responder positivamente a la promoción de oferta turística que incluyan eventos de ciclismo de montaña, como ferias, competencias, festivales y otras actividades complementarias.
- b. Hay una baja incidencia de la competencia en el consumo de servicios turísticos, porque en su mayoría son excursionistas.
- c. Existe una falta de planificación turística y coordinación entre los actores del sector público y privado, turístico y deportivo; que promueva el consumo de servicios turísticos por parte de los competidores y sus acompañantes.
- d. Se reconoce la potencialidad de Ibarra y de la provincia de Imbabura como destino de turismo de aventura y deporte; con un entorno natural que ofrece las rutas apropiadas para la práctica de ciclismo de montaña y otros deportes.

Esta información es importante ya que establece la necesidad de realizar acciones conjuntas entre el sector público, los oferentes de servicios turísticos y los organizadores de la carrera para aprovechar de mejor manera el flujo o llegada de personas a la ciudad de Ibarra por motivo del evento, para captar

turistas que generen un mayor consumo de servicios turísticos y mejorar los índices de pernoctación. Se debe propender a seguir incrementando los niveles de participación, así como el incremento del número de acompañantes; a través de la organización de grandes eventos, la calidad de los bienes y servicios, entre otros.

La práctica del ciclismo de montaña a pesar de no ser aprovechada adecuadamente en Ibarra e Imbabura, es un producto de turismo de aventura y deporte que puede aportar significativamente a la economía del cantón, tiene un gran potencial y condiciones favorables en todos los sus aspectos. Ibarra cuenta con la topografía necesaria para la generación de rutas y circuitos de todos los niveles de dificultad y tipos de MTB, con ventajas comparativas importantes como montañas, ríos, lagunas, valles. A esto se suma que el ciclismo de montaña es una actividad de constante crecimiento a nivel nacional e internacional, según todos los estudios y planes revisados; que está considerado dentro de los 5 productos principales de promoción de turismo de aventura identificados por el Ministerio de Turismo, para su posicionamiento a nivel internacional; existiendo ya un reconocimiento de este producto, como lo corrobora el estudio realizado por PromPerú (2008), donde Ecuador se posiciona en tercer lugar a nivel latinoamericano, en turismo de aventura, de acuerdo a la encuesta realizada. Todas estas condiciones cualifican a Ibarra como un nicho de destino turístico de deporte.

Bajo este contexto, se pueden diseñar varias estrategias de marketing que han sido identificadas en los diferentes estudios del turismo del ciclismo de montaña Koepke, Jane (2005), Nairne (2014), Sport and Recreation Tasmania, (2009), entre otros; y su mayor incidencia en el consumo de servicios turísticos a nivel mundial, como son:

- a. Diseño de ofertas considerando que los turistas nacionales y extranjeros, se movilizan motivados esencialmente por la práctica del

ciclismo de montaña y el contacto con la naturaleza. En este sentido, se pueden trazar actividades complementarias a la competencia MTB; tomando en cuenta las características del perfil demográfico como la edad en función de lo que priorizan sus motivaciones, por ejemplo el turista joven busca realizar actividades emocionantes, en las que experimente adrenalina; mientras que para los turistas mayores de 24 años, es prioritario el contacto con la naturaleza (PromPerú, 2008).

- b. Integrar la comunicación dentro de la comunidad ciclista.
- c. Organizar eventos de varios días, festivales, entre otros.
- d. Promocionar la carrera a través de varios canales como exposiciones, eventos nacionales, internet.
- e. Un aspecto importante de la planificación estratégica es utilizar la imagen del evento para mejorar la marca de destino. Para el caso de Ibarra, se podría fortalecer la imagen de destino vía imagen del evento MTB LVI; los vendedores del destino pueden incorporar elementos del evento en su campaña de promoción. La esencia de los acontecimientos que se aprovechan para mejorar la imagen de destino, es la transferencia de los elementos de la imagen del evento a la imagen de destino; este es un ejercicio que vincula las dos marcas, eventos y destino. Según señala la teoría sobre marcas, en la medida que haya una sincronía entre el evento y la marca del destino, se produce una transferencia de imagen entre éstos, en mayor o menor grado.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES FINALES**



## **CONCLUSIONES**

A continuación se exponen las conclusiones derivadas de esta investigación:

1. La carrera de MTB LVI a pesar de tener un reconocimiento local y regional, y ser la carrera de este tipo donde participan más competidores provenientes de otros lugares; no es aprovechada para generar el consumo de servicios turísticos que se podría generar por su realización.
2. La carrera LVI tiene un buen nivel de fidelidad en la participación y es un elemento que puede ayudar a posicionar a Ibarra como un destino turístico de aventura y sobre todo de MTB, siempre y cuando sea gestionada dentro de un marco de acciones planificadas como parte de una estrategia global que involucre el accionar de los distintos actores clave, para convertir a Ibarra en un destino de calidad y reconocido para el desarrollo de esta actividad.
3. El perfil estándar del competidor proveniente de fuera de la provincia de Imbabura pertenece a un nivel económico medio a alto, con una capacidad de gasto que responde al tipo de turismo que realiza y cuyas características demográficas concuerdan con el perfil del turista de ciclismo de montaña a nivel mundial. Estas características convierten al perfil del competidor en óptimo para un mercado sostenido con lo que respecta a la demanda; este es un elemento importante para el desarrollo de Ibarra como un destino de turismo de MTB.

4. Se identificaron tres tipos de turista, el excursionista o turista que no pernocta y que gasta principalmente en consumo de alimentos; el turista, cuya estadía es en promedio de 3 noches, no gasta en alojamiento y alimentación, pero sí en servicios turísticos complementarios como spas y balnearios y; por último, el turista que realiza un consumo completo de los servicios turísticos, desde alojamiento hasta servicios turísticos complementarios.
  
5. En general, la competencia MTB LVI tiene una incidencia baja en el consumo de servicios turísticos que ofrece Ibarra, la misma que se produce antes y durante la competencia. Por un lado, el 50% de los participantes son excursionistas y, por otro, el grupo de turistas que realizan el consumo completo de servicios turísticos es muy reducido. Esto deriva en que la mayor incidencia respecto al consumo servicios turísticos sea únicamente el de alimentación, en especial el de comida típica.
  
6. En función del análisis realizado, se ha identificado la potencialidad de la competencia para generar una mayor incidencia en el turismo del cantón Ibarra. Para ello, es primordial el diseño de un plan que incluya estrategias como diseño de productos que vinculen la competencia con actividades complementarias, considerando que la motivación principal de los encuestados es la práctica deportiva del ciclismo de MTB y, que Ibarra dispone del entorno natural perfecto para esta actividad.
  
7. El consumo de servicios turísticos generado por el desarrollo del cicloturismo y competencias MTB, puede mejorar significativamente ya que Ibarra, además del entorno natural propicio para la práctica del ciclismo, cuenta con suficiente infraestructura hotelera para recibir a los visitantes; dispone de una variedad de restaurantes, que van desde la

oferta de comida típica hasta la preparación de comida gourmet y; cuenta con lugares de recreación y entretenimiento.

8. El potenciar el turismo en Ibarra, a través del desarrollo de eventos deportivos como es la competencia MTB LVI, puede generar impactos positivos como la generación de fuentes de empleo, inversión pública y privada, valor agregado, aumento de los flujos turísticos, reposicionamiento de la ciudad como destino turístico, reproyección de la imagen de la ciudad, desarrollo comunitario, entre otros.
9. La competencia de ciclismo de montaña la “Vuelta al Imbabura” está posicionada como una competencia de alto nivel técnico, cuya ruta dispone de un paisaje natural extraordinario. Esta imagen puede ser aprovechada para mejorar la imagen de Ibarra como destino turístico de deporte, aventura y naturaleza.
10. Es poca o nula la coordinación entre los diferentes actores clave de la competencia MTB LVI y el turismo en general, que promuevan estrategias para un mayor consumo de servicios turísticos por parte de los visitantes.
11. El turismo de aventura y deporte, en el que se incluye el ciclismo de montaña, está identificado como uno de los principales productos turísticos del Ecuador. Por otro lado, existe el reconocimiento a nivel internacional de Ecuador como destino para realizar turismo de aventura y deporte. Éstas son ventajas que pueden contribuir al efecto positivo de la promoción de la competencia MTB LVI a nivel internacional.

12. El desarrollo del turismo de ciclismo de montaña además de los beneficios económicos, puede generar impactos positivos en la salud de los habitantes de Ibarra, fortalecer relaciones sociales y propender a la conservación de la naturaleza al generarse una popularización de la práctica de ciclismo de montaña a nivel local.

## **RECOMENDACIONES**

1. Crear una línea base sólida del turismo MTB para el cantón Ibarra y sus alrededores, mediante el desarrollo de estudios de mercado que proporcionen información para la construcción de indicadores y; elementos de análisis cualitativo, que complementen la información recopilada en este estudio; así como la opinión, percepción y perspectivas del resto de actores clave del turismo MTB.
2. Diseñar un plan de acción de turismo de MTB, donde se establezca estrategias, acciones concretas y objetivos puntuales que promuevan el posicionamiento de Ibarra como un destino de turismo de MTB de calidad.
3. Otro mecanismo para lograr una mayor incidencia es la organización de este evento para varios días, en los que se puede desarrollar además de la competencia, festivales, entre otros. Dicha competencia se podría realizar en feriados, que es cuando mayor movilización de personas se registra a nivel interno. (cambie esto acá y combine con otra recomendación)
4. Promover la organización de eventos complementarios a la realización de la competencia, tales como la premiación de los participantes, festivales artísticos, entre otros; para incentivar la pernoctación y el mayor consumo de servicios turísticos.

5. Promover la participación del sector turístico empresarial en coordinación con los organizadores de la competencia, para generar empaquetamientos de los eventos deportivos existentes en Ibarra y la provincia de Imbabura.
  
6. Trabajar en el desarrollo, fortalecimiento, mantenimiento de rutas o circuitos de ciclismo de montaña y promocionarlos en los distintos eventos competitivos; para generar visitas posteriores de tipo recreativa o deportiva.
  
7. Aprovechar el posicionamiento de la imagen de la competencia MTB LVI, para posicionar a Ibarra como destino turístico de deporte, aventura y naturaleza.

## **LÍMITES Y PERSPECTIVAS**

A partir de la elaboración de esta investigación se identificaron los siguientes límites:

1. No existe una cultura de almacenamiento de información por parte de los organizadores de las competencias, sobre el número de participantes, su procedencia, sus datos demográficos y otros aspectos, que permitan disponer de información histórica, para evaluar la evolución de ésta e incidencia en el consumo de servicios turísticos en el cantón Ibarra.
2. Existe escasa información bibliográfica sobre estudios y análisis de turismo de ciclismo de montaña en Ecuador.
3. Limitada información sobre el uso de servicios turísticos en Ibarra como consecuencia de la realización de actividades deportivas, en especial de competencias de ciclismo de montaña.

En cuanto a perspectivas se tiene que:

4. Centrar los estudios en la ampliación de la línea base, que generen insumos para la elaboración de planes estratégicos y de acción para el desarrollo de Ibarra, como un destino de turismo sostenible de ciclismo de montaña.

5. Estudiar y mapear todas las posibilidades de rutas, escenarios y potenciales infraestructuras necesarias o deseadas, como un inventario de recursos para poder incidir en el desarrollo y mantenimiento de estos elementos que son la base del ciclismo de montaña.
6. Analizar diferentes tipos de incidencia del turismo de ciclismo de montaña en otros stakeholders o actores como comunidades rurales, sector privado de servicios de alimentación, recreación y otros. De tal forma, que se pueda potencializar beneficios y mitigar impactos negativos.
7. Realizar estudios integrales de mercadeo y comunicación que permitan hacer análisis comparativos y generar estrategias, para difundir y promocionar todas las actividades relacionadas al turismo de MTB.
8. Gestionar planes para la adaptación eficiente de los servicios turísticos, a los requerimientos del turista de MTB.
9. Estudiar con mayor amplitud las acciones y estrategias de promoción de los diferentes eventos deportivos, para establecer cuales generan mejores resultados en la participación de personas de fuera de la provincia.
10. Profundizar en el análisis de otros tipos de eventos deportivos que se realizan y atraen a personas provenientes de otras ciudades, para comparar el consumo de servicios turísticos; para fortalecer la generación de consumo y establecer estrategias para que el gasto sea mayor y con una mejor distribución.

11. Realizar estudios del perfil de los visitantes de todo tipo de eventos deportivos para poder generar estrategias de mayor participación.



## **REFERENCIAS DOCUMENTALES**



## REFERENCIAS DOCUMENTALES

- Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica, Organización Mundial del Turismo y. (2010). *Turismo para la naturaleza y el desarrollo: guía de buenas practicas.*
- acciona. (2015). <http://www.sostenibilidad.com>. Obtenido de <http://www.sostenibilidad.com/top-10-paises-mayor-diversidad#1>
- Acerenza, M. A. (1991). *Administración del turismo*. México: Trillas.
- Acosta, F. (2015). *mtb.ec*. Recuperado el 7 de Julio de 2015, de [www.mtb.ec](http://www.mtb.ec)
- Alliance Action Sports Experts. (20 de Enero de 2015). *Alliance Action Sports Experts*. Recuperado el 6 de Julio de 2015, de <http://www.enteralliance.com/?p=2443>
- Allan Rhodes Espinoza. (s.f). *ecoturismolatino*. Recuperado el 15 de 07 de 2015, de <http://claroline.ucaribe.edu.mx/claroline/claroline/backends/download.php?url=L0Vjb3R1cmIzbW8ucGRm&cidReset=true&cidReq=SMR0702>
- Alliance Action Sports Experts. (15 de Diciembre de 2014). *Alliance Action Sports Experts*. Recuperado el 28 de Julio de 2015, de <http://www.enteralliance.com/>: <http://www.enteralliance.com/?p=2411>
- Almeida, L. (21 de Noviembre de 2010). <http://fedeciclismo.org.ec>. Obtenido de <http://fedeciclismo.org.ec/fec/wp-content/uploads/2010/11/2010-11-21-FINAL-REVISADA.pdf>
- ANT. (2014). <http://www.turismo.gob.ec/>. Recuperado el 11 de Agosto de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Resolucin-no.-108-dir-2014-ant.pdf>
- Argys, L. M., & Mocan, H. N. (2000). *Bicycling and Walking in Colorado: Economic Impact and Household Survey Results*. Denver: The Colorado Department of Transportation Bicycle/Pedestrian Program.
- Arrillaga, I. (1992). Enayos sobre Turismo. En I. Arrillaga, *Enayos sobre Turismo* (pág. 158). Barcelona: Ediciones Turistixas S.L.
- Arturo Crosby, A. M. (1996). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las areas naturales*. Madrid: Viriato.
- Asociación de Monitores Medioambientales Almijara. (s.f). *Turismo Sostenible*. Recuperado el 25 de julio de 2015, de <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (2012). *AME*. Recuperado el 12 de 08 de 2015, de <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/284-canton-ibarra>
- Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo. (s.f). *Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo*. Recuperado el 18 de julio de 2015, de <http://www.aneta.es/index.php/turismo-activo/que-es-el-turismo-activo>

- Astudillo Aviles, J. (Junio de 2012). <http://juanastudilloaviles.blogspot.com/>. Recuperado el 07 de 08 de 2015, de <http://juanastudilloaviles.blogspot.com/2012/06/lauro-historia-del-deporte.html>
- Aulestia Estrella, X. E. (2013). *Proyecto turístico comunitario la magdalena de la parroquia Angochagua, canton Ibarra de la provincia de Imbabura*. Quito: Tesis, Universidad Central del Ecuador.
- Ávila Baray, H. L. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. Instituto Tecnológico de Cd. Cuauhtémoc.
- Ávila, C. d. (2011). *Los eventos deportivos y el desarrollo turístico en Ilhéus-Bahia -Brasil*. Ilhéus - Bahia - Brasi: Universidad Estadual de Santa Cruz.
- Banco Central de Ecuador. (2015). *Banco Central de Ecuador*. Recuperado el 5 de 11 de 2015, de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/indice.htm>
- Barnes, G. B. (2004). *The Benefits Of Bicycling In Minnesota*. Minnesota: Minnesota Department of Transportation.
- Barrios Salas, L. (21 de agosto de 2009). Recuperado el 3 de 8 de 2015, de <http://es.scribd.com/doc/18972710/Turismo-Definiciones-de-Turismo#scribd>
- Baumann, C., Bijacá, M., Rambeau, M., & Wanner, Z. (2013). *Biciudades 2013: un estudio regional acerca del uso de la bicicleta como medio de transporte en América Latina y el Caribe*. BID, AU.
- Benítez Pereira, Marcelo. (2015 b). *Diagnóstico integral de la situación del turismo del cantón Ibarra y actualización de la línea base*. Ibarra: Gobierno Autónomo descentralizado Municipal san Miguel de Ibarra.
- Benítez Pereira, Marcelo. (2015 c). *Formulación Estratégica de Plan y su Implementación*. Ibarra: Gobierno Autónomo descentralizado Municipal san Miguel de Ibarra.
- Benitez Pereira, Marcelo. (2015 a). *Plan de Desarrollo Turístico de Ibarra*. Ibarra: GADI.
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Revista colombiana de geografía* , 155-163.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. Textbooks Collection.
- BID. (19 de Septiembre de 2014). <http://www.iadb.org/>. Recuperado el 29 de Octubre de 2015, de <http://www.iadb.org/es/noticias/comunicados-de-prensa/2014-09-19/atlas-sobre-ciclismo-urbano-en-america-latina-y-caribe,10919.html>
- BID, Despacio, Bicivilizate. (2015). *Ciclo-inclusión en América Latina y el Caribe*. BID.
- Biking Dutchman. (2013). *bikingdutchman.com*. Obtenido de <http://www.bikingdutchman.com/>
- Bowles, B., Fleming, K., Fuller, K., Lankford, J., & Printz, J. (2010). *Economic and Health Benefits of Bicycling in Iowa*. Iowa: Iowa Bicycle Coalition.

- Bravo, P. (2015). *Bicisosos*. Bogotá: Penguin Random House.
- Bukart, & Medik, S. (1981 y 1987). *"Tourism. Past, present and future"*. Ed. Heinemann. . Londres.
- Buró de Convenciones e Incentivos de Quito. (2012). *Diseño de un Plan Sectorial de Turismo para el Fortalecimiento de Convenciones en la provincia de Imbabura*. Ibarra: GADMI.
- Bussiére, Y. D., Espinoza Torres, I., Collomb, J., & Revalet, E. (2015). Transporte no motorizado, reducción de gases de efecto invernadero e impacto económico sobre el turismo: el caso de Puebla, México. *Revista sociedad, ciudad y territorio* , 55-71.
- Canalis, X. (2015). *dossierturismo*. Obtenido de <https://dossierturismo.files.wordpress.com/2015/06/ebook-tendencias-turismo-2015.pdf>
- Cano Fuentes, M. (2006). Las estrategias de promoción exterior del turismo deportivo y de naturaleza Español por parte del instituto de turismo de España. *Estudios turísticos* , 39-49.
- Cantarero, L., Medina, X., & Sánchez, R. (s.f.). Actalidad en el deporte: Investigación y aplicación . *Actalidad en el deporte: Investigación y aplicación* .
- Cañada, E. (2010). *Turismo en centroamérica, nuevo escenario de conflicto social*. Alba Sud, PRISMA.
- Caro, F., Acosta, J., Orgaz, F., & Castellanos, M. (2015). Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los STAKEHOLDERS. Un estudio de caso en República Dominicana. *Revista de Economía del Caribe* .
- Castro, R. Q. (2010). Elementos del Turismo . En R. Q. Castro, *Elementos del Turismo* (pág. 480). Costa Rica: EUNED.
- CATI. (s.f). <http://www.cati.com.ec>. Obtenido de <http://www.cati.com.ec/index.php/inicio/empresa/historia>
- Centre for Recreation and Tourism Research. (2013). *Review of Mountain Biking Developments and Potential Opportunities in the Scottish Enterprise Area*. Escocia.
- Cevantes Beltrán, A., Beltrán Ramirez, J. D., & Montañó Salas, F. E. (S.f). *El ciclismo de montaña como turismo alternativo a partir de la geomorfología y paisaje del territorio de la comunidad de Buenavista, Sonora*. Recuperado el 15 de 7 de 2015, de [http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no59/turismo/ciclismo\\_buenavista.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no59/turismo/ciclismo_buenavista.pdf)
- Cikla. (2015). *Cikla*. Recuperado el 27 de 7 de 2015, de <http://www.cikla.net/>
- City of Kelowna, Regional District of Central Okanagan and BC Parks. (2007). *Mountain bike community profile for the central Okanagan*. Kelowna: City of Kelowna, Regional District of Central Okanagan and BC Parks.
- Cloce Sampaio, C. A. (2004). El turismo como fenómeno histórico. En *Estudios y perspectivas en turismo Volumen 13* (págs. 290-302).
- Collado Comes, J. J. (2012). *Impacto socio-económico de los grandes eventos. El caso de brasil*. Tesis, Universitat Politècnica de Catalunya.

Colorado Parks and Wildlife. (2014). *Colorado Statewide Comprehensive Outdoor Recreation Plan*. Denver: CPW.

Colorado.com. (2015). <http://www.colorado.com/>. Recuperado el 7 de 11 de 2015, de <http://www.colorado.com/>

Cooper, C., Fletcher, Gilbert, D., & Wanhill, S. (1997). *Turismo. Principios y práctica*. México: Diana.

Coordinación general de estadística e investigación. (2015). *MITUR Principales indicadores de turismo 2015*. Ministerio de turismo.

Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo del Ecuador. (2015). *Boletín Trimestral, Información relevante del Turismo en el Ecuador. I Trimestre del año 2015*. Quito: MINTUR.

Corporate Research Associates, Inc. (2010). *Mountain Biking Market Profiles study*. Halifax: Parks Canada.

Crankworx Events Inc. (2015). *crankworx*. Recuperado el 7 de 11 de 2015, de <http://www.crankworx.com/whistler/>

Currie, R., Seaton, S., & Wesley, F. (2009). Determining Stakeholders for Feasibility Analysis. *Annals of Tourism Research*, 41-63.

Cycling Canada Cyclisme. (2014). *Long-term athlete development Mountain Bike*. Ontario: Cycling Canada Cyclisme.

Daniel Riobóo. (08 de 01 de 2015). *CondéNast Traveler*. Recuperado el 24 de 07 de 2015, de <http://www.traveler.es/viajes/mundo-traveler/articulos/el-boom-del-turismo-deportivo/6268>

De Santanna Bahia, C., & Ávila, M. (2011). Los eventos deportivos y el desarrollo turístico en Ilhéus - Bahia - Brasil. En *Estudios y perspectivas en turismo Volumen 20* (págs. 171-189).

Debarbieux B, O. V. (2014). *Tourism in Mountain Regions: Hopes, Fears and Realities*. Geneva, Switzerland: Sustainable Mountain Development Series.

Di Croce Garay, S., & Ferretty, E. (2011). Cicloturismo: un abordaje desde el concepto estrategia de viaje. *9º Congreso Argentino y 4 Latinoamericano de Educación Física y Ciencias*. La Plata: Universidad Nacional de la PLata.

Diario La Hora. (16 de Noviembre de 2014). Ciclismo de montaña con agenda para el 2015. Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Diario La hora. (17 de 10 de 2014). *Ibarraestodo.com*. Obtenido de <http://www.ibarraestodo.com/webj3/index.php/noticias/deportes/7385-la-vuelta-a-ibarra-casi-lista>

Diario La Hora. (26 de Agosto de 2014). *ibarraestodo.com*. Recuperado el 8 de Agosto de 2015, de <http://www.ibarraestodo.com/webj3/index.php/noticias/deportes/7297-la-ruta-al-oasis-su-historia>

Di-Bella, M. G. (1990). *Introducción al turismo*. Mexico: Trillas.

Dirección de Turismo de Ibarra. (2014). *touribarra.gob*. Recuperado el 3 de 7 de 2015, de Página oficial de información turística de Ibarra: <http://www.touribarra.gob.ec/>

District of Squamish BC. (2011). *Trails Master Plan*. Squamish BC: District of Squamish.

DNA. (2014). *Northern BC mountain bike recreation and tourism development strategy*. Vancouver: MBTA.

Drumm, A., & Moore, A. (2005). *Introducción a la planificación del ecoturismo*. Virginia: The Nature Conservancy.

Easto, P., & Warburton, C. (2010). *Adventure Tourism in Scotland*. Edinburgh: The Tourism Innovation Group.

Economist Intelligence Unit. (2010). *Índice de Ciudades Verdes de América Latina "Una evaluación comparativa del impacto ecológico de las principales ciudades de América Latina"*. Munich: Siemens AG.

Economy Committee. (2015). *Cycling Tourism Action Plan*. Edinburgh: Economy Committee.

Ecuador Travel. (2014). <http://ecuador.travel>. Obtenido de <http://ecuador.travel/blog/ciclismo-de-aventura/>

EcuadorExplorer.com. (2015). *EcuadorExplorer.com*. Recuperado el 28 de 7 de 2015, de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/ciclismo-de-montana.html>

efdeportes.com. (Octubre de 2009). *efdeportes.com*. Recuperado el 30 de 7 de 2015, de <http://www.efdeportes.com/efd137/el-turismo-activo-como-complemento-del-sector-turistico.htm>

El Norte. (2015). *El Norte*. Obtenido de <http://www.elnorte.ec/deportes/ciclismo.html>

El Telégrafo. (25 de octubre de 2014). *telegrafo.com.ec*. Recuperado el 9 de septiembre de 2015, de <http://www.telegrafo.com.ec/futbol-internacional/item/el-recorrido-al-cotopaxi-cambiara-de-sentido.html>

El Tiempo. (21 de Mayo de 2011). Ecuador se convertirá en el segundo país latinoamericano en prohibir el juego. Cuenca, Azuay, Ecuador.

Empresa de Turismo Activo de Castilla. (2005). *Decreto 77/ 2005*. La Mancha: Empresa de Turismo Activo de Castilla.

Enciclo. (23 de 06 de 2013). *Enciclo*. Recuperado el 27 de 07 de 2015, de <http://enciclo.com.ar/la-historia-de-la-bicicleta>

Espinoza, A. R. (s.f). *vidasilvestre.org*. Recuperado el 26 de 07 de 2015, de [http://vidasilvestre.org.uy/wp-content/uploads/2012/08/Definiendo-el-Turismo-Responsable\\_Ecoturismolatino.pdf](http://vidasilvestre.org.uy/wp-content/uploads/2012/08/Definiendo-el-Turismo-Responsable_Ecoturismolatino.pdf)

Espinoza, A. R. (2015). *vidasilvestre.org.uy*. Recuperado el 26 de 07 de 2015, de Vida Silvestre: <http://vidasilvestre.org.uy/biblioteca/biblioteca-de-ecoturismo>

ESPOL, E. P. (2015). *Ecuador a la carta*. Recuperado el Julio de 20 de 2015, de BLOG ESPOL: <http://blog.espol.edu.ec>

- Europea, U. (2000). En bici, hacia ciudades sin malos humos. Luxembourg: Oficina de publicaciones oficiales de las comunidades Europeas.
- Event Marketing Group. (2015). *fruta fat tire festival*. Recuperado el 7 de 11 de 2015, de <http://fruitafattirefestival.com/>
- FEC. (16 de 11 de 2011). Estatutos de la federación Ecuatoriana de ciclismo. Ecuador.
- Fennell, D.A. (1990). *greenglobe21*. Recuperado el 21 de 07 de 2015, de <http://www.greenglobe21.com/AboutEcotourism.aspx>
- Fernández Latorre, F. (2015). Flujos turísticos, capital territorial y uso de la bicicleta. Andalucía como modelo de destino emergente en cicloturismo. *Revista de Estudios Anadaluces No. 32* , 76-107.
- Fernández, S. (2011). <http://www.fuenterrebollo.com/>. Recuperado el 14 de noviembre de 2015, de <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/REDUCIR-DIMENSION/CORRESPONDENCIAS/correspondencias.pdf>
- FGTS. (2013-2017). *The Florida Greenways and Trails System 2013-2017*. Tallahassee: The Florida Greenways and Trails System.
- Flores Cebrián, L. (2009). *Análisis Estadístico Descriptivo*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.
- FME, T. (2013). *free-management-ebooks*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2015, de <http://www.free-management-ebooks.com/dldebk-pdf/fme-swot-analysis.pdf>
- Fontana, A., & Frey, J. (1994). Interviewing The Art of Science. En Varios, *The Handbook of Qualitative Research* (pág. 16). Sage Publications.
- Forestry Commission Scotland on behalf of the Scottish Mountain Bike Development Consortium. (2009). *The sustainable development of mountain biking in scotland a national strategic framework*. Forestry Commission Scotland on behalf of the Scottish Mountain Bike Development Consortium.
- Francia en España, Embajada de Francia en Madrid. (2 de Julio de 2014). <http://www.ambafrance-es.org/>. Recuperado el 5 de 8 de 2015, de <http://www.ambafrance-es.org/El-Tour-de-Francia-un-negocio>
- Froböse, I. (2015). *fmciclismo.net*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de <http://www.fmciclismo.net/>
- GADMI. (2015). *Gobierno Autonomo*. Recuperado el 7 de 11 de 2015, de <http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/servicios-00/descargas/824-registro-de-actividades-economicas-2014>
- GADMI. (2015). *Gobierno autónomo descentralizado de Ibarra*. Recuperado el 20 de 6 de 2015, de <http://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/ciclismo-de-montana>
- GADMI. (2012). *PLan de desarrollo y ordenamiento territorial del canton Ibarra*. Ibarra.
- Gandara, J. (2004). La calidad y la competitividad de los destinos turísticos urbanos. En *Turismo - Visão e Ação* (págs. 69-93).

Gilabert Zarco, J. (2015). *Cicloturismo en la Provincia de Alicante; análisis de la demanda y de los recursos sociales y territoriales*. Recuperado el 18 de 7 de 2015, de [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/48114/1/Cicloturismo\\_en\\_la\\_provincia\\_de\\_Alicante\\_analisis\\_de\\_l\\_GILABERT\\_ZARCO\\_JOSE.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/48114/1/Cicloturismo_en_la_provincia_de_Alicante_analisis_de_l_GILABERT_ZARCO_JOSE.pdf)

Gobierno Autonomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra. (s.f.). *Sistema Nacional De Información*. Recuperado el 5 de Agosto de 2015, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL\\_DEL\\_PDOT\\_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION\\_GAD/01%20CANTON%20IBARRA\\_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PARTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.p)

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra. (2015). [www.ibarraecuador.gob.ec](http://www.ibarraecuador.gob.ec). Recuperado el 28 de 6 de 2015, de <http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/ibarra1234/informacion-general>

GoEcuador.com. (2015). *skyscrapercity.com*. Obtenido de <http://www.skyscrapercity.com/>

Goeft, Ute; Alder, Jackie. (2001). Sustainable mountain biking: a case study from the southwest of western Australia. En *Journal of sustainable tourism* (págs. 193-211). Taylor & Francis.

Gómez Lorduy, A. d. (2013). La bicicleta como generador de cambio cultural: caso holanda. Cartagena, Colombia.

González Molina, A. (2008 y 2014). *Apuntes de la Asignatura "Planificación Integral del Turismo Activo: ocio y recreación"*. Las Palmas de Gran Canaria: Máster Universitario en Desarrollo Integral de Destinos Turísticos. Universidad de Las Plamas de Gran Canaria (ULPGC).

González Molina, A. (2008). <http://mdc.ulpgc.es>. Recuperado el 30 de 7 de 2015, de <http://mdc.ulpgc.es/cdm/ref/collection/amotriz/id/59>

González Molina, A. (2008). Rasgos caracterizadores del turismo activo y turismo deportivo e importancia económico-social y estructural de nuevas formas emergentes. *Acciónmotriz* , 79-98.

González Rubio, D. C. (2010). *Análisis de factibilidad para la creación de una operadora de turismo especializada en ciclismo en el cantón Bucay, provincia de Guayas*. Guayaquil: Tesis, Universidad Ecotec.

Google. (2015). *Google Maps*. Recuperado el 12 de 08 de 2015, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Cerro+Imbabura/@0.2608332,-78.1808333,13z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x8e2a164feb0df099:0x451d2fc989be2f9!6m1!1e1>

Greenacre, M. (2008). *La práctica del análisis de correspondencias*. España: Fundación BBVA.

Hallmann, K., & Breuer, C. (2010). Image Fit between Sport Events and their Hosting Destinations from an Active Sport Tourist Perspective and its Impact on Future Behaviour. *Journal of Sport & Tourism* , 215-237.

Hidrobo Proaño, S. C., & Estrella Avecillas, N. B. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrezca cicloturismo alrededor de los principales atractivos naturales de San Miguel de los Bancos*. Tesis, Universidad politécnica salesiana sede Quito.

- Hobart City Council. (2011). *Greater Hobart Mountain Bike Master Plan*. Hobart: Hobart City Council.
- Honey, M. (1990). Ecotourism and sustainable development: Who Owns Paradise? En M. Honey, *Ecotourism and sustainable development* (pág. 25). Washington D.C.
- Hortelano , D. (2013). *Plan de empresa: organización de eventos deportivos*. Tesis, Universitat politècnica de valència.
- IESE. (Noviembre de 2009). *IESE*. Recuperado el 4 de Septiembre de 2015, de [http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%C3%BAn%20Freeman\\_tcm5-39688.pdf](http://www.iese.edu/es/files/La%20evaluaci%C3%B3n%20del%20concepto%20de%20stakeholders%20seg%C3%BAn%20Freeman_tcm5-39688.pdf)
- Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra. (2006). *Plan de Desarrollo del Cantón Ibarra "Turismo"*. Ibarra.
- IMBA. (2015). *International Mountain Bicycling Association*. Recuperado el 2 de Agosto de 2015, de <https://www.imba.com>: <https://www.imba.com/blog/latest>
- IMBA. (2015). *International Mountain Bicycling Association*. Obtenido de <https://www.imba.com/copyrights>
- INEC. (2010). *Base de datos censo 2010*. Recuperado el 31 de 7 de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-2010/>
- INEC. (2013). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012. Resumen Metodológico y Principales Resultados*. Quito.
- INEC. (2010). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>. Recuperado el 30 de Julio de 2015, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- Insight Department. (2013). *Tourism in Edinburgh 2011*. Edinburgh: Insight Department, VisitScotland.
- Inspiring Place Pty Ltd. (2008). *Mountain bike tourism market profile for Tasmania* . Tasmania: Inspiring Place Pty Ltd.
- Jiménez martin, P. J., & Gómez Encinas, V. (2006). Turismo activo y outdoor training. *Kronos* , 45-53.
- Junta de Andalucía. (2002). *Decreto 20/2002, de 29 de enero de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo* . Andalucía.
- Karadeniz, D. (2008). *The Impact of the Little Miami Scenic Trail on Single Family Residential Property Values*. Cincinnati: thesis Division of Research and Advanced Studies of the University of Cincinnati.
- Koepke, J. (2005). *Exploring the market potential for Yukon mountain bike tourism*. Whitehorse: Yukon canada's true north, cycling association of yukon.

- La Hora. (27 de Julio de 2012). <http://www.lahora.com.ec/>. Recuperado el 8 de Noviembre de 2015, de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101368183/-1/800\\_ciclistas\\_dar%C3%A1n\\_la\\_vuelta\\_al\\_Imbabura.html#.Vj82hLcvfIU](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101368183/-1/800_ciclistas_dar%C3%A1n_la_vuelta_al_Imbabura.html#.Vj82hLcvfIU)
- Laberte, C. (1980). *Enciclopedia de hoteles y turismo*. Gestión .
- Lafuente, F. M. (2003). El turismo explicado con claridad. En F. M. Lafuente, *El turismo explicado con claridad* (págs. 48,49,50). Libros en Red.
- Lanuz Fanlo, A. (2014). El cicloturismo como producto turístico innovador en la provincia de huesca. Zaragoza: Tesis, Universidad Zaragoza.
- Latiesa, M., & Paniza, J. L. (2006). Turistas deportivos . *Revista internacional de sociología* , 133-149.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2012). *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía* . Editorial McGraw-Hill, 13va edición .
- Lippman, E. (2001). *Bicycle Touring in California*. Dublin: California Association of Bicycling Organizations.
- Llopis Goig, R. (2012). *Megaeventos deportivos "perspectivas científicas y estudios de caso"*. Barcelona: UOC.
- López, E. (2015). *innovacion*. Obtenido de <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/7550/Tendencias%20de%20turismo%202015.pdf>
- MAE. (2015). *Sistema Nacional de Areas Protegidas del Ecuador*. Recuperado el 8 de 11 de 2015, de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/reporte-de-visitas>
- Magadán, M., & Rivas, J. (2015). *Turismo y tendencias*. Oviedo: Septem ediciones.
- Manuel, J. (9 de 10 de 2014). *Todotecnología*. Recuperado el 25 de 07 de 2015, de <http://todotecnologia-eso.blogspot.com/2014/10/historia-de-la-bicicleta.html>
- Massimino, V. (7 de Febrero de 2015). *Revista Meta*. Recuperado el 29 de 7 de 2015, de [metarevista.wordpress.com](http://metarevista.wordpress.com): <https://metarevista.wordpress.com/2015/02/07/museos-la-pasion-boquense/>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.
- MBTA. (2006). *Sea to Sky Mountain Biking Economic Impact Study*. Vancouver: Mountain Bike Tourism Association.
- McClure Consulting LLC, Economic & Policy Resources, Inc. , Kimley-Horn and Associates, Inc. (2013). *An Economic Impact Study of bicycling in arizona: Out of state Bicycle tourists & exports*. Arizona : ADOT Arizona Department Of Transportation.
- Mediavilla, L. (2012). *Áreas de influencia del turismo activo*. Madrid: Academia Española.
- Medina Miranda, J. R. (2001). Ecoturismo. En *Derechos humanos, Turismo ecologico* (págs. 95-96). Toluca.

- Melendez, J. (marzo de 2013). *roquetasciclismo*. Recuperado el 20 de 07 de 2015, de <http://www.roquetasciclismo.com/noticias/2013/LA%20BICICLETA.pdf>
- Merg, M. (1999). *untamedpath*. Recuperado el 3 de 8 de 2015, de <http://untamedpath.com/Ecotourism/defining.html>
- Miguel Alemán Velasco. (s.f). *ecoturismolatino*. Recuperado el 15 de 07 de 2015, de <http://www.planeta.com/ecotravel/mexico/strategy/ecoturismohcl.html>
- Minister for tourism and major events. (2011). *Victoriaís Cycle Tourism Action Plan 2011-2015*. Victoria: Minister for tourism and major events.
- Ministerio de Fomento. (2005). *Elaboración de un análisis DAFO en organizaciones de transportes*.
- Ministerio de relaciones exteriores, comercio e integración. Embajada del Ecuador en los Países Bajos. *El uso masivo de la bicicleta para el buen vivir*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *ecuador.travel*. Recuperado el 28 de 7 de 2015, de [ecuador.travel/blog/ciclismo-de-aventura/](http://ecuador.travel/blog/ciclismo-de-aventura/)
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (31 de Enero de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 30 de 7 de 2015, de Ecuador ama la vida: <http://www.turismo.gob.ec/>
- Ministerio de Turismo Ecuador. (2011). *La experiencia turística en el Ecuador*.
- Ministerio de Turismo. (29 de Abril de 2015). *Ecuador Travel*. Recuperado el 28 de 7 de 2015, de [http://ecuador.travel/descargas/es/guia\\_ciclismo.pdf](http://ecuador.travel/descargas/es/guia_ciclismo.pdf)
- Ministerio de Turismo. (24 de 8 de 2014). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/el-transporte-terrestre-turistico-cuenta-con-nuevo-reglamento/>
- Ministerio de Turismo, Cordinacion Zonal 1. (2014). *Rutas ciclisticas Imbabura*. Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- MinnesotaMountainBikeSeries. (2015). *Minnesota Mountain Bike Series*. Recuperado el 9 de 11 de 2015, de <http://www.mnmtbseries.com/>
- MINTUR. (2015). Recuperado el 8 de 11 de 2015, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras>
- MINTUR. (2009). *Plan integral de marketing turístico de Ecuador, PIMTE 2014*. Ministerio de turismo, Tourism & leisure advisory service.
- Molina, S. (2000). *El posturismo de los centros turísticos industriales a las ludópolis*. Mexico: Tesis .
- Monroy, A., Sáez, G., & Cordente, C. (2009). Los modelos de gestión en la organización de eventos deportivos en la actualidad. En *Ocio, actividades en la naturaleza, turismo y recreación* (págs. 93-96). KRONOS.
- Mountain Bike Tourism Association. (2015). *Mountain Bike Tourism Association (MBTA)*. Recuperado el 2 de Agosto de 2015, de <http://www.mbta.ca>

Mountain Bikers of Santa Cruz. (2007). *Economic Benefits of Mountain Bike Tourism for Santa Cruz County*. Santa Cruz, CA: MBoSC.

mtb.ec. (2015). *mtb.ec*. Recuperado el 20 de Julio de 2015, de <http://www.mtb.ec/>

Nairne, D. (2014). *Northern BC Mountain Bike Recreation and Tourism Development Strategy*. British Columbia.

Naranjo, E. (16 de Septiembre de 2014). Imbabura fortalecerá el turismo con rutas ciclistas. (N. Valdivieso, Entrevistador)

Naturales, S. d., & Forestal, C. N. (2006). *Introducción al ecoturismo comunitario*.

Nicklin, C., & Saravia, M. (Enero de 2006). Estudio de factibilidad sobre el potencial del Ecoturismo para mejorar los medios de vida de las comunidades de los Andes en 4 países: Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador.

Northern Tasmania Development. (2013). *Potential for Mountain Biking in North Eastern Tasmania: Market Demand and Economic Assessment*.

Nuñez, J. M. (9 de 10 de 2014). *Todotecnología*. Recuperado el 25 de 07 de 2015, de <http://todotecnologia-eso.blogspot.com/2014/10/historia-de-la-bicicleta.html>

Office of Environment and Heritage NSW. (2011). *Sustainable Mountain Biking Strategy*.

Oliver Betrán, A., & Olivera Beltrán, J. (s.f.). Las actividades físicas de aventura en la naturaleza. Estudio de la oferta y la demanda en el sector empresarial. *Recreación, ocio activo y turismo*, 86-94.

OMT. (s.f). *Estudio Cualitativo del Turismo Deportivo*. Organización Mundial del Turismo, ISBN: 92-844-0635-8, Deporte y Turismo: Destino América Latina.

OMT. (2006). *Introducción al turismo*.

OMT. (s.f.). *Organización mundial de turismo*. Recuperado el 6 de 8 de 2015, de <http://media.unwto.org/es/newsletters>

OMT. (s.f). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 22 de Julio de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

OMT. (2012). *Panorama OMT del turismo internacional*.

ONU. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo "Nuestro Futuro común"*.

Onwuegbuzie, A. J., Leech, N. L., & Collins, K. M. (2008). Interviewing the Interpretive Researcher: A Method for Addressing the Crises of Representation, Legitimation, and Praxis. *International Journal of Qualitative Methods*, 17.

Orgaz Agüera, F. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. *El Periplo Sustentable. Univerisdad Autonoma de México*, 47-66.

Ortega Orellana, A. L., & Yépez Herrera, S. V. (2013). *Plan de desarrollo turístico comunitario para la parroquia Sna Antanio de Ibarra, Canton Ibarra, Provincia de Imbabura*. Quito: Tesis, Universidad central del Ecuador.

- Peña, D. (2002). *Análisis de Datos Multivariantes*. España: McGraw-Hill.
- Peña, M. M. (2009). *Aspectos Sociopsicológicos Del Turismo*. Recuperado el 30 de 7 de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/209/EL%20TURISMO%20CONCEPTO%20Y%20CONTRADICCIONES%20ACTUALES.htm>
- Peñafoel, A. (2008). *Repositorio UTE*. Recuperado el 26 de 07 de 2015, de [http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13559/1/34194\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13559/1/34194_1.pdf)
- Perú, Proyecto FIT. (s/f). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado el 19 de 07 de 2015, de [http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)
- PinnAcle Consulting. (2010). *Mountain Bike Tourism Plan*. Kelowna BC Canada: Tourism British Columbia Canada.
- Posso, M. (2013). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico, Planes e Informes de Investigación*. Quito: Noción Imprenta.
- Pro Ecuador, Ministerio de relaciones exteriores. (2012). *Análisis sectorial de turismo*. Pro Ecuador, Ministerio de relaciones exteriores, comercio e integración.
- PRODESIMI . (2006). *Plan de desarrollo del canton Ibarra Turismo*. Ibarra: Ilustre Municipalidad de Ibarra Consorcio de juntas parroquiales de Ibarra consejo cantonal de turismo.
- PromPerú. (2008). *Perfil del Turista de Aventura*. Lima.
- Quito Turismo. (2014). <http://www.quito.com.ec/>. Obtenido de <http://www.quito.com.ec/la-ciudad>
- Revelo, C. (10 de Agosto de 2015). Ciclismo de Montaña en Ibarra. (J. Mantilla, Entrevistador)
- Reverter, J., & Plaza Montero, D. (2010). ocio, deporte y turismo. Situacion actual y lineas de negocio. *Esporte e Sociedad ocio, deporte y turismo* , 1-31.
- revistafamilia.ec. (s.f.). Guía de ciclismo de montaña en Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ritchie, B. W. (1998). Bicycle tourism in the south island of New Zealand: planning and management issues. En *Tourism Management* (págs. 567-582). Dunedin: Elsevier science Ltd.
- Rodriguez Darias, A. J., Santana Talavera, A., & Diaz Rodriguez, P. (2010). Las nuevas formas de turismo: causas y características. *Revista Brasileira de pesquisa em turismo* , 54-70.
- Rojas Pinilla, H. (2009). Entre lo ideal y lo real; ¿los cambios en los enfoques propuestos de turismo rural sostenible desde la Organización de la Naciones Unidas contribuirían al desarrollo rural territorial? En *Cuadernos de Desarrollo Rural* 6 (págs. 145-171). Bogota .
- Rojas, C. (24 de Octubre de 2014). *elcomercio.com*. Recuperado el 9 de septiembre de 2015, de <http://www.elcomercio.com/deportes/ciclismo-vuelta-cotopaxi-montana-ecuador.html>
- Rojo, J. M. (22 de Junio de 2006). <http://humanidades.cchs.csic.es/>. Recuperado el 2 de Septiembre de 2015, de [http://humanidades.cchs.csic.es/cchs/web\\_UAE/tutoriales/PDF/SPSSAnDescripExplorat.pdf](http://humanidades.cchs.csic.es/cchs/web_UAE/tutoriales/PDF/SPSSAnDescripExplorat.pdf)

- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Pasos*, 399-418.
- Sancho, A. (S.f). *Introducción al Turismo*. OMT.
- Schweiz Tourismus. (2015). *Mountainbikeland Schweiz*. Recuperado el 31 de 10 de 2015, de <http://www.mountainbikeland.ch/de/mountainbikeland.html>
- Scott Porter Research & Marketing Ltd. (2005). *Cycling and Mountain Biking in Scotland Visitscotland Executive Summary*. Edinburgh: Visit Scotland.
- Scottish Executive. (2006). *Scottish Tourism : The Next Decade*. Edinburgh: Scottish Executive.
- Secretaría de Movilidad de Bogotá. (28 de Octubre de 2015). <http://www.movilidadbogota.gov.co/>. Recuperado el 10 de 8 de 2015, de <http://www.movilidadbogota.gov.co/?sec=8>
- Servicio de Prevención de Riesgos Laborales. (14 de MAYO de 2007). *SEVILLA*. Recuperado el 24 de Julio de 2015, de AYUNTAMIENTO DE SEVILLA: <http://www.sevilla.org/>
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2015). *Tourism an Development: Concenpts and Issues*. Channel View Publications: Ontario.
- Shores, J.N. (2003). *geocities*. Obtenido de [http://www.geocities.com/shores\\_system/ecot/definitions.html](http://www.geocities.com/shores_system/ecot/definitions.html)
- singletracks. (2015). *singletracks*. Recuperado el 7 de 11 de 2015, de <http://www.singletracks.com/>
- Sippel, M. A. (Junio de 2010). *Facultad de Turismo de La Universidad de Girona*. Recuperado el 25 de 07 de 2015, de [http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9279/tfc\\_sippel\\_ciclismo%20de%20carretera.pdf?sequence=1](http://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9279/tfc_sippel_ciclismo%20de%20carretera.pdf?sequence=1)
- SMBDC Project Manager at Scottish Cycling. (2009). *The sustainable development of mountain biking in scotland a national strategic framework*. Edinburgh: Forestry Commission Scotland on behalf of the Scottish Mountain Bike Development Consortium.
- Smith, S. L. (2013). *Tourism Analysis*. New York: Routledge.
- Souza Silva, J. (2001). *La dimensión institucional del desarrollo sostenible*. Ibarra: PUCE-I.
- Sport and Recreation Tasmania. (2009). *Tasmanian Mountain Bike Plan: Attachments*. Hobart: Department of Economic Development, Tourism and the Arts.
- Sport and recreation Tasmania. (2010). *Tasmanian mountain bike pla: Marketing Strategy*. Hobart: Department of Economic Development, Tourism and the Arts.
- Sport and Recreation Tasmania. (2009). *Tasmanian Mountain Bike Plan: Main Report*. Hobart: Department of Economic Development, Tourism and the Arts.
- Sport and Recreation Tasmania. (2009). *Tasmanian Mountain Bike Plan: Summary*,. Hobart: Department of Economic Development, Tourism and the Arts.

- Sportbike. (2015). *Sportbike*. Recuperado el 25 de 7 de 2015, de <http://www.sportbike.com.ec/web/>
- Sportbike. (2015). *Sportbike: los mejores en ciclismo*. Obtenido de <http://www.sportbike.com.ec/web/nuestras-carreras/>
- State of NSW and Office of Environment and Heritage. (2011). *Sustainable Mountain Biking Strategy*. Sydney NSW: Office of Environment and Heritage NSW.
- State of Utah. (2014). *Utah History to Go*. Recuperado el 20 de 6 de 2015, de <http://www.historytogo.utah.gov/>
- Suiza Turismo. (s.f). *Mountainbikeland Schweiz*. Obtenido de <http://www.mountainbikeland.ch/de/mountainbikeland.html>
- Surtrek Tour Operator. (2015). *surtrek*. Recuperado el 3 de 11 de 2015, de <http://www.surtrek.org/ciclismo-ecuador/>
- Surtrek. (2015). *Surtrek*. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de <http://www.surtrek.org/ciclismo-ecuador/>
- Tapia, E. (17 de Marzo de 2012). Hoy rige decreto sobre prohibición de casinos. Cuenca, Azuay, Ecuador.
- TEAM Tourism Consulting. (2012). *Edinburgh 2020 "The Edinburgh Tourism Strategy"*. Edinburgh: Edinburgh Tourism Action Group, Scottish Enterprise.
- Test of Metal Inc. (2015). *Test of Metal*. Recuperado el 7 de 11 de 2015, de <http://testofmetal.com/>
- Tipos.com. (S.F). <http://www.tipos.co/tipos-de-turismo/>.
- Toro vega, G., González Romero, F., & Hernández Moreno, J. (2010). Las praxis de turismo activo en entornos naturales; conceptualización e identificación . *Accion motriz* , 43-58.
- Tourism & Leisure, Europraxis Consulting. (2007). *Diseño Del Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador "Plandetur 2020"*. MINTUR.
- Tourism British Columbia Canada. (2008). *Mountain Bike Tourism*. Vancouver: Tourism British Columbia.
- Tourism British Columbia. (2009). *Cycling and Mountain Biking Product Overview*. Victoria: Tourism British Columbia, Research & Planning.
- Tourism British Columbia. (2013). *Research, planning & evaluation: Rossland mountain bike visitor study 2011 results*. Victoria: TourismBC.
- Tourism resource consultants. (2009). *The new zealand cycleway: market research*. Wellington : Ministry of Tourism New Zealand.
- TRC. (2013). *Potential for Mountain Biking in North Eastern Tasmania, Market Demand and Economic Assessment*. Jindabyne: Northern Tasmania Development.

- Troyano, E. M. (2014). *El impacto económico del cicloturismo en Europa. "Síntesis de los principales estudios realizados"*. Andalucía: Consejería de Fomento y Vivienda de la Junta de Andalucía.
- Turismo Deportivo. (s.f). *Turismo Deportivo*. Recuperado el 25 de 07 de 2015, de <http://turismodeportivo.info/>
- Turismo. (31 de Mayo de 2012). *Diferentes definiciones de Turismo*. Obtenido de <http://turismo-turismoautoresymas.blogspot.com/2012/05/diferentes-definiciones-de-turismo.html>
- Turismoactivo.com. (s.f). *Turismoactivo.com*. Recuperado el 21 de Julio de 2015, de <http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/3782/Turismo%20activo.pdf>
- U.S. Travel Association. (2015). *us travel association*. Recuperado el 8 de 11 de 2015, de [www.ustravel.org](http://www.ustravel.org)
- UCI. (2015). <http://www.uci.ch>. Recuperado el 31 de Octubre de 2015, de Union Cycliste Internationale: <http://www.uci.ch/mountain-bike/ucievents/2015-mountain-bike-uci-mountain-bike-trials-world-championships/351392715/>
- unad.edu.co. (2014). <http://datateca.unad.edu.co/>. Recuperado el 7 de Septiembre de 2015, de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401533/2014-1/modulo2014/leccin\\_2\\_analisis\\_univariado.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/401533/2014-1/modulo2014/leccin_2_analisis_univariado.html)
- Unión Ciclistas Internacionales. *Guía práctica del comisario en las pruebas de mountain bike*.
- Union Cycliste Internationale. (2015). *Union Cycliste Internationale*. Recuperado el 28 de julio de 2015, de <http://www.uci.ch/>
- Universidad de Murcia. (2012). *UM*. Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- UNWTO. (10 de Septiembre de 2015). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-09-11/21-millones-mas-de-turistas-internacionales-en-la-primera-mitad-de-2015>
- UNWTO. (2014). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. OMT.
- UNWTO. (2015). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. OMT.
- UNWTO. (s.f). *World Tourism Organization Network*. Recuperado el 2015 de julio de 25, de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Utah Office of Tourism. (2015). *discovermoab.com*. Recuperado el 10 de 08 de 2015, de <http://discovermoab.com/>
- Valencia Alcivar, S. M., & Ayón JÓ, H. (2007). El cicloturismo y su aporte a la oferta turística de la ruta : Valdivia - Sinchal - Barcelona - Loma Alta - Bambil Collao - Colonche - Barbascal - Palmar. San Felipe: Tesis, Excuela Superior Politécnica del Litoral.
- Vanegas Montes, G. M. (2006). *Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible*. Medellín: Monografía, Universidad de Antioquia.

- Vargas Jiménez, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Revista Calidad en la Educación Superior* , 119-139.
- Vera Rebollo, J. F., & Marchena Gomez, M. (1990). Agència Valenciana Del Turisme. En *Papers de Turisme* (págs. 59-84). Valencia: Instituto Turístico Valenciano (ITVA).
- ViajandoX. (s.f.). *ViajandoX*. Recuperado el 3 de agosto de 2015, de [www.viajandox.com](http://www.viajandox.com)
- VidActiva. (2015). <http://www.vidactiva.com.ec>. *La Vuelta al Imbabura* . Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 2 de sep de 2015, de [http://www.vidactiva.com.ec/1310-vuelta\\_al\\_imbabura/](http://www.vidactiva.com.ec/1310-vuelta_al_imbabura/)
- visitscotland. (2015). *visitscotland*. Recuperado el 8 de 11 de 2015, de <http://www.visitscotland.com/about/arts-culture/outlander/>
- VisitScotland. (s.f.). *VisitScotland Scotland's National Tourism Organisation*. Obtenido de <http://www.visitscotland.com/es-es/ver-hacer/actividades/>
- Voger, C. (2014). *Tendencias y desafíos del turismo internacional*. UNWTO.
- Walo, M., Bull, A., & Breen , H. (1996). ACHIEVING ECONOMIC BENEFITS AT LOCAL EVENTS: A CASE STUDY OF A LOCAL SPORTS EVENTS. *Festival Management & Event Tourism* , 95-106.
- Webster, A. (2001). *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía*. Editorial McGraw-Hill, tercera edición.
- WestCycle Incorporated, Department of Sport and Recreation, West Australian Mountain Bike. (2015-2020). *Western Australian: Mountain bike strategy 2015-2020*.
- Whistler Cycling Committee. (2006). *Whistler Transportation Cycling Plan*. Whistler: Whistler Cycling Committee.
- Wildside MTB. (2015). *wildsidemtb*. Recuperado el 7 de 11 de 2015, de <http://www.wildsidemtb.com/>
- Xkuty electric bikes. (s.f). *Xkuty electric bikes*. Recuperado el 21 de julio de 2015, de <http://www.xkuty.com/blog/2013/03/11/historia-de-la-bicicleta/>
- Yépez Cuenca, G. A. (2012). *Propuesta estratégica de océano azul aplicada al cicloturismo y deportes de aventura en zonas urbanas y rurales de la provincia de Pichincha*. Tesis, Escuela politécnica del ejército.
- Zovko, I. (2013). *The Value of Cycle Tourism "Oppotunities for the Scottish economy"*. Edinburgh: Transform Scotland.

## **ANEXOS**



## **Anexo I. Encuesta participantes carrera LVI**

### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PARTICIPANTES DE LA COMPETENCIA CICLÍSTICA DE MONTAÑA, "LA VUELTA AL IMBABURA" EDICIÓN 2015, PROVENIENTES DE FUERA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información del perfil del participante de la competencia de ciclismo de montaña "LA VUELTA AL IMBABURA" y el consumo de servicios turísticos que se realizan como consecuencia de la participación de competidores provenientes de fuera de la provincia de Imbabura.

1.\_ CIUDAD DONDE VIVE EL PARTICIPANTE \_\_\_\_\_

2.\_ GÉNERO    MASCULINO                       FEMENINO

3.\_ EDAD \_\_\_\_\_

4.\_ OCUPACIÓN

EMPLEADO PRIVADO                       EMPLEADO PÚBLICO

INDEPENDIENTE                       OTROS \_\_\_\_\_

5.\_ NIVEL DE INGRESOS

MENOS DE \$500                       DE \$500 A \$1000

DE \$1000 A \$1500                       DE \$1500 A \$2000                       MÁS DE \$2000

6.\_ ¿HA VISITADO ANTES EL CANTÓN IBARRA PARA REALIZAR CICLISMO DE MONTAÑA

COMO PARTE DE SU PREPARACIÓN PARA ÉSTA COMPETENCIA?

SI     NO     DE SER AFIRMATIVA SU RESPUESTA CONTESTE EL TIEMPO DE ESTADÍA:

1 DÍA     2 DÍAS 1 NOCHE     3 DÍAS 2 NOCHES     MÁS DE 3 NOCHES

7.\_ ¿CÚAL HA SIDO O SERÁ SU TIEMPO DE ESTANDÍA EN EL CANTÓN IBARRA POR LA COMPETENCIA?

1 DÍA     2 DÍAS 1 NOCHE     3 DÍAS 2 NOCHES     MÁS DE 3 NOCHES

8.\_ TIPO DE ACOMPAÑANTES Y CANTIDAD

SOLO \_\_\_\_\_                      FAMILIA \_\_\_\_\_

PAREJA \_\_\_\_\_                      AMIGOS \_\_\_\_\_

**9.\_ LUGAR DE HOSPEDAJE**

HOTEL       HOSTERÍA   
HOSTAL       VIVIENDA PARTICULAR       OTROS \_\_\_\_\_

**10.\_ VALOR DESTINADO EN HOSPEDAJE POR PERSONA POR DÍA**

MENOS DE \$10       DE \$10 A \$20       DE \$20 A \$30   
DE \$30 A \$40       DE \$40 A \$50       MÁS DE \$50

**11.\_ VALOR DESTINADO EN ALIMENTACIÓN POR PERSONA POR DÍA**

MENOS DE \$10       DE \$10 A \$20       DE \$20 A \$30   
DE \$30 A \$40       DE \$40 A \$50       MÁS DE \$50

**12.\_ PREFERENCIA EN CONSUMO DE ALIMENTOS**

COMIDA TÍPICA       RESTAURANTES ESPECIALIZADOS   
COMIDA RÁPIDA       RESTAURANTES DE ALMUERZOS

**13.\_ LUGAR DE PREFERENCIA PARA CONSUMIR ALIMENTOS EN IBARRA**

RESTAURANTES DE LA CIUDAD       PATIOS DE COMIDA   
LUGAR DE ALOJAMIENTO       OTROS \_\_\_\_\_

**14.\_ ¿UTILIZA USTED Y/O SUS ACOMPAÑANTES SERVICIOS TURÍSTICOS  
COMPLEMENTARIOS?**

SI ( ) NO ( ) SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA CONTESTE LO SIGUIENTE:

SPAS Y BALNEARIOS \_\_\_\_\_

MENOS DE \$20  DE \$20 A \$50  MÁS DE \$50

SERVICIO DE TRANSPORTE \_\_\_\_\_

MENOS DE \$20  DE \$20 A \$50  MÁS DE \$50

OCIO Y ENTRETENIMIENTO (CINE, BARES, DISCOTECAS) \_\_\_\_\_

MENOS DE \$20  DE \$20 A \$50  MÁS DE \$50

**15.\_ ¿DE LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS EN CUÁLES HA PARTICIPADO Y QUE AÑOS?**

Nombre de la Competencia	2015	2014	2013	2012	2011
VUELTA AL IMBABURA					
RETO AL OASIS					
RUTA DE LA CAÑA					
VUELTA A IBARRA					

**16.\_ ¿CON QUE FRECUENCIA PARTICIPA EN COMPETENCIAS DE CICLISMO DE MONTAÑA FUERA DE SU LUGAR DE RESIDENCIA?**

1 VEZ AL AÑO       2 VECES AL AÑO       3 VECES AL AÑO   
4 VECES AL AÑO       5 A 10 VECES AL AÑO       MÁS DE 10 VECES AL AÑO

**17.\_ PRINCIPAL MOTIVACIÓN DE PARTICIPACIÓN (UNA SOLA).**

DEPORTE       PREMIOS E INCENTIVOS       CONOCER EL ENTORNO   
ES COMPETIDOR PROFESIONAL       ACTIVIDAD RECREATIVA

**18.\_ ¿REGRESARÍA PARA PRACTICAR CICLISMO DE MONTAÑA EN EL CANTÓN DE IBARRA?**

SI       NO

**¡GRACIAS!**

## Anexo II. Encuesta participantes carrera LVI

Jm  
73

2015 INCIDENCIA DE LA COMPETENCIA DE CICLISMO DE MONTAÑA "LA VUELTA AL IMBABURA" EN EL CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN IBARRA

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PARTICIPANTES DE LA COMPETENCIA CICLÍSTICA DE MONTAÑA, "LA VUELTA AL IMBABURA" EDICIÓN 2015, PROVENIENTES DE FUERA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**

La presente encuesta tiene como finalidad recabar información del perfil del participante de la competencia de ciclismo de montaña "LA VUELTA AL IMBABURA" y el consumo de servicios turísticos que se realizan como consecuencia de la participación de competidores provenientes de fuera de la provincia de Imbabura.

1. CIUDAD DONDE VIVE EL PARTICIPANTE QUITO

2. GÉNERO MASCULINO  FEMENINO

3. EDAD 41

4. OCUPACIÓN

EMPLEADO PRIVADO  EMPLEADO PÚBLICO

INDEPENDIENTE  OTROS \_\_\_\_\_

5. NIVEL DE INGRESOS

MENOS DE \$500  DE \$500 A \$1000

DE \$1000 A \$1500  DE \$1500 A \$2000  MÁS DE \$2000

6. ¿HA VISITADO ANTES EL CANTÓN IBARRA PARA REALIZAR CICLISMO DE MONTAÑA COMO PARTE DE SU PREPARACIÓN PARA ÉSTA COMPETENCIA?

SI  NO  DE SER AFIRMATIVA SU RESPUESTA CONTESTE EL TIEMPO DE ESTADÍA:

1 DÍA  2 DÍAS 1 NOCHE  3 DÍAS 2 NOCHES  MÁS DE 3 NOCHES

7. ¿CÚAL HA SIDO O SERÁ SU TIEMPO DE ESTANDÍA EN EL CANTÓN IBARRA POR LA COMPETENCIA?

1 DÍA  2 DÍAS 1 NOCHE  3 DÍAS 2 NOCHES  MÁS DE 3 NOCHES

8. TIPO DE ACOMPAÑANTES Y CANTIDAD

SOLO \_\_\_\_\_ FAMILIA 4

PAREJA 1 AMIGOS 11

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña "La Vuelta al Imbabura" en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

2015 INCIDENCIA DE LA COMPETENCIA DE CICLISMO DE MONTAÑA "LA VUELTA AL IMBABURA" EN EL CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN IBARRA

9.\_ LUGAR DE HOSPEDAJE

HOTEL  HOSTERÍA

HOSTAL  VIVIENDA PARTICULAR  OTROS \_\_\_\_\_

10.\_ VALOR DESTINADO EN HOSPEDAJE POR PERSONA POR DÍA

MENOS DE \$10  DE \$10 A \$20  DE \$20 A \$30

DE \$30 A \$40  DE \$40 A \$50  MÁS DE \$50

11.\_ VALOR DESTINADO EN ALIMENTACIÓN POR PERSONA POR DÍA

MENOS DE \$10  DE \$10 A \$20  DE \$20 A \$30

DE \$30 A \$40  DE \$40 A \$50  MÁS DE \$50

12.\_ PREFERENCIA EN CONSUMO DE ALIMENTOS

COMIDA TÍPICA  RESTAURANTES ESPECIALIZADOS

COMIDA RÁPIDA  RESTAURANTES DE ALMUERZOS

13.\_ LUGAR DE PREFERENCIA PARA CONSUMIR ALIMENTOS EN IBARRA

RESTAURANTES DE LA CIUDAD  PATIOS DE COMIDA

LUGAR DE ALOJAMIENTO  OTROS \_\_\_\_\_

14.\_ ¿UTILIZA USTED Y/O SUS ACOMPAÑANTES SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS?

SI (  ) NO (  ) SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA CONTESTE LO SIGUIENTE:

SPAS Y BALNEARIOS \_\_\_\_\_ OASIS

MENOS DE \$20  DE \$20 A \$50  MÁS DE \$50

SERVICIO DE TRANSPORTE \_\_\_\_\_

MENOS DE \$20  DE \$20 A \$50  MÁS DE \$50

OCIO Y ENTRETENIMIENTO (CINE, BARES, DISCOTECAS) \_\_\_\_\_

MENOS DE \$20  DE \$20 A \$50  MÁS DE \$50

FRUTADAS  
ARAZON P.S

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña "La Vuelta al Imbabura" en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

2015

INCIDENCIA DE LA COMPETENCIA DE CICLISMO DE MONTAÑA "LA VUELTA AL IMBABURA" EN EL CONSUMO DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN IBARRA

15. ¿DE LAS SIGUIENTES COMPETENCIAS EN CUÁLES HA PARTICIPADO Y QUE AÑOS?

Nombre de la Competencia	2015	2014	2013	2012	2011
VUELTA AL IMBABURA	/	/			
RETO AL OASIS					
RUTA DE LA CAÑA		/			
VUELTA A IBARRA		/	/		

16. ¿CON QUE FRECUENCIA PARTICIPA EN COMPETENCIAS DE CICLISMO DE MONTAÑA FUERA DE SU LUGAR DE RESIDENCIA?

- 1 VEZ AL AÑO       2 VECES AL AÑO       3 VECES AL AÑO   
 4 VECES AL AÑO       5 A 10 VECES AL AÑO       MÁS DE 10 VECES AL AÑO

17. PRINCIPAL MOTIVACIÓN DE PARTICIPACIÓN (UNA SOLA).

- DEPORTE       PREMIOS E INCENTIVOS       CONOCER EL ENTORNO   
 ES COMPETIDOR PROFESIONAL       ACTIVIDAD RECREATIVA

18. ¿REGRESARÍA PARA PRACTICAR CICLISMO DE MONTAÑA EN EL CANTÓN DE IBARRA?

- SI       NO

¡GRACIAS!

### **Anexo III. Modelo de entrevista organizador de LVI**

#### **Proyecto de investigación**

#### **“Incidencia de la carrera de ciclismo de montaña “La vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra”**

El objetivo de la presente entrevista es conocer la situación actual y características de la carrera de ciclismo de montaña “La Vuelta al Imbabura”, a fin de poder analizar su impacto en el turismo del cantón Ibarra. Para esta investigación resulta vital su colaboración pues es el único medio para conocer la visión de la empresa que realiza el evento.

## **Entrevista**

Nombre

Cargo

Fecha

P1. ¿Orígenes de la carrera?

P2. ¿Cómo ha colaborado la carrera según su criterio para que se desarrolle el ciclismo de montaña en Ibarra?

P3. ¿En su criterio cree que la carrera de ciclismo de montaña LVI aporta al consumo de servicios turísticos?

P4. ¿Ha existido alguna coordinación con la empresa privada es decir hoteles, restaurantes y otros servicios turísticos para aprovechar la llegada de personas para que exista consumo de servicio?

P5. ¿Estaría dispuesto a coordinar con los proveedores de servicios turísticos para que exista un mayor consumo en la ciudad de Ibarra y afluencia de participantes a su competencia?

#### **Anexo IV. Resumen entrevista contestada por organizador de LVI**

**Nombre:** Carlos Revelo

**Cargo:** Organizador de la competencia "La Vuelta al Imbabura"

**Fecha:** 10 de Agosto del 2015

##### **P1. ¿Orígenes de la carrera?**

Me surgió la idea de organizar La carrera la vuelta al Imbabura, ya que puede participar en la vuelta al Cotopaxi y me pareció muy interesante así que decidimos y nos comprometimos a organizar algo parecido acá la primera carrera fue en el 2009 que al igual que la vuelta al Cotopaxi era una competencia por parejas, lamentablemente no nos fue bien en la primera edición no cumplimos el cupo mínimo y nos tocó poner de nuestro bolsillo pero teníamos que cumplir. Luego cada año hemos venido tomando experiencia de cómo organizar mejor LVI, cada año han venido sumándose mejores auspiciantes con mayores auspicios y en esta última edición como lo pudo presenciar superamos la meta establecida que eran 500 competidores y tuvimos alrededor de 70 más.

##### **P2. ¿Cómo ha colaborado la carrera según su criterio para que se desarrolle el ciclismo de montaña en Ibarra?**

Como es una actividad deportiva y recreativa creo que cada actividad o carrera incentiva a que más personas realicen deporte y se animen a salir en bicicleta a conocer a divertirse y pasar un buen rato. Como le dije la carrera ha venido creciendo cada año y uno se puede dar cuenta cuando sale a entrenar las mañanas cada vez hay más personas en las rutas en bicicleta, también existe mayor cantidad de almacenes que venden bicicletas y accesorios, entonces las carreras si ayudan a que exista más aficionados a este deporte que es el ciclismo de montaña.

**P3. ¿En su criterio cree que la carrera de ciclismo de montaña LVI aporta al consumo de servicios turísticos?**

Desde luego que si previa la competencia no requiere información de donde alojarse, hay personas o grupos que vienen semanas antes a reconocer el recorrido también.

**P4. ¿Ha existido alguna coordinación con la empresa privada es decir hoteles, restaurantes y otros servicios turísticos para aprovechar la llegada de personas para que exista consumo de servicio?**

De parte de la organización de la carrera hemos hecho el acercamiento para que ciertos hoteles como la hostería el prado, rancho de carolina o hotel turismo ofrezcan descuentos y eso informamos a quienes nos preguntan, pero nosotros si estamos dispuestos a coordinar más con otros establecimientos pero no ha existido más que nuestra iniciativa.

**P5. ¿Estaría dispuesto a coordinar con los proveedores de servicios turísticos para que exista un mayor consumo en la ciudad de Ibarra y afluencia de participantes a su competencia?**

Por supuesto que sí y no solo en LVI si no también en todas las carreras que organizo. Uno de los intereses es también aportar a que vengan más turistas a Ibarra y que regresen a realizar ciclismo de montaña así se pueden posicionar mejor las carreras que organizo y también las rutas de ciclismo de montaña que son bastantes aquí en Ibarra.

## **Anexo V. Modelo de entrevista a stakeholders especialistas**

### **Proyecto de investigación**

#### **“Incidencia de la carrera de ciclismo de montaña “La vuelta al Imbabura” en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra”**

La presente entrevista tiene el objetivo de investigar características e información importante del ciclismo de montaña en el Ecuador y en Ibarra aprovechando su conocimiento y experiencia. Para esta investigación, resulta vital su colaboración pues es clave el papel de expertos en la materia.

## **Entrevista**

Nombre

Cargo

Fecha

P1. ¿Condiciones actuales del turismo del ciclismo de montaña a nivel nacional e Ibarra?

P2. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña para el turismo?

P3. ¿Perspectivas del crecimiento del turismo de ciclismo de montaña en Ecuador e Ibarra?

P4. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña para el consumo de servicios turísticos?

P5. ¿Cómo aprovechar mejor las competencias de ciclismo de montaña para beneficiar el consumo de servicios turísticos?

## **Anexo VI. Resumen entrevistas contestadas por los expertos**

### **Entrevista contestada**

**Nombre:** Eugenio Naranjo

**Cargo:** Ex coordinador Zonal 1 Ministerio de Turismo

**Fecha:** 26 de Agosto del 2015

#### **P1. ¿Condiciones actuales del turismo del ciclismo de montaña a nivel nacional e Ibarra?**

Hay que partir de la potencialidad que tiene el turismo de aventura en Ecuador como consecuencia de su naturaleza y biodiversidad, que ha generado muchas expectativas a nivel mundial en lo que se refiere a la oferta de turismo de aventura. En Ecuador tenemos rafting, kayaking, trekking, volcanes, ríos, cascadas, playas, surf, etc., como oferta a los turistas.

Entre una de las actividades de aventura está el ciclismo de montaña para lo cual se pueden considerar tres tipos: el local recreativo practicado por la gente de la misma ciudad, como una actividad deportiva y social en la cual los habitantes de la ciudad salen en grupos a realizar ciclismo de montaña como una actividad de amigos, Ibarra es uno de los lugares donde más se practica el ciclismo de montaña local y tiene la mayor cantidad de rutas explotables de todo el país por sus características geográficas. El segundo grupo se puede derivar a la organización de competencias a nivel nacional que generan dinamización del sector turístico por ejemplo la vuelta al Imbabura. La vuelta al Imbabura ha tenido un desarrollo muy interesante en cuanto al número de participantes, partiendo de ser una competencia local o provincial a ser una competencia donde van competidores de al menos cinco provincias de Ecuador e inclusive partícipes internacionales. Esta competencia si bien genera que vengan entre 400 y 500 concursantes de fuera, que multiplicado por los

núcleos familiares puede ser que se tenga entre unas 1000 y 1500 personas que están viniendo específicamente por una competencia, lo que no está generando un ancla con actividades complementarias para que la gente se quede, se genera un turismo de paso o diario; lo interesante sería promover la estadía de estas personas porque si no solo se siembra la producción de una actividad turística mas no la cimentación de un destino turístico. El tercer grupo son turistas que vienen a realizar actividades de ciclismo de montaña no en competencia sino por paseo y ellos crean trabajo para operadoras, hoteles, hosterías, por lo tanto lo importante es ofrecerles no solo una competencia puntual sino un circuito de varias actividades y paseos en bicicleta.

## **P2. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña para el turismo?**

Tuvimos la experiencia de participar en la organización de una de las competencias de ciclismo de montaña más importantes que es la vuelta al Cotopaxi, donde se pudo traer a 8 especialistas en un presstrip, complementando su visita llevándolos a realizar otros recorridos de ciclismo de montaña eso le dio mucha promoción a Ecuador como destino para la práctica de esta actividad deportiva.

Si se funda una competencia sin expectativas de crecimiento o desarrollo es una más de las muchas competencias que se realizan en Ecuador, para ser una competición que tenga trascendencia a nivel nacional e internacional se necesita de una organización profesional y una muy buena promoción.

## **P3. ¿Perspectivas del crecimiento del turismo de ciclismo de montaña en Ecuador e Ibarra?**

Las posibilidades son exponenciales. En Imbabura existen 10 rutas identificadas y georeferenciadas que se hicieron por el Ministerio de Turismo, más los alrededor de 40 sendas que son espectaculares, pero les falta georeferenciación, además existe mucha afición de la gente local por el ciclismo, lo cual facilita que se pueda contar con apoyo en las vías de ser necesario. Hay que trabajar en una cultura ciclista de las personas y una cultura de atención

al turista ciclista. Es importante tener en las comunidades siempre un lugar donde se pueda brindar atenciones mecánicas como por ejemplo parchar una llanta, arreglar una cadena, cambiar un cable de freno.

La organización de las carreras de ciclismo de montaña son actividades a las cuales el ministerio de turismo le apunta para generar un desarrollo de Ecuador como un destino turístico de aventura, eso es un hecho porque estudios y análisis realizados establecen que esto es lo que la gente en el exterior quiere, refiriéndome al turismo de aventura.

Existe la demanda pero también se tiene que trabajar en la oferta, en la organización de servicios adecuados como: infraestructura, equipos, bicicletas, transporte y comunidades organizadas para dar servicio de alimentación, etc.

#### **P4. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña para el consumo de servicios turísticos?**

En el escenario actual de la vuelta al Imbabura que indudablemente es una buena competencia y reconocida, el beneficio actual puede ser para algunas empresas que venden accesorios o repuestos de bicicletas e innegablemente para los organizadores y los establecimientos de comida. Desafortunada y afortunadamente el turista que viene de otras provincias generalmente siempre va al mismo sitio de servicio de alimentos por lo cual hay que idear estrategias y acciones para promocionar otros sitios y que más personas se vean beneficiadas

Se puede concebir también la pernoctación siempre y cuando se coordine una propuesta adecuada del evento de la competencia de ciclismo de montaña, con un ofrecimiento de actividades complementarias familiares, de descanso etc. , y seguramente se puede enganchar a las personas que van a la competencia.

La competencia en si es un gran atractivo pero falta una gestión de empaquetamiento con otros servicios turísticos como: transporte, alojamiento, alimentación y complementos indirectos como son venta de souvenir, textiles, artículos de cuero, etc.

**P5. ¿Cómo aprovechar mejor las competencias de ciclismo de montaña para beneficiar el consumo de servicios turísticos?**

Haciendo una promoción directa de los servicios desde el momento de la comercialización del evento, con promociones como descuentos en servicios de alojamiento o alimentación por la inscripción a la competencia o con el empaquetamiento de servicios complementarios, de esta manera no se genera una actividad turística aislada sino se vende un destino turístico

Dentro del sector público el ministerio de turismo tiene claro la importancia del turismo de aventura, que es uno de los principales 5 productos de promoción y dentro de este se encuentra el ciclismo de montaña, por lo tanto el ministerio de turismo apoya todas las iniciativas que tengan que ver con esta actividad. Algo importante también es generar actividades complementarias y atractivas para los acompañantes de los competidores, que se puedan realizar en familia o servicios adicionales a los competidores como entregar la bicicleta realizada un mantenimiento al siguiente día.

Desde el sector de los municipios o gobiernos provinciales es importante que el desarrollo de esta práctica esté dentro de su planificación.

## **Entrevista contestada**

**Nombre:** Ana Lucía Noboa

**Cargo:** Biking Duchtman

**Fecha:** 26 de Agosto del 2015

### **P1. ¿Condiciones actuales del turismo del ciclismo de montaña a nivel nacional e Ibarra?**

El turismo de ciclismo de montaña ha tenido un ascenso increíble, el turismo de aventura en general, pero el turismo de ciclismo de montaña más y en todo el mundo ha tenido un despliegue meteórico, increíble. Con orgullo fuimos los primeros en proponer el turismo en bicicleta en Ecuador desde el 5 de diciembre de 1991, cuando fue nuestro primer tour, 24 años atrás en esa época no se conocía el ciclismo de montaña y menos aún el cicloturismo que lo llaman ahora.

### **P2. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña para el turismo?**

Considero importante porque todo reconocimiento del país, todo lo que ayude a dar a conocer Ecuador es trascendental, todo lo que ayude a promover el ciclismo inclusive los ciclo paseos aquí en Quito hacen conocer al país y por lo tanto promueve el turismo.

### **P3. ¿Perspectivas del crecimiento del turismo de ciclismo de montaña en Ecuador e Ibarra?**

En la actualidad se ve un panorama difícil por la situación del Cotopaxi, pero vamos a tener que adaptarnos, las rutas por el Cotopaxi eran las más solicitadas, el parque nacional Cotopaxi es la reserva más visitada después de Galápagos, pero de lejos cientos de miles de visitantes, los turistas que venían

no preguntaban por el próximo tour de bicicleta si no la próxima salida al Cotopaxi. Entonces a corto y mediano plazo por la coyuntura de la erupción del volcán Cotopaxi se torna complicado pero a largo plazo yo creo que tiene que seguir creciendo el turismo de ciclismo de montaña. El crecimiento en los últimos 24 años ha sido enorme.

**P4. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña para el consumo de servicios turísticos?**

El turismo es una maravilla por que realmente le genera a todo el mundo y eso es a mi modo de entender lo más importante, lo más beneficioso del turismo porque claro no se puede hacer todo se tiene que ir a comer, a alojarse, contratar guías locales, transporte turístico, etc. Además la gente que vende en la calle, la gente que vende artesanías, pero en si considero que el servicio de alojamiento es el más beneficiado.

**P5. ¿Cómo aprovechar mejor las competencias de ciclismo de montaña para beneficiar el consumo de servicios turísticos?**

El gobierno y el ministerio de turismo tienen clara la película de que nosotros (refiriéndose a Ecuador) somos más fuertes en la cuestión de aventura y me parece que todos debemos remar al mismo lado. Personalmente creo que la mejor manera es ofreciendo calidad, en segundo lugar toda la promoción que realiza el gobierno nacional que el sector privado no podría, deberíamos todos no de tratar de hacer lo mismo pero si tener ciertos estándares, porque eso es lo que exige el turista internacional.

## **Entrevista contestada**

**Nombre:** Luis Carlos Ruiz

**Cargo:** Presidente del AHOTIM (Asociación de hoteleros de Imbabura)

**Fecha:** 02 de septiembre del 2015

### **P1. ¿Condiciones actuales del turismo del ciclismo de montaña a nivel nacional e Ibarra?**

Este tipo de actividades ha venido creciendo en Ibarra, se han organizado competencias que posicionan a Ibarra cada vez más como un lugar reconocido para realizar ciclismo de montaña, incluso uno de nuestros agremiados ya retirado está pensando en emprender operaciones con ciclismo de montaña aprovechando las rutas que existen en Ibarra e Imbabura, ha existido una evolución como que la bicicleta se ha puesto de moda.

### **P2. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña para el turismo?**

Como le comenté últimamente se realizan varios eventos y competencias o paseos de ciclismo que logran identificar a la provincia de Imbabura e Ibarra como un destino para realizar actividades de ciclismo, yo creo que los eventos aportan a que el cantón se dé a conocer.

### **P3. ¿Perspectivas del crecimiento del turismo de ciclismo de montaña en Ecuador e Ibarra?**

Yo creo que va a seguir aumentando el número de personas que viene por realizar actividades de ciclismo de montaña, ahora está empezando a verse que los visitantes vienen a realizar esas actividades, también la afición local por el deporte crece lo cual ayuda también a promocionar.

**P4. ¿Importancia de los eventos de ciclismo de montaña y turismo de ciclismo de montaña para el consumo de servicios turísticos?**

Creo que deberían generar más consumo o pernoctación, en la actualidad no se genera casi nada, personalmente y desde mi hotel no hemos coordinado ni hemos recibido turistas por la competencia la vuelta al Imbabura, se de otras carreras que inclusive se quedan dos días pero acampan como es el reto Zuleta, entonces no hay un beneficio en el consumo de servicios turísticos del cantón, como debería producirse por la organización de las carreras al menos las más importantes como la vuelta al Imbabura que sé que vienen alrededor de 300 ciclistas de otras provincias pero en realidad no se ve un beneficio importante, salvo restaurantes ya conocidos en la carretera como las fritadas amazonas, por eso yo creo que podría beneficiar más porque ahora es mínimo el beneficio al menos en el sector hotelero de Ibarra e Imbabura.

**P5. ¿Cómo aprovechar mejor las competencias de ciclismo de montaña para beneficiar el consumo de servicios turísticos?**

Debe haber una mejor coordinación el sector hotelero estaría dispuestos a realizar descuentos para los participantes pero no existe esa coordinación a lo menos yo no la he tenido, los hoteles del centro de Ibarra tenemos más ocupación entre semana por personas que vienen a trabajar, comercializar o vender. El fin de semana tenemos baja ocupación por lo que estaríamos dispuestos a generar descuentos por qué no nos vendría nada mal grupos que vengan por motivo de eventos o competencias y porque no a practicar el ciclismo.

**Anexo VII. Características del ciclista de montaña I**

**PARTICIPATION**

Mountain biking in Western Australia is growing in popularity, with rapidly rising levels of participation. However, there are sections of the population that are currently underrepresented.

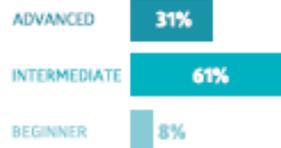
Enabling even more people and communities to understand and enjoy the benefits of mountain biking, and fulfill their aspirations and potential, is dependent on addressing barriers and improving access to opportunities.

Almost **120,000**

Mountain bikes are purchased in Western Australia every year

**19%**

Of Western Australians own a mountain bike



The majority of riders surveyed in 2012 considered their technical ability to be intermediate or advanced



**12%** **88%**  
The same survey found that only 12% of riders are female



and

Almost 80% of riders are aged between 26 and 50

**EXPERIENCE THE OUTDOORS FITNESS SOCIALISING**

Top 3 reasons why Western Australians mountain bike

Over **2,000** people are members of WAMBA and its affiliated clubs and groups, but

**60%** of riders are not club or group members

Over **50**

Competitive mountain bike events are held in Western Australia each year, including

- CROSS-COUNTRY
- DOWNHILL
- GRAVITY ENDURO
- ENDURANCE/MARATHON
- MOUNTAIN BIKE ORIENTEERING
- MULTISPORT EVENTS
- OFF-ROAD TRIATHLONS

**1,200** Riders entered the Cape to Cape MTB in 2014, a

**1,000**

Riders took part in the Dwellingup 100 in 2014, with the event selling out in record time

**1500%** Increase from the first time the event was held in 2008

Sources:  
Australian Bicycle Council, Cape to Cape, Cycling Australia, Dwellingup 100, Retail Cycle Traders Australia, Single Track Minds, UCI, WAMBA

**2** UCI Mountain Bike World Championships have been held in Australia, with

**Cairns QLD** Set to host again in 2017 after holding rounds of the UCI World Cup series in 2014 and 2016, but

**0** No UCI-sanctioned international events have been staged in Western Australia

## Anexo VIII. Características del ciclista de montaña II

**Table 2: Demographics by specific cycling activity for travellers from Canada**

Demographics of Canadian Travellers who have been to BC by Cycling Type	All Canadian Travellers who visited BC	Type of Cycling Activity (Motivated)		
		Same Day Excursion	Mountain Biking	Overnight Tour Trip
Total	5,651,177	169,881	103,791	91,887
Unweighted Numbers	7,315	216	113	101
<b>Gender</b>				
Male	49.9%	58.4%	74.5%	61.6%
Female	50.1%	41.6%	25.5%	38.4%
<b>Age</b>				
18-34	31.4%	32.1%	42.8%	36.7%
35-44	18.8%	20.5%	18.7%	13.7%
45-54	21.3%	28.3%	24.0%	29.9%
55-64	14.9%	15.8%	14.5%	16.0%
65+	13.5%	3.3%	0.0%	3.6%
<b>Household Income</b>				
Under \$40,000	17.6%	7.9%	21.5%	8.7%
\$40,000-\$59,999	13.9%	14.0%	6.0%	10.5%
\$60,000-\$99,999	27.4%	31.9%	22.1%	14.6%
\$100,000 or more	29.1%	32.2%	46.6%	47.9%
Not stated	12.0%	14.0%	3.8%	18.3%
<b>Education</b>				
Less than Secondary	7.2%	1.8%	1.1%	3.2%
Completed Secondary	24.9%	13.2%	15.4%	11.0%
Some Post Secondary	12.0%	24.2%	19.2%	26.4%
Completed Post Secondary	55.1%	60.0%	64.2%	59.5%
Not stated	0.7%	0.8%	0.0%	0.0%

Source: Travel Activities and Motivations Study 2006; special analysis by Tourism British Columbia. Table includes those who have visited British Columbia (at least once) in the past two years on an out-of-town pleasure or vacation trip of one or more nights.

Note: Cells with values displayed in red are based on small sample sizes (i.e. less than 50) and should be interpreted with caution.

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña "La Vuelta al Imbabura"  
en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

**Anexo IX. Tabla locales de venta de bicicletas, catastro de actividades económicas Ibarra 2014**

CIU	Nombre del local	Fecha de Inicio de Actividades	Nombre Fantasía
5239.91	CICLO MORA	24/08/2009	
5239.91	REPUEST BICICLETAS ART. CLF	10/11/2004	
5239.91	VENTA DE BICICLETAS	11/05/2013	GIANT IBARRA
5239.91	VENTA DE BICICLETAS	31/10/2006	ZONE BIKERS
<b>5239.91</b>	BICICLETAS	17/09/2011	ARIAS TRACK BIKE
5239.91	VENTA DE BICICLETAS	07/04/2011	NBICI
5239.91	VENTA Y REPARACION DE BICICLETAS /REPUESTOS MOTOCICLETAS	18/02/2014	
5239.91	VENTA BICICLETAS	11/04/2014	
5239.91	VENTA DE BICICLETAS REPUESTPS	18/11/2014	EUROBIKE
5239.91	BICIMOTOS	14/10/2008	
5239.91	AGUILA IMPOR BICIPARTS CIA LTDA	01/01/2011	
5239.91	ALMACEN BIKI HOUSE BICICLETAS	10/11/2004	
5239.91	ACCESORIOS Y REPARACION DE BICICLETAS	25/06/2009	
5239.91	VENTA DE ACCESORIOS DE BICILETAS	10/11/2004	ALMACEN EL CED
5239.91	TALLER CICLO IBARRA	01/01/1992	
5239.91	VENTA ROPA DEPORTIVA	08/10/2011	LA CASA DEL DEPORTISTA
5239.91	REPUESTOS Y ARTICULOS DE BICICLETAS	17/09/2008	
5239.91	REPARACION DE BICICLETAS	10/11/2004	
5239.91	IMPLEMENTOS Y ROPA DEPORTIVA	03/08/2011	
5239.91	ARTICULOS DEPORTIVOS/VENTA ROPA	30/08/2010	PEYGOL
5239.91	VENTA ARTICULOS DEPORTIVOS	10/11/2004	CAMPIN Y PEZCA
5239.91	BICICLETAS	07/01/2013	BICILOCURA
5239.91	VENTA DE BICICLETAS	02/01/2013	ERICKBIKE
5239.91	ARTICULOS DEPORTIVOS	10/11/2004	BIKE CENTER
5239.91	REPARACION DE BICICLETAS	27/08/2013	
5239.91	REPUESTOS BICICLETAS Y TALLER DE BICICLETAS	20/05/1998	
5239.91	REPUESTOS Y TALLER /	10/11/2004	CICLO BALIN
5239.91	ARTICULOS DEPORTIVOS	13/06/2012	
5239.91	ARTICULOS DEPORTIVOS	11/09/2005	EUREKA ESRUDIO CREATIVO

*Incidencia de la competencia de ciclismo de montaña "La Vuelta al Imbabura"  
en el consumo de servicios turísticos del cantón Ibarra.*

**Anexo X. Tabla locales de reparación de bicicleta, catastro de actividades económicas Ibarra 2014**

<b>CIU</b>	<b>Nombre del local</b>	<b>Fecha de Inicio de Actividades</b>	<b>Nombre Fantasía</b>
5260.02	REPARACION DE BICICLETAS	07/12/2013	CICLO PARRAGA
5260.02	REPARACION DE BICICLETAS	09/11/2014	CICLO NAHOMI
5260.02	REPARACION DE BICICLETAS	08/04/2014	CICLO TOCAYO
5260.02	REPARACION BICICLETAS	28/10/2014	CICLO VICTORIA
5260.02	REPARACION DE BICICLETAS	25/09/2014	ECOBIKE
5260.02	TALLER DE BICICLETAS	28/02/2002	BICIMOTO TAIWAN
5260.02	TALLER DE BICICLETAS	01/04/2012	
5260.02	REPARACION DE BICICLETAS	26/01/2005	CICLISMO A FONDO
5260.02	TALLER DE BICILETAS	17/02/2011	
5260.02	REPARACION DE BICICLETAS	01/04/2013	CICLO TORRES
5260.02	REPARACION DE BICILCLETAS	21/11/2007	CICLO LIZETH
5260.02	TALLER REPARACION DE BICICLETAS	28/03/2003	
5260.02	LOS GEMELOS TALLER DE BICICLETAS	02/01/2008	
5260.02	TALLER DE BICICLETAS	07/09/2001	MASTER BIKE
5260.02	BICICLETAS	05/02/2012	BICI SPORT





**UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS  
DE GRAN CANARIA**