



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
Y HOTELERA**

**TEMA: ESTUDIO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE
LA LAGUNA DEL SALADO Y SU DESARROLLO A LA
COMUNIDAD, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL
CARCHI**

AUTORA: BASTIDAS YAR, JESSICA ESTEFANIA

DIRECTOR: CHIRIBOGA DANNY

SANGOLQUÍ

2016

CERTIFICADO TUTOR

INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICADO

Yo, Ing. MSC, Danny Chiriboga, en calidad de Director del trabajo de titulación "Estudio de las potencialidades turísticas de la Laguna del Salado y su desarrollo en la comunidad, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi", realizado por la señorita Jessica Estefanía Bastidas Yar, certifico que ha sido guiado, revisado periódicamente y finalizado. El presente trabajo de titulación cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE.

El mencionado trabajo consta de un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a los señores autores del presente trabajo de titulación se entregue a la Mcs. Mariana Pavón en su calidad de Directora de la Carrera.

Sangolquí, 28 Noviembre del 2016.


Ing. Danny Chiriboga
DIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **JESSICA ESTEFANIA BASTIDAS YAR**, con cédula de identidad N° 1716814049; declaro que este trabajo de titulación "**ESTUDIO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE LA LAGUNA DEL SALADO Y SU DESARROLLO EN LA COMUNIDAD, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI**", ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros, considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 29 de Noviembre del 2016

Jessica Estefania Bastidas Yar
C.C: 1716814049

AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL)

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Yo, **JESSICA ESTEFANIA BASTIDAS YAR**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación: **"ESTUDIO DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DE LA LAGUNA DEL SALADO Y SU DESARROLLO EN LA COMUNIDAD, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI"**, cuyo contenido, ideas y criterio son de mi autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 29 de Noviembre del 2016

Jessica Estefania Bastidas Yar
C.C: 1716814049

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Mónica y Omar, porque ellos son quienes día a día me brindan su amor y son el pilar fundamental para poder alcanzar una meta importante en mi vida, a mi hijo Estefano quien ha sido la mayor inspiración para poder salir adelante y tener una persona por quien luchar día a día.

A mi hermano Leonardo, quien es un ejemplo para mí y gracias a la confianza que él me brinda estoy ahora culminando esta etapa, a mi sobrina Camila que con su amor y sus ocurrencias ha sabido alegrarme cada uno de mis días.

A mis familiares con sus consejos y apoyo supieron ayudarme a salir adelante a pesar de las circunstancias de la vida.

A mi ángel en el cielo prima Jenny, que aunque estemos lejos te sientes orgullosa de lo que he logrado, y has guiado cada uno de mis pasos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme día a día en cada paso, a mis padres por el esfuerzo que ellos realizan para poder lograr esta meta en mi vida, a mi hermano por los consejos dados para ser una mejor persona y profesional cada día.

A mi hijo por llegar a mi vida en el momento perfecto para darme fuerza y madurez, a mi sobrina porque de ti aprendí que no importa lo pequeño que seas puedes dar las lecciones más grandes de vida, los amo pequeños. Marlon gracias a ti por el apoyo y amor incondicional, los amo pequeña familia.

A mi tío Silvio por ser la persona que me impulsó a seguir esta hermosa carrera, a mi tía Doris por ser para mí una segunda madre, a mi abuelita Sixta porque por usted estoy acá por su confianza y su apoyo, y a toda mi familia por ser unida y saber que este es el amor más sincero.

A los docentes por compartir sus conocimientos y experiencias para formarme como la profesional que puedo ser, a mis amigos y compañeros por las experiencias compartidas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO TUTOR	II
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD	III
AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL)	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVI

CAPÍTULO I

MARCO TEORICO REFERENCIAL	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes	1
1.3. Definición del problema	3
1.4. Justificación	4
1.5. Objetivos	4
1.5.1. Objetivo General	4
1.5.2. Objetivos Específicos	5
1.6. Metodología	5
1.7. Idea a defender	6
1.8. Marco teórico	6
1.8.1. Historia del Turismo	6
1.8.2. Recurso Turístico	8
1.8.3. Recursos Hídricos	8
1.8.4. Perspectivas teóricas existentes	9
1.8.4.1. Planificación	9
1.8.5. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación	10
1.8.5.1. Potencial Turístico	10
1.8.5.2. Desarrollo turístico	11
1.8.5.3. Importancia de un diagnóstico situacional	12
1.8.5.4. Importancia del estudio de mercado	13
1.9. Marco conceptual	14

1.10.	Marco Legal	18
1.10.1.	Ministerio de Turismo	18
1.10.2.	Ministerio del Ambiente	19
1.10.3.	Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE	19

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	20
2.1. Análisis externo	20
2.1.1. Macroambiente	20
2.1.1.1. Entorno Económico	20
2.1.1.1.1. Renta per cápita	21
2.1.1.1.2. Tasa de desempleo	21
2.1.1.1.3. Tasa de inflación	22
2.1.1.1.4. Análisis del PIB	23
2.1.1.1.5. Balanza de servicios	24
2.1.1.2. Entorno Sociocultural	25
2.1.1.2.1. Factores demográficos	26
2.1.1.2.1.1. Tamaño de la población y distribución	26
2.1.1.2.1.2. Distribución por edades	26
2.1.1.2.1.3. Niveles de formación	28
2.1.1.2.1.4. Grupos étnicos	28
2.1.1.3. Entorno Geográfico	29
2.1.1.3.1. Ubicación geográfica país	29
2.1.1.3.1.1. País	29
2.1.1.3.2. Clima	31
2.1.1.3.3. Infraestructura vial	31
2.1.1.3.4. Servicios básicos	32
2.1.1.4. Entorno Tecnológico	33
2.1.1.5. Entorno Político	33
2.1.1.5.1. Formas de gobierno	34
2.1.1.5.2. Planes y programas gubernamentales	34
2.1.1.6. Entorno Legal	35
2.1.1.6.1. Constitución de la República del Ecuador	35
2.1.1.6.2. Leyes y reglamentos en temas: laboral, tributario, social y ambiental	35
2.1.2. Microambiente	36
2.1.2.1. Recurso Turístico	36
2.1.2.2. Clientes, Turistas y/o visitantes	37

2.1.2.3.	Competencia directa e indirecta.....	37
2.1.2.4.	Sustitutos	37
2.1.2.5.	Organismos Reguladores	38
2.1.2.5.1.	Gobierno Autónomo Descentralizado.....	38
2.2.	ANÁLISIS INTERNO	38
2.2.1.	Constitución legal	38
2.2.2.	Recursos y capacidades.....	39
2.2.2.1.	Tangibles	39
2.2.2.1.1.	Económicos y Financieros.....	39
2.2.2.1.2.	Físicos	40
2.2.2.1.3.	Tecnológicos	40
2.2.2.1.4.	Estructura Organizacional	41
2.2.2.2.	Intangibles	41
2.2.2.2.1.	Humanos	41
2.3.	ANÁLISIS FODA.....	42
2.3.1.	Fortalezas	42
2.3.1.1.	Priorización de las Fortalezas.....	42
2.3.2.	Oportunidades	43
2.3.2.1.	Priorización de las Oportunidades.....	43
2.3.3.	Debilidades.....	44
2.3.3.1.	Priorización de las debilidades	44
2.3.4.	Amenazas	45
2.3.4.1.	Priorización de las amenazas.....	45
2.3.5.	Matriz FODA	46

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	49
3.1. Estudio de la oferta.....	49
3.1.1. Descripción del servicio.....	49
3.1.2. Determinación de la oferta	49
3.1.3. Instrumento de recolección de información.....	50
3.1.4. Situación de la oferta actual	51
3.1.5. Análisis de la competencia a nivel local y/o regional.....	53
3.2. Estudio de la Demanda	53
3.2.1. Determinación del Universo o población de estudio de la demanda.....	53
3.2.2. Determinación de la muestra.....	54
3.2.3. Técnicas de muestreo	54

3.2.4.	Instrumento de recolección de información.....	54
3.2.4.1.	Encuesta de la demanda.....	55
3.2.5.	Situación de la Demanda actual.....	57
3.2.6.	Definición del perfil del clientel.....	69
3.3.	Análisis de Precios.....	69
3.3.1.	Determinación de la política de precios.....	69
3.3.2.	Percepción del precio por el consumidor.....	70
3.4.	Canales de Distribución.....	70

CAPÍTULO IV

	ESTUDIO DE POTENCIALIDADES TURÍSTICAS.....	71
4.1.	Actores.....	71
4.1.1.	Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar.....	71
4.1.2.	Asociaciones del Cantón Montúfar.....	71
4.1.3.	Descripción turística de la Laguna del Salado.....	71
4.2.	Ruta turística del Cantón Montúfar.....	72
4.3.	Diseño del programa de capacitación.....	74
4.4.	Implementación de señalética.....	80
4.4.1.	Pictogramas.....	80
4.4.2.	Formato de pictogramas.....	82
4.5.	Tótems informativos de flora y fauna.....	82
4.6.	Impacto ambiental.....	90
4.6.1.	Capacidad de carga física.....	91
4.6.2.	Capacidad de carga real.....	92
4.6.3.	Capacidad de carga efectiva.....	95
4.6.4.	Normas para la actividad turística.....	96
4.7.	Límites aceptables de cambio (LAC).....	97
4.7.1.	Localización.....	97
4.7.2.	Identificación de preocupaciones.....	98
4.7.3.	Definición de indicadores.....	98
4.7.4.	Establecimiento de estándares para indicadores.....	99
4.7.5.	Monitorear las condiciones.....	99
4.7.6.	Descripción de métodos y acciones de manejo.....	101
4.7.6.1.	Definición de indicadores.....	101
4.8.	Publicidad.....	102
4.9.	Presupuesto.....	104

4.9.1.	Capacitaciones	104
4.9.2.	Tótems	105
4.9.3.	Publicidad	105
4.9.4.	Presupuesto total	105

CAPÍTULO V

	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
5.1.	Conclusiones	110
5.2.	Recomendaciones	111
5.3.	Bibliografía	112

Índice de Tablas

Tabla 1 Renta per cápita	21
Tabla 2 Tasa de desempleo Carchi-Zona 1.....	22
Tabla 3 Tasa de inflación Ecuador	23
Tabla 4 PIB Per cápita	23
Tabla 5 Exportaciones no petroleras.....	24
Tabla 6 Balanza Turística	25
Tabla 7 Población Carchi.....	26
Tabla 8 Población Carchi-Distribución por edades.....	26
Tabla 9 Población Cantón Montúfar	27
Tabla 10 Nivel de educación.....	28
Tabla 11 Grupos étnicos	28
Tabla 12 Servicios Básicos.....	32
Tabla 13 Disponibilidad de Internet.....	33
Tabla 14 Ingresos 2012	39
Tabla 15 Ingresos de Capital 2012.....	39
Tabla 16 Edificaciones del GAD Montúfar	40
Tabla 17 Fortalezas.....	42
Tabla 18 Priorización de fortalezas	42
Tabla 19 Oportunidades.....	43
Tabla 20 Priorización de oportunidades.....	43
Tabla 21 Debilidades.....	44
Tabla 22 Priorización de debilidades	44
Tabla 23 Amenazas	45
Tabla 24 Priorización de amenazas	45
Tabla 25 Matriz FODA	46
Tabla 26 Análisis F-O	47
Tabla 27 Análisis D-A.....	48
Tabla 28 Asociaciones del Cantón Montúfar	50
Tabla 29 Género	57
Tabla 30 Edad	57
Tabla 31 Procedencia.....	58
Tabla 32 Disponibilidad	59
Tabla 33 ¿Qué atractivos turísticos ha podido visitar?	60
Tabla 34 Frecuencia de viaje	61
Tabla 35 ¿Con quién suele viajar?	62
Tabla 36 Motivo del viaje	63
Tabla 37 ¿Visitaría la Laguna del Salado?	64
Tabla 38 Actividades.....	65
Tabla 39 Transporte	66
Tabla 40 Alimentación.....	67
Tabla 41 Ruta	68
Tabla 42 Itinerario de la ruta turística	74

Tabla 43 Programa de capacitación	78
Tabla 44 Avifauna	84
Tabla 45 Matriz Impactos ambientales	91
Tabla 46 Capacidad de carga turística	96
Tabla 47 Localización LAC	98
Tabla 48 Identificación de preocupaciones	99
Tabla 49 Definición de indicadores	99
Tabla 50 Establecimiento de estándares	100
Tabla 51 Monitorear las condiciones	101
Tabla 52 Presupuesto de capacitaciones	106
Tabla 53 Detalle material de apoyo	106
Tabla 54 Presupuesto tótems	107
Tabla 55 Presupuesto publicidad	107

Índice de figuras

Figura 12 Mapa del Ecuador	30
Figura 13 Mapa parroquial del Carchi.....	30
Figura 14 Mapa Cantonal de Montúfar.....	31
Figura 17 Organigrama GAD Montúfar	41
Figura 18 Género	57
Figura 19 Edad.....	58
Figura 20 Procedencia	59
Figura 21 Disponibilidad.....	60
Figura 22 ¿Qué atractivos turísticos ha podido visitar?.....	61
Figura 23 Frecuencia de viaje.....	62
Figura 24 ¿Con quién suele viajar?.....	63
Figura 25 Motivo de viaje.....	64
Figura 26 ¿Visitaría la Laguna del Salado?	65
Figura 27 Actividades	66
Figura 28 Transporte.....	67
Figura 29 Alimentación	68
Figura 30 Ruta.....	68
Figura 31 Cuadrante Laguna del Salado.....	72
Figura 32 Formato de pictograma con poste.....	83
Figura 33 Modelo de tótems	83
Figura 34 Modelo 1 tótem	84
Figura 35 Modelo 2 tótem	89
Figura 36 Metodología LAC	98
Figura 37 Anverso tríptico	104
Figura 38 Reverso tríptico.....	105

RESUMEN

El presente proyecto tiene la finalidad de identificar las potencialidades turísticas que posee la Laguna del Salado; mediante la recolección de información sustentada teóricamente a través de libros, artículos científicos, documentos y páginas web; además de tesis relacionadas al tema de estudio, posteriormente se cumplirá con un análisis externo para identificar los indicadores que intervienen en el actividad turística y el impacto que pueden ocasionar al lugar de estudio, el análisis es el que incide en el desarrollo de las actividades turísticas en la Laguna del Salado, para identificar el perfil del cliente se procederá a realizar el estudio de mercado con la formulación de encuestas y las entrevistas a expertos en el tema, de acuerdo con la investigación realizada en la cual se define las estrategias que se van a plantear para cumplir con los objetivos del proyecto a través de estrategias de marketing y de mejoramiento de servicios y señal ética, además es importante el estudio del impacto ambiental a través de normas de uso del atractivo así como los límites de cambio aceptables del lugar, con esto se pretende que exista un desarrollo económico y social para la comunidad del cantón Montúfar.

Palabras claves:

- **POTECIALIDADES**
- **IMPACTO**
- **OBJETIVOS**
- **DESARROLLO**

ABSTRACT

The present project has the purpose of identifying the tourist potentialities that the Laguna del Salado; by means of the harvesting of the information sustained theoretically through books, scientific articles, documents and web pages; in addition to theses related to the subject and mainly to the place of study, later it will be fulfilled an external analysis to identify the indicators that take part in the tourist activity and the impact that can cause to the study place, the analysis is the one that affects the development of the tourist activities in the Laguna del Salado, to identify the profile of the client will be come to make the study of market with the formulation of surveys and the interviews to experts in the subject, in agreement with the made investigation is come to make the proposal in which it defines the strategies that are going away to raise to fulfill the objectives of project through strategies of marketing and improvement of services and ethical signal, in addition is important of the environmental impact through acceptable limit as well as the study norms of use attractive of change of the place, with this is tried that an economic and social development for the community of the Montúfar canton exists.

Key words:

- **POTENTIALITIES**
- **IMPACT**
- **OBJECTIVE**
- **DEVELOPMENT**

CAPITULO I

MARCO TEORICO REFERENCIAL

1.1. Introducción

El turismo siendo una actividad de evolución constante desde sus inicios en el mundo con Thomas Cook conocido como el padre del turismo, quien hizo el primer viaje en transporte ferroviario para un congreso antialcohólico, y este resultó con tal éxito que empezó a realizar paquetes turísticos, para después ejecutar la primera vuelta al mundo; después de la segunda guerra mundial el turismo se establece como actividad económica a la par del desarrollo del transporte de esta manera el turismo tiene un gran impulso en los años 50 y 60 llamándolo “fenómeno social”, y para el año 80 la actividad tiene crecimientos económicos que marcaron la historia de muchas naciones fomentando también el desarrollo local con el aporte del turismo alternativo.

Ecuador es uno de los países en el cual la actividad turística ha tomado un rol importante para la economía de todo el país; siendo sus inicios en 1930 con la creación de la primera legislación turística en el gobierno del Dr. Isidro Ayora creada con el fin de facilitar el ingreso de turistas internacionales al país y de promocionarlo; desde ahí se han seguido creando organizaciones y leyes que determinan la actividad turística, tomando en cuenta todas las observaciones exigidas por los organismos internacionales sobre generar un Turismo con desarrollo sostenible; satisfaciendo las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras, lo cual lleva a manejar de manera cuidadosa el impacto ambiental que pueda causar el ingreso de turistas a lugares determinados.

Siendo el turismo una actividad económicamente importante en el Ecuador, cabe destacar a las provincias pertenecientes a la zona 1 del Ecuador como son Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Sucumbíos, que constituyen una zona fronteriza por lo que es significativo el desarrollo turístico dentro del territorio, en especial en las

provincias pertenecientes a la sierra, como es el Carchi que constituye el control fronterizo norte principal tanto para ingreso como salida de turistas vía terrestre entre Ecuador y Colombia. Entre los atractivos turísticos más importantes de la provincia del Carchi está el Cementerio de Tulcán, la Gruta de la Paz y la Reserva Ecológica el Ángel; además de estos existen otros atractivos o lugares en el cantón que a pesar de su belleza natural y/o cultural no se ha podido potencializar turísticamente por diferentes motivos. Uno de los cantones con gran cantidad de lugares turísticos es Montufar, donde existen varios lugares con gran riqueza natural como es la Laguna del Salado, pero la actividad turística no ha tomado la importancia necesaria para sus habitantes como para tomar en cuenta el desarrollo turístico del lugar.

El turismo puede ser el estímulo para el desarrollo local de zonas rurales; ya que permite dinamizar las actividades económicas habituales y valorizar las cualidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a jóvenes de zonas rurales y frenando a su vez el éxodo rural, tomando en cuenta que la mejor forma de confirmar que un lugar o territorio posee un potencial de desarrollo turístico que justifique unas determinadas inversiones es a través de una evaluación rigurosa que tenga en cuenta el plan estratégico de mercado.

1.2. Antecedentes

El cantón Montufar con su capital la ciudad de San Gabriel, es conocida como la ciudad de las siete colinas y por sus construcciones coloniales que contrasta con arquitectura moderna, se la denominó como la ciudad de la “eterna primavera”, los pobladores se dedican en general a actividades de agricultura y ganadería por la riqueza productiva de sus terrenos, y además se han venido creando en los últimos años diferentes empresas que sustentan a los pobladores como las procesadoras de productos agrícolas y ganaderos.

En este cantón encontramos un atractivo natural que es la Laguna del Salado y la población aledaña tiene también como fuente de ingresos la actividad ganadera y agrícola; y muchas personas de este lugar han tenido que emigrar del lugar para

poder trabajar en otros ámbitos; pero no se ha visto interés por la actividad turística, /0

a pesar de esto el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montufar viene desarrollando actividades en el lugar que puedan favorecer al lugar para que sea /conocido y de esta manera ir implementando actividades turísticas como tal; sin embargo estas son limitadas ya que no se las realiza de manera constante.

En la Laguna del Salado se han venido realizando estudios acerca de su flora y fauna en los últimos años; a pesar de esto no se han tomado en cuenta estas investigaciones de manera favorable para poder encontrar su potencial y riqueza natural, además en el lugar no se ha implementado infraestructura que permita que los visitantes puedan realizar diferentes actividades para convertir a este lugar como un potencial turístico.

1.3. Definición del problema

La Laguna del Salado a pesar de poseer una gran riqueza natural no se ha logrado identificar su potencial turístico; siendo este solo un lugar de visita común en ciertas temporadas del año y de visita masiva cuando se realizan diferentes eventos deportivos y recreativos que no están relacionados netamente con la actividad turística, generados por el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar; aunque sus pobladores han aportado con ideas emprendedoras para poder incentivar la visita al lugar, estas no han sido aplicadas por diferentes razones, una de ellas es por la falta de recursos económicos y otra es por el poco interés que tiene la mayoría de sus pobladores.

Además el GAD ha manifestado la creación de rutas turísticas en el cantón, sin embargo estas no se están poniendo en práctica; por lo que con el presente estudio lo que se busca es identificar el potencial turístico de la Laguna del Salado de una manera técnica y sistemática que logre desarrollar de manera sostenible al lugar y favorecer a la población.

1.4. Justificación

El turismo en el norte del país se ha ido desarrollando en los últimos años por el interés del Ministerio de Turismo y el apoyo de los Gobiernos Autónomos Descentralizados tanto cantonales como parroquiales por lo cual es importante destacar los atractivos turísticos que posee como las Aguas Hediondas de Tufiño, el cementerio de Tulcán, la Reserva Ecológica “El Ángel”; además la Laguna del Salado, que con este estudio se prevé colaborar para su desarrollo turístico en base a la identificación de sus potencialidades, posible implementación de infraestructura para el ordenamiento de espacios que brinden servicios turísticos; tomando en cuenta las fortalezas ambientales, las necesidades de la población y de los turistas que visitan el lugar.

Para cumplir con el trabajo de estudio de las potencialidades turísticas de la Laguna se requiere conocer el alcance de las actividades y servicios turísticos que se pueden desempeñar en el sector; que permita ofertar la Laguna del Salado como destino turístico potencial del cantón Montufar.

Es trascendental conocer los factores internos y externos que pueden intervenir en el desarrollo de las actividades turísticas de la Laguna del Salado, con el fin de analizar servicios y actividades que se pueden desarrollar en el lugar y de esta manera potencializarlas. Para poder realizar adecuadamente el trabajo resulta de interés contar con la información actualizada tanto de los prestadores de servicio que trabajan en el lugar y además contar con un registro actualizado del ingreso de turistas diarios para de esta manera reconocer al mercado potencial.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar las potencialidades turísticas de la Laguna del Salado para el desarrollo de la comunidad; Cantón Montúfar, Provincia del Carchi

1.5.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar el marco teórico, conceptual, referencial y legal para sustentar la investigación
- Diagnosticar el macro-micro ambiente a través de un estudio de diferentes factores para el análisis FODA
- Aplicar un estudio de mercado en la Laguna del Salado con el propósito de determinar el mercado potencial para analizar las necesidades que se deben satisfacer.
- Proponer a la Laguna del Salado como un potencial turístico que aporte al desarrollo a la comunidad.

1.6. Metodología

El método sistemático determina los componentes que interviene en el proyecto y la relación que tiene estos entre sí, y es usado para estudiar la problemática del lugar y proponer soluciones; orientándose a seguir una finalidad que son los objetivos planteados en el proyecto. A partir del uso de esta metodología se.

El método histórico lógico se lo aplica para avalar el significado y fiabilidad de los hechos pasados, en el presente proyecto será empleado para establecer las relaciones existentes entre los hechos acontecidos en el desarrollo del estudio de las potencialidades turísticas para la Laguna del Salado.

El método analítico sintético se usa para separar el objeto de estudio en dos partes, y después del análisis y la síntesis de la información volver a construir un todo para poder identificar las potencialidades turísticas de la Laguna del Salado.

Además, se hará uso de técnicas de recolección de información como son la encuesta, entrevista y la observación que servirán para tener un objetivo claro de lo que sucede con este atractivo en el ámbito turístico y lo que se puede realizar en el proyecto; con lo cual las encuestas se realizarán a turistas, prestadores de servicios

que pertenecen a la Asociación de la Laguna del Salado y autoridades del Cantón para poder analizar desde diferentes aspectos las necesidades que tiene el lugar y llegar a plantear las soluciones a través de este estudio; y la entrevista se la realiza con el fin de obtener información o una opinión acerca de un tema específico; por lo cual en el presente trabajo se realizará una entrevista a autoridades del GAD cantonal para obtener información acerca de los datos que se tiene sobre el manejo de la Laguna del Salado que puedan ser implementados en el desarrollo de este trabajo.

La observación es un procedimiento obtenido mediante el conocimiento empírico, esta técnica utiliza los sentidos, los cuales aprecian el mundo objetivo y la realidad que rodea al lugar de estudio en este caso la Laguna del Salado. La observación servirá acceder a la verificación in situ de los datos obtenidos de los actores, con la observación se obtiene información propia del lugar, palpando de manera directa los problemas que tiene el lugar y las supuestas soluciones que se pueden ofrecer.

La encuesta sirve para obtener datos valiosos de la fuente de información de estudio; como son los pobladores y turistas que acceden a la Laguna del Salado, para elaborar una encuesta se debe formular una serie de preguntas referentes a un tema y se lo realiza como una forma de sondear la opinión pública respecto a un determinado tema.

1.7. Idea a defender

La Laguna del Salado tiene las condiciones para ser un potencial turístico.

1.8. Marco teórico

1.8.1. Historia del Turismo

De acuerdo con Bulfinch, 1996, citado en Cioce, 2004, se especifica que el turismo:

Es un instrumento (prescindiendo de manipulación) que facilita el desplazamiento humano, o sea, presupone la coordinación de algunas actividades

como hospedaje, comida, y esparcimiento para que el evento turístico se lleve a cabo, se puede citar la realización de los primeros juegos olímpicos, asimismo, la civilización griega fue un hito en la historia de la humanidad para recontextualizar, rediseñar y explicar los fenómenos de la naturaleza y el pensamiento humano. (p.293)

En la edad antigua, tomando como referencia a la Grecia clásica se dio un gran desplazamiento de personas por motivo de los Juegos Olímpicos, donde se combinaba la religión y el deporte, y otro de los desplazamientos masivos se daba por las peregrinaciones religiosas. En la edad media las peregrinaciones religiosas se masificaron por el Cristianismo y el Islam por lo cual se empezaron a crear mapas que faciliten a los caminantes estas grandes peregrinaciones.

Para la edad moderna debido a las grandes peregrinaciones se crean los “hoteles”, llamados así los palacios urbanos, y a finales del siglo XVI se crea el Grand Tour que consistía en enviar a los estudiantes ingleses a complementar su formación académica y experiencia durante 3 a 5 años por Europa. En 1841 Thomas Cook realiza el primer viaje organizado que a pesar de su decepción económica fue exitoso por la satisfacción de los viajeros, en 1851 se crea la primera agencia de viajes “Thomas Cook & son”. Con la primera guerra mundial en 1914 Europa acogió a una gran cantidad de turistas americanos, y para la finalización de la Guerra se crean automóviles para la movilización y, las playas y ríos de Europa son el centro del turismo.

Con la segunda guerra mundial se paraliza por completo la actividad turística hasta 1949 siendo en los años 1950 a 1973 donde se destaca el boom turístico, siendo el turismo internacional el que incide en la actividad de manera significativa a pesar de la inexperiencia del sector. Para los años 80 las grandes empresas hoteleras y tour operadoras se dedican a diseñar nuevas formas de usar el tiempo libre y se desarrolla el marketing turístico, y los años 90 constituyen la gran etapa de madurez del sector turístico. (Rodríguez, 2011, pág. 3)

1.8.2. Recurso Turístico

El recurso de un espacio a nivel territorial o regional se determina por alcanzar a conocer su distribución, su concentración espacial; su valor jerárquico y turístico, y el resultado se mide en la evaluación del atractivo. (Antón, et al, 2005, págs. 83-84)

De acuerdo López, 1998 menciona que en los recursos básicos es sustancial determinar una valoración de los distintos factores y variables que intervienen en este; y el principal objetivo el uso general del recurso como para actividades de ocio recreación, y para su valoración se determinan factores de ponderación, capacidad de carga, entre otros. (p.38)

Por lo cual en los recursos turísticos interviene el lugar o sector donde intervienen elementos que atraen y motivan a los turistas a visitarlo y que estos puedan disfrutar de los servicios y actividades turísticas que en este se oferten. Y además entre las propias características que debe tener un recurso según Torres, Esteve, Fuentes, & Martín, 2006 son: singularidad, abundancia relativa y los aspectos subjetivos. (p.39)

1.8.3. Recursos Hídricos

La tierra se caracteriza por la abundancia de agua que cubre un 71% de la superficie total; de lo cual el 95% de esta se encuentra en las depresiones oceánicas y como agua salada en lagos y lagunas; mientras que el 2.5% esta en agua dulce en lagos, lagunas, ríos, ciénegas y pantanos que principalmente intentan mantener intacta la vida que esta alrededor de su ecosistema, las actividades humanas causan un impacto en el ciclo hidrológico y los sistemas acuáticos. (Andrade & Navarrete, 2004, pág. 60)

De acuerdo con Iglesias, Estrela, & Gallart, 2004, en su libro “Impactos del cambio climático en España”; en el capítulo de impactos sobre los recursos hídricos; define a los recursos hídricos como:

Los volúmenes de agua capaces de dejar satisfechas las necesidades hídricas en cantidad y calidad, en tiempo y en espacio están a su vez condicionados por la explotación, la estructura temporal de la demanda, el sistema de recursos hidráulicos disponible y las reglas operativas definidas por el sistema o reglas de gestión del sistema. (p.308)

Algunos de los recursos hídricos existentes en el Ecuador como lagunas y ríos permiten la su práctica de distintas actividades deportivas, depende de su extensión y su aguaje para definir los que se pueden realizar en cada lugar, los deportes que se puede practicar en lagunas son el paseo e botes y además el piragüismo que es un deporte acuático para el cuál se necesita principalmente la embarcación que es el kayak, las palas para remar y traje adecuad para esta actividad, además de equipos de seguridad, básicamente este deporte es realizado en el mar, se puede realizar descenso de cascadas, cortar olas o remontar tramos

1.8.4. Perspectivas teóricas existentes

1.8.4.1. Planificación

Es importante la aplicación de un proceso de planificación para que el desarrollo del trabajo tenga una secuencia que permita cumplir con los objetivos del trabajo, y tomando un enfoque de la planificación estratégica el cual se direcciona al desarrollo de la comunidad, y a partir de este estudio y de los objetivos planteados lo que se pretende es analizar las potencialidades turísticas que tiene el lugar y el aporte que brindaría la actividad turística.

La planificación de acuerdo con Jorge Ahumada (citado en Molins, 1998) “es una metodología para escoger alternativas que se caracteriza porque permite verificar la propiedad, factibilidad y compatibilidad de objetivos que permite seleccionar los instrumentos mas eficientes”. (p.19)

De acuerdo con Molins, (1998) menciona que la planificación puede tener 4 etapas, que son: (p.24)

- Elaboración del plan o planeamiento

- Preparación de las condiciones para la ejecución
- Ejecución del plan
- Evaluación de los resultados

La elaboración del plan consiste en el análisis de la situación, a través de la planificación de objetivos y de estrategias que permitan alcanzarlos, la preparación considera distintos factores políticos, sociales, financieros, entre otros que se involucran en el caso de estudio. La etapa de ejecución se pone en marcha lo planificado tomando en cuenta el alcance de los objetivos, las normas y métodos que se establecieron, y por último se realiza la evaluación de los resultados.

Otro enfoque de la planificación que interviene en el turismo es la planificación estratégica que según Goodstein, Nolan, & Pfeiffer, 1997, en su libro menciona que “es el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo” (p.5). A través de la planificación estratégica permite el desarrollo de la organización o sector en su entorno, desenvolviéndose en las tres fases que son: búsqueda de valores, diseño de la estrategia del negocio e integración de los planes en acción. (p.11)

1.8.5. Estructuración de la teoría que sustenta la investigación

1.8.5.1. Potencial Turístico

De acuerdo con Maass, (citado en Covarrubias, 2015) el potencial turístico de una región depende de la estructuración de sus atractivos en productos turísticos; además del nivel de la valoración que se realiza sobre sus recursos.(p.2)

Se define que evaluar el potencial turístico local conlleva tres fases fundamentales que son: análisis de la situación turística actual, en la cual se examina el plan estratégico de mercado; el diagnóstico, donde se compara los resultados del análisis de la situación y es el que permite identificar los puntos dinámicos y frágiles

del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, resolver la convivencia de desarrollar el turismo en la zona. (Zimmer & Grassmann, 1996, págs. 4-5)

Al respecto, Ritchie & Crouch, (2004), señalan que existen dos elementos fundamentales para determinar el potencial turístico de un destino: los recursos y atracciones principales: cultura e historia, fisiografía y clima, lazos del mercado, mezcla de actividades, entretenimiento, eventos especiales, superestructura, además de los factores de apoyo y los recursos, y la segunda es la accesibilidad que son los recursos facilitadores, iniciativa, voluntad política y la hospitalidad. (p. 72)

Para la implementación de actividades y servicios turísticos en la Laguna del Salado se basará en la teoría de las cuatro dimensiones del desarrollo sostenible que son: la socioeconómica que se refiere al conjunto de relaciones sociales y económicas que se constituyen en cualquier sociedad, la dimensión institucional y política donde se considera la estructura y el funcionamiento del sistema político que rige en el lugar, la tercera dimensión es la productiva y tecnológica en esta se enfoca a las tecnologías tradicionales y a las relaciones económicas y productivas formadas en los mercados del sector y la última es la ecológica donde tiene una relación con el potencial productivo de zonas agroecológicas y los inconvenientes entre el uso de estos recursos y su uso efectivo. (Sepúlveda & Edwards, 1996, págs. 18-24)

1.8.5.2. Desarrollo turístico

Un proceso ideal de desarrollo desde una perspectiva horizontal según Gunn, en su libro “Designing Tourist Regions” en 1988, menciona que implica materializar físicamente las propuestas turísticas y coordinarlas con el resto de las apetencias que se derivan sobre el espacio y se identifica varios elementos clave a los que habría que atender con el fin de diseñar los destinos de manera eficaz: las fronteras, las puertas de entrada, las rutas de movilidad, los nodos turísticos y los recursos, servicios y atracciones turísticas. (Gunn, 1988, pág. 98)

Además, el desarrollo turístico según Pearce lo define como “una provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades

del turista, y definido de una manera más general, puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos”. (Pearce, 1991, pág. 125)

Una de las principales características del turismo es que su desarrollo genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo que son los atractivos ya sean naturales o culturales. Según Jiménez asegura que existe un ciclo de vida de un destino y este se compone de 5 etapas la exploración, involucramiento, desarrollo, consolidación, estancamiento, declinación y rejuvenecimiento; en la etapa del desarrollo se produce el despliegue del destino y un rápido incremento de los servicios turísticos, y la cantidad de turistas crece y produce un fuerte impacto en la actividad local. (Jiménez, 2005, pág. 85)

Con el presente proyecto se pretende que la Laguna del Salado tenga un desarrollo turístico con el que logre satisfacer las necesidades de la demanda; es decir, que tenga tanto planta como infraestructura turística para brindar los servicios necesarios que permitan además potencializar al lugar como atractivo turístico.

1.8.5.3. Importancia de un diagnóstico situacional

El diagnóstico situacional es un proceso de carácter comparativo donde se señala el ajuste entre la realidad y un modelo preestablecido, entre una situación actual que se analiza a través de una investigación y la situación deseable. A través del diagnóstico situacional se obtiene una visión básica acerca de la situación de las relaciones sociales, económicas, políticas y culturales en un tiempo determinado; además requiere una organización previa en el cual se pueda llevar una cantidad de turistas al lugar. (CREFAL, 1980, pág. 11)

Además mediante el diagnóstico situacional se estudian variables que permiten conocer los antecedentes y el estado actual de un determinado lugar u objeto de estudio, para de esta manera proyectarse para el futuro con propósitos que se puedan

cumplir y que sean de beneficio para el lugar y su entorno. (Comité de Calidad, 2008, pág. 3)

En el diagnóstico situacional del presente proyecto intervienen dos aspectos importantes; el macro y microambiente, siendo el primero un estudio de la Provincia del Carchi que engloba diferentes entornos que son de interés para el tema, como son el económico, social, cultura, demográfico, político y ambiental; y de la misma manera se va a realizar el estudio micro que se enfoca en el Cantón Montúfar estudiando los mismos factores.

1.8.5.4. Importancia del estudio de mercado

La investigación de mercado según Malhotra en su libro Investigación de Mercados publicado en el año 2004, menciona que la investigación de mercados como tal es: “la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y solución de problemas”. (Malhotra, 2008, pág. 35)

Los estudios de mercados pueden ser cualitativos que son las entrevistas donde se puede analizar los puntos de vista de personas que estén empapadas en el tema de estudio, además en las encuestas se pueden obtener diferentes datos que permitirá poder identificar las necesidades de los turistas y de los pobladores; y los estudios cuantitativos a través de los cuales se intenta medir las necesidades que tienen los turistas.

El estudio de mercados conlleva a la recolección, análisis e interpretación de información que aproxime al objeto de estudio; este proceso permite realizar una evaluación y supervisión de la oferta y la demanda; y permite determinar la acogida que el producto o servicio pueda tener en el mercado, con este análisis se puede establecer alternativas que permitan llegar a la demanda potencial. (CEEI Galicia S.A, 2010, pág. 8)

De acuerdo con la Colección de Manuales de Gestión, determina cuatro fases para realizar un estudio de mercado, que son: “establecer objetivos, determinar las necesidades de la información para el cumplimiento de los objetivos, recopilación, tratamiento y análisis de la información obtenida; y la elaboración del informe final” (CEEI Galicia S.A, 2010, pág. 13)

Según Zikmund & Babin, 2009, en su libro conceptualiza a la investigación de mercados como:

La aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos del marketing, la generación y evaluación de ideas, el monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing, siendo la investigación la aplicación de las encuestas, donde en este proceso incluye el desarrollo de ideas y teorías, la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de los datos, y la comunicación de las conclusiones y sus consecuencias. (p.5)

El estudio de mercado en la Laguna del Salado se realiza con el fin de obtener información acerca de la oferta y la demanda; a través de la recolección de información mediante encuestas a la demanda, entrevistas a especialistas y observación de campo, para su análisis y tomar decisiones que sean favorables y beneficien a la oferta y a la demanda; sin afectar el ecosistema.

1.9. Marco conceptual

Atractivos turísticos: “Son componente más importante del producto turístico por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización” (Navarro, 2015, pág. 337)

Actividades turísticas: “La actividad, en conjunto con los atractivos de un lugar, constituye la motivación básica del viaje. Se podría decir que no es posible un desarrollo turístico si el visitante no puede realizar actividades, aunque en muchos casos se trate sólo de contemplar el paisaje” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 5)

Censo.- “Implica numerar a todos los elementos de una población, después de lo cual es posible calcular de manera directa los parámetros de la población (Malhotra, 2008, pág. 335).

Consumo turístico.- “Se refiere al valor monetario de todos los bienes y servicios, característicos y no característicos, que el visitante adquiere antes, durante y después del viaje en el territorio del país que lleva a cabo el estudio del turismo. El consumo turístico se clasifica en interno, receptivo y emisor, es decir, se identifica según la procedencia del agente económico que realiza el gasto” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 6).

Demanda turística.- “Es un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad, desarrollado por un órgano de dirección que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para optimar el flujo de turistas actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y servicios turísticos en función del precio del destino y su renta personal, sobre la base del conocimiento de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la técnica, así como de información en general” (Rigol & Pérez, 2011, pág. 5)

Destino turístico.- “Son las combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas; el destino constituye un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa” (Bigné, 2000, citado en Machado & Hernández, 2008, págs. 117-118)

Espacio turístico: “Es la proyección de la sociedad global que combina el espacio material (alojamiento, transporte y equipamiento recreativo) y el espacio inmaterial producto de las imágenes que definen al mito” (Callizo, 1991 citado en Benseny, 2006, pág. 111)).

Guía de turismo: “Personas que están lo suficientemente formados e informados del espacio natural específico del que son responsables, y las comunidades locales, provocando un efecto de adaptación. Así, el visitante, al llegar a la zona en cuestión, tiende a conformar su comportamiento según el percibido en los habitantes de dicha comunidad” (Casillas, Moreno, & Oviedo, 1995, pág. 63)

Inventario turístico: “Es el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada. Su elaboración implica dos pasos: a) registro de información y, b) Evaluación de los atractivos turísticos” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 22)

Muestra.- “Es un subgrupo de la población, que se selecciona para participar en el estudio. Después se utilizan las características de la muestra, llamadas estadísticos, para hacer inferencias sobre los parámetros de la población”. (Malhotra, 2008, pág. 335).

Muestreo aleatorio simple.- “Técnica de muestreo probabilístico donde cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección equitativa. Cada elemento se selecciona de manera independiente a los otros elementos y la muestra se extrae mediante un procedimiento aleatorio del marco de muestreo” (Malhotra, 2008, pág. 346).

Muestreo estratificado.- “Técnica de muestreo probabilístico que divide a la población en subpoblaciones o estratos. Los elementos se seleccionan de cada estrato mediante un procedimiento aleatorio” (Malhotra, 2008, pág. 348).

Oferta turística.- “Corresponde al conjunto integrado por tres componentes básicos, a saber: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura, los cuales pueden ser puestos en el mercado mediante procesos de gestión, desarrollados por los empresarios turísticos, por las propias municipalidades y por otros actores”. (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 10).

Planta turística.- Corresponde al subsistema integrado por el equipamiento (alojamiento, alimentación, esparcimiento y servicios turísticos) y las instalaciones turísticas. (Gurría, 2009, pág. 43)

Población.- “Es la suma de todos los elementos que comparten algún conjunto común de características y que constituyen el universo para los propósitos del problema de la investigación de mercados” (Malhotra, 2008, pág. 335)

Población meta.- “Es el conjunto de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca del cual se harán inferencias y esta debe definirse con precisión” (Malhotra, 2008, pág. 336)

Potencial turístico: “Está determinado por la capacidad que tienen los productos turísticos de un territorio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes. Se divide el proceso en dos fases: la determinación del potencial y la conformación del producto turístico” (Soria, 2014, pág. 4)

Producto turístico.- “Se define como el conjunto de atributos físicos y psicológicos (tangibles e intangibles) que el consumidor considera que tiene un determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos o necesidades” (Iglesias, 1995 citado en Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 10)

Recursos turísticos: “Corresponde a todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad humana y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” (OMT, 1980 citado en Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 23)

Temporada alta: “Corresponde al período en el que se concentran los turistas, su época de ocurrencia dependerá del tipo de atractivo turístico” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 12)

Temporada baja: “Corresponde al período en el que la afluencia de turistas disminuye significativamente” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 12)

Turismo: “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (Mathieson & Wall, 1982 citado en OMT, 1988, pág. 46)

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1988, pág. 46)

Turista: “Visitante que pernocta. Persona que realiza un viaje fuera de su entorno habitual y que pernocta en el lugar visitado. Dicho viaje se realiza por cualquier motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 13)

Visitante: “Persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por un período inferior a 12 meses por cualquier motivo, excepto ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado, personas refugiadas y migrantes, diplomáticos, trabajadores fronterizos y estacionales, viajeros laborales o aquellos cuyo propósito sea cambiar de residencia o búsqueda de trabajo” (Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile, 2008, pág. 15)

1.10. Marco Legal

1.10.1. Ministerio de Turismo

El Ministerio de Turismo es la entidad reguladora de las actividades turísticas del Ecuador, que maneja la Ley de Turismo aprobada el 27 de Diciembre del 2002 que

tiene como objetivo general “determinar el marco legal que regirá para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico”.

El Ministerio de Turismo como ente regulador a nivel nacional por lo cual en el presente estudio será parte fundamental para lograr potencializar a la Laguna del Salado como atractivo turístico a nivel nacional e internacional.

1.10.2. Ministerio del Ambiente

La ley de Gestión Ambiental emitida por el Ministerio del ambiente, aprobada el 10 de septiembre del 2004; "establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia" (Ministerio del Ambiente, 2004, pág. 1)

El aporte del Ministerio del Ambiente al proyecto es poder realizar el análisis de los límites de cambio aceptables y la capacidad de carga en la Laguna del Salado para no alterar a su ecosistema, y regular las actividades turísticas que se pueden implementar.

1.10.3. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

De acuerdo con el Reglamento Interno de Régimen Académico y de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas –ESPE, se determina que como requisitos previos a la graduación de tercer nivel consta el rendir un examen de grado o la realización del trabajo de titulación. La ESPE por medio de la carrera de Hotelería y Turismo incentiva en el desarrollo de temas que tengan connotación turística como es el caso del estudio de las potencialidades turísticas de la Laguna del Salado y su desarrollo en la comunidad por tal motivo existe el respaldo a los estudiantes para fomentar el turismo en el Ecuador.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

2.1. Análisis externo

En el presente estudio investigativo es importante analizar la situación actual de los factores externos; del macro y microambiente, que sean referentes al sector del tema en estudio como es la Provincia del Carchi; y que incidan en la actividad turística para comprender la incidencia que estos tienen de manera positiva y negativa. El análisis externo brinda la información a nivel país y a nivel del sector de estudio que es necesaria para el desarrollo del presente trabajo en el cual los datos obtenidos son en base a fuentes secundarias como estudios del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, el Ministerio de Turismo, el Banco Central del Ecuador y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi y del Cantón Montúfar.

2.1.1. Macroambiente

Para el macro ambiente se identifican las fuerzas que rodean al sector de estudio; para esto se analizará diferentes factores como económico, sociocultural, geográfico, tecnológico, político y legal, los cuales no son controlables de manera directa con el lugar de estudio, pero tienen incidencia en el desarrollo del tema propuesto en la presente investigación, y que afecta a las organizaciones y empresas tanto de la Provincia del Carchi como del Cantón Montúfar que tengan relación con el tema de estudio es decir en el sector del turismo.

2.1.1.1. Entorno Económico

El entorno económico se analizó a través de índices nacionales que repercuten en la economía a nivel internacional, las variables como las tasas de interés, el PIB, la inversión, entre otros; son aspectos percibidos por agentes económicos que realizan un análisis para tomar decisiones ante cambios que estos puedan tener y que no afecte a la actividad que se está generando en el lugar. En la investigación se toma como organización de referencia el GAD del Cantón Montúfar, el cual siendo una

organización gubernamental tiene una incidencia indirecta con las diferentes variables económicas nacionales y locales.

2.1.1.1.1. Renta per cápita

La renta per cápita es la relación entre el producto interno bruto y los habitantes; con lo cual se determina el ingreso promedio que recibe cada habitante del país para subsistir; y el valor destinado a diferentes actividades nacionales

Tabla 1
Renta per cápita

Años	PIB per cápita	Var. Anual
2010	\$ 4.633,00	9,2%
2011	\$ 5.193,00	12,1%
2012	\$ 5.665,00	8,7%
2013	\$ 6.008,00	6,1%
2014	\$ 6.297,00	5,0%

Fuente: (BancoMundial, 2015)

En el Ecuador la mayor variación anual del PIB fue en el año 2011 con el 12.1%, teniendo el PIB per cápita en \$5193; para el año 2014 sufre la menor variación anual del 5%, tomando en cuenta el PIB de \$6297; el crecimiento del PIB se da por el incremento en el precio del petróleo y diferentes flujos financieros

El PIB a nivel nacional está conformado por las diferentes actividades a nivel nacional que generan ingresos; entre ellas el turismo, el cual en los años 2010 y 2011 representó entre el 1.25% y 1.35% del total del PIB, convirtiéndose en una actividad que va generando ingresos representativos para el Ecuador por sus diferentes ramas como son viajes y transporte que representan la mayor cantidad de ingresos.

2.1.1.1.2. Tasa de desempleo

La tasa de desempleo es importante mencionar para poder analizar la cifra de desempleados que existe en la zona; tomando en cuenta también las variables de desempleo y subempleo; siendo este un indicador significativo en el entorno macroeconómico.

Tabla 2
Tasa de desempleo Carchi-Zona 1

	Carchi - Promedio	Total – Zona 1
Ocupación	21.1%	23.9%
Subempleo	77.3%	73.4%
Desempleo	4.5%	6.0%

Fuente: (INEC, 2010)

En la provincia del Carchi existe un 4.5% de población en desempleo del 6.0% total de la Zona 1, y tomando en cuenta que el 77.3% de la población vive en subempleo y apenas el 21.1% tiene ocupación en toda la provincia. El subempleo en la provincia del Carchi ocupa el 77.33% total de la población siendo que todas estas personas que se encuentran en la zona de subempleo trabajan para otras personas o son terciarizadores; y solamente el 21.1% del total están en la variable de ocupación siendo estos los empleados que se encuentran afiliados; y el 4.5% de la población está desempleada.

El turismo es una actividad que genera empleos tanto privados como públicos; en el Cantón Montúfar el 1.47% de la PEA trabaja en actividades de alojamiento y servicio de comidas, lo cual representa un mínimo de la población y no existen registros de las personas que trabajan en el sector específicamente del turismo, se puede tomar como referencia otras actividades de servicios que es el 0.98%, tomando en cuenta que el 46.63% se dedican a actividades agrícola ganaderas.

2.1.1.1.3. Tasa de inflación

La tasa de inflación es un indicador Macro económico muy importante a considerar, ya que, influye directamente en los precios de una nación y por lo tanto, en el PIB de la misma que se analizará en el siguiente literal. “La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares” (Banco Central del Ecuador, 2015).

Tabla 3
Tasa de inflación Ecuador

Fecha	Valor
Dic 31-2013	2,70%
Jun 30-2014	3,67%
Dic 31-2014	4,67%
Jun 30-2015	4,04%
Sep 30-2015	4,34%

Fuente: (Banco Central, 2015)

Según la tabla 6, Ecuador presenta un aumento de la tasa de inflación continuo tomando como referencia el período 2013 – 2015; la tasa actual de inflación es del 4,34% y la tasa de crecimiento global de este indicador es del 60%, además se puede observar el aumento periódico de la inflación semestralmente, este valor incide directamente en el cálculo del PIB.

En inflación mensual que se da por divisiones de productos los restaurantes y hoteles representan el 0.85%, mientras que el transporte fue del 1.55% en enero del 2015, por lo cual el transporte ha sido el indicador que ha contribuido mayoritariamente al incremento del índice de precios al consumidor.

2.1.1.1.4. Análisis del PIB

El PIB desde al año 2011 al 2014 tiene un decrecimiento de 4,3% en los 4 años; empezando con un 7,9% y terminando al 2014 con el 3,6%; de acuerdo a estos datos existe una proyección para el año 2015 de un decrecimiento total llegando al 1,1%.

Tabla 4 PIB
Per cápita

Cuenta Nacional	2011	2012	2013	2014	Proy.2015
Crecimiento del PIB	7,9%	5,2%	4,6%	3,6%	1,1%
PIB nominal (millones de USD)	79.277	87.623	94.473	100.755	104.382

Fuente: (BancoMundial, 2015)

Según cifras del Banco Mundial y el Banco Latinoamericano de Comercio Exterior, Ecuador ha experimentado un crecimiento del PIB nominal en los últimos 4 años: en el 2011 fue de 79,227 millones de USD con un crecimiento del 7,9%; en el 2012 fue de 87,623 millones de USD con un crecimiento del 5,2%; en el 2013 fue de 94,473 millones de USD con un crecimiento del 4,6%; y en el 2014 fue de 100,75 millones de USD con un crecimiento del 3,8%. Podemos destacar una tendencia

creciente en el porcentaje de aumento aunque se ha desacelerado entre cada período paulatinamente, relacionado con la proyección del crecimiento del PIB para el 2015, del 1,1%.

El PIB está compuesto por varios sectores que aportan a la economía del Ecuador, siendo el ingreso más importante la venta de petróleo. Según el Ministerio de Turismo (MINTUR) al 31 de Diciembre del 2014, el turismo ocupa el tercer lugar en los totales de productos primarios e industrializados de las exportaciones consideradas no petroleras, siendo el banano y el plátano el primero y el camarón el segundo lugar. En el 2012 el turismo aportó con 1.038,7 millones de USD y ocupaba el cuarto lugar del total de productos ya mencionados; en el 2013 con 1.246,2 millones de USD y subió al tercer lugar; y en el 2014 con 1.487,2 millones de USD manteniéndose en el tercer lugar, por lo que se considera el aporte del turismo en constante crecimiento.

2.1.1.1.5. Balanza de servicios

En la balanza de servicios se considera al turismo en las exportaciones no petroleras; donde además está el banano y el plátano, el camarón, los productos marítimos, la manufactura de metales y las flores naturales, mostrando en la tabla 5 los ingresos que ha percibido el país por dichos productos y servicios en los años 2013 y 2014.

Tabla 5
Exportaciones no petroleras

Exportaciones no petroleras	2013	2014
Banano y plátano	1761,9	1941,1
Camarón	1228,9	1935,2
Turismo	900,6	1086,5
Productor marítimos	1091,9	1000,0
Manufactura de metales	401,0	371,3
Flores Naturales	607,8	633,4
Total	18550,6	19956,9

Fuente: (MINTUR, 2015, pág. 9)

El turismo entre los años 2014 y 2015 ha tenido una variación mínima con una diferencia de \$185.9 millones de dólares en el año; tomando en cuenta que en el año

2013 los ingresos que tuvo la actividad turística fue de \$1091.9 millones de dólares; mientras que en el año 2014 fue de \$1086.5 millones de dólares entre las exportaciones no petroleras, que a comparación con los demás productos y servicios se encuentra en cuarto lugar; y el valor total de ingresos para el país por todas las exportaciones no petroleras fue de \$19956.9 millones en el año 2014.

En la balanza turística se detallan los ingresos y egresos que ha percibido el Ecuador entre viajes y transporte; que son los servicios turísticos que se toman en cuenta para las divisas; teniendo como referencia los años 2013 y 2014.

Tabla 6
Balanza Turística

	Ingresos			Egresos			Saldo
	Viajes	Transporte	Total	Viajes	Transporte	Total	
2013	1246,2	5,1	1251,3	621,4	365,7	987,1	264,2
2014	1082,8	3,7	1086,5	472,8	291,6	764,4	322,1

Fuente: (MINTUR, 2015, pág. 10)

En la actividad turística los viajes generan más ingresos que el transporte; siendo en el año 2013 el que generó mayores ingresos con \$1246.2 millones de dólares, mientras que los egresos fueron de \$365.7 millones de dólares; mientras que en transporte los egresos fueron mayores que los ingresos con una diferencia de \$-360.6 millones de dólares; y se reporta un saldo de \$264.2 millones. Para el año 2014 en total los ingresos por la actividad turística fue de \$1086.5 millones y egresos de \$764.4 reportando un saldo de \$322.1 millones.

2.1.1.2. Entorno Sociocultural

El entorno sociocultural se relaciona con las personas, su identificación cultural y conocimientos, como elementos activos del lugar de estudio; para lo cual se hará referencia a datos estadísticos de la población, nivel de educación y grupos étnicos que forman parte de la provincia del Carchi y en específico del cantón Montúfar para a través de esto identificar las características de la población del lugar de estudio.

2.1.1.2.1. Factores demográficos

La importancia del análisis de los factores demográficos radica en conocer diferentes características de la población que interviene en el tema de estudio es decir a nivel de la Provincia del Carchi y del Cantón Montúfar, para definir e identificar los aspectos que se relacionan en el desarrollo del lugar y analizar las necesidades que tiene la población para a través del presente proyecto identificar alternativas que permitan su desarrollo.

2.1.1.2.1.1. Tamaño de la población y distribución

La población total de la Provincia del Carchi es de 164.524 personas, entre hombres y mujeres; de acuerdo a los datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del año 2010.

Tabla 7
Población Carchi

	Número	Porcentaje
Hombres	81.110	49.3%
Mujeres	83.414	50.7%
Total	164.524	100%

Fuente: (INEC, 2010, pág. 125)

De acuerdo a los datos obtenidos del INEC en el censo del año 2010, el 50.70% de la población son mujeres, que representa a 83.414 mujeres, y el 49.3% son hombres con un total de 81.110.

2.1.1.2.1.2. Distribución por edades

Los rangos de edades que se presentan en la tabla 7; es de 5 años, tomando desde los 0 años hasta 95 y más de la provincia del Carchi, del años 2001 y 2010.

Tabla 8
Población Carchi-Distribución por edades

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	416	0,30%	98	0,10%
De 90 a 94 años	496	0,30%	310	0,20%
De 85 a 89años	910	0,60%	866	0,50%
De 80 a 84 años	1.390	0,90%	1.741	1,10%

Continúa ➡

De 75 a 79 años	2.254	1,50%	2.788	1,70%
De 70 a 74 años	3.113	2,00%	3.723	2,30%
De 65 a 69 años	3.951	2,60%	4.556	2,80%
De 60 a 64 años	4.549	3,00%	5.129	3,10%
De 55 a 59 años	4.899	3,20%	5.827	3,50%
De 50 a 54 años	5.814	3,80%	6.696	4,10%
De 45 a 49 años	6.371	4,20%	8.555	5,20%
De 40 a 44 años	8.038	5,30%	9.884	6,00%
De 35 a 39 años	9.641	6,30%	11.043	6,70%
De 30 a 34 años	10.929	7,10%	11.457	7,00%
De 25 a 29 años	11.386	7,40%	12.471	7,60%
De 20 a 24 años	12.620	8,30%	13.416	8,20%
De 15 a 19 años	15.158	9,90%	16.130	9,80%
De 10 a 14 años	17.764	11,60%	17.584	10,70%
De 5 a 9 años	17.195	11,20%	16.888	10,30%
De 0 a 4 años	16.045	10,50%	15.362	9,30%
TOTAL	152.939	100,00%	164.524	100,00%

Fuente: (INEC, 2010, pág. 126)

La mayoría de la población en la provincia del Carchi está en edades de 10 a 14 años con el 10.70%, seguido de 5 a 9 años con un 10.30%, seguido con los adolescentes de 15 a 19 años que representa al 9.80% de la población total. Y la menor cantidad de la población está representada por la tercera edad de más de 85 años.

El Cantón Montúfar tiene una población total de 30.511 entre hombres y mujeres; distribuido por cantones donde el 69.14% pertenece a la parroquia González Suárez con 21096 personas, y la menor cantidad de la población habita en Chitán de Navarretes con el 20.26%.

Tabla 9
Población Cantón Montúfar

Parroquias	Población
Chitán de Navarretes	618
Cristóbal Colón	2943
Fernández Salvador	1282
González Suárez	21096
La Paz	3432
Piartal	1140
Total	30511

Fuente: (Planificación Territorial-GAD Montúfar, 2011, pág. 379)

El total de la población del Cantón Montúfar es el universo con el cual se van a obtener los datos de la muestra.

2.1.1.2.1.3. Niveles de formación

La educación es un factor importante de analizar ya que incide en la vida y el desarrollo del sector, y en el crecimiento económico de la provincia y del país, por lo cual se analiza los tres niveles de educación como son básica, bachillerato y superior.

Tabla 10
Nivel de educación

Educación	Asistencia	Edad
Básica	94,30%	5-14 años
Bachillerato	74,90%	15-17 años
Superior	21%	18-24 años

Fuente: (INEC, 2010, págs. 144-145)

A nivel provincial, la población que accedió a la educación básica fue del 94.3% total de la población entre 5 a 14 años, mientras que el 74.9% de los habitantes entre 15 y 15 años asisten al bachillerato y tan solo el 21% asiste a educación superior siendo esta los estudios universitarios y no universitarios que se tomen después de haber concluido el bachillerato, con un rango de edad entre 18 y 24 años.

En la Provincia del Carchi existen 133 instituciones educativas en todos los cantones, y entre los establecimientos de educación superior se encuentran la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y la Universidad Autónoma de los Andes, con modalidad presencial, y 3 universidades de educación a distancia, además del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP, que brinda cursos de capacitación y perfeccionamiento que estén acorde a la demanda del sistema laboral.

2.1.1.2.1.4. Grupos étnicos

Los diferentes grupos étnicos existentes en la provincia del Carchi son los Awá, los Pastos, Kichwa de la Sierra, y otros, entre estos la mayoría están localizados en el Cantón Tulcán.

Tabla 11
Grupos étnicos

CANTÓN	Awá	Pastos	Kichwa	Otros
Tulcán	2528	662	264	85
Bolívar	0	9	3	0
Espejo	7	6	10	1

Continúa →

Mira	161	0	6	8
Montúfar	1	57	1	22
Huaca	0	16	5	1
TOTAL	2697	750	289	117

Fuente: (INEC, 2010, pág. 164)

Uno de los grupos étnicos de mayor número que se encuentran en el Cantón Montúfar son los pastos con un total de 57, y después siguen otros en los cuales se encuentran grupos étnicos de nacionalidad ecuatoriana de otros lugares.

La importancia de mencionar los grupos étnicos presentes en la Provincia del Carchi radica en que los Awá que son autóctonos del lugar; así como los Pastos, su cultura y sus tradiciones forman parte significativa del desarrollo del lugar y además pueden constituirse como un recurso humano turístico desde el punto de vista étnico.

2.1.1.3. Entorno Geográfico

Este entorno brinda información acerca del espacio físico donde se realizará el presente estudio, el lugar donde se desenvuelven los grupos humanos y sus relaciones a analizarse; así como, otros aspectos de interés como la infraestructura vial – acceso, servicios básicos y otros que sean de interés en el presente estudio y la información sirva para el desarrollo de la propuesta.

2.1.1.3.1. Ubicación geográfica país

2.1.1.3.1.1. País

Ecuador cuenta con 24 provincias en su totalidad, que conforma 4 regiones:

Región Costa: 6 Provincias

Región Sierra: 11 Provincias

Región Amazónica: 6 Provincias

Región Insular: 1 Provincia

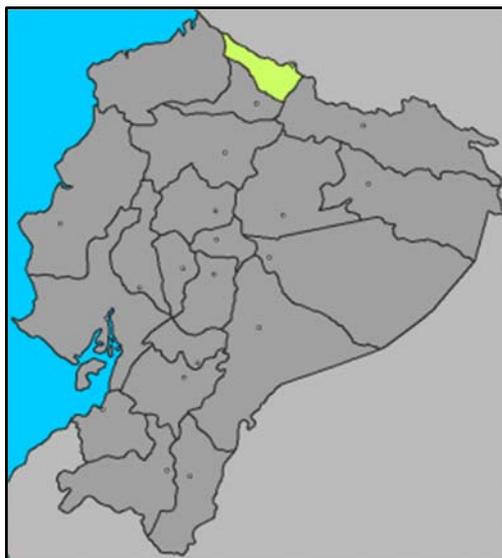


Figura 1 Mapa del Ecuador

Fuente: (Mapas Ecuador, 2016)

Al norte de la región sierra; en la Frontera con Colombia se localiza la provincia del Carchi, limitando al norte con la República de Colombia, al sur y al oeste con Imbabura, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas.

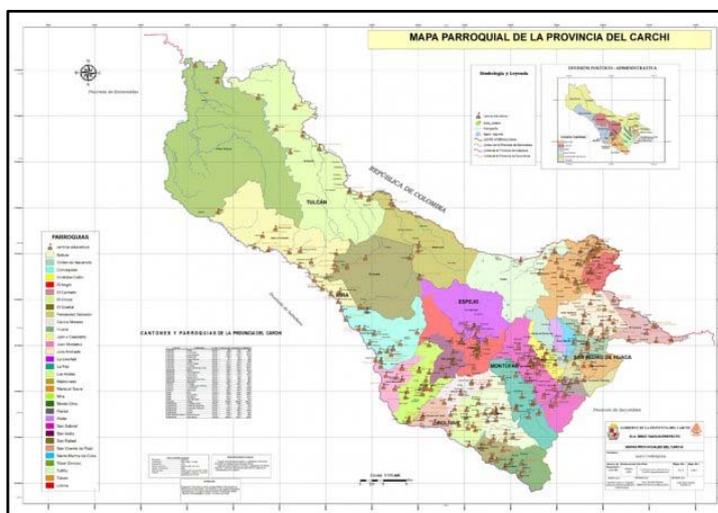


Figura 2 Mapa parroquial del Carchi

Fuente: (Prefectura del Carchi, 2016)

La provincia del Carchi cuenta con 6 cantones, entre ellos el cantón Montúfar, ubicado al sur este de la provincia, este cuenta con 8 parroquias.



Figura 3 Mapa Cantonal de Montúfar

Fuente: (GAD Montúfar, 2013)

2.1.1.3.2. Clima

El clima de la Provincia del Carchi es variado, es de tipo megatérmico en la zona noroccidental y en el callejón interandino es de tipo mesotérmico–húmedo y semi–húmedo, además de un clima mesotérmico seco en el Valle del Chota. La temperatura está entre los 4°C en los páramos y los 24° C en la zona baja de Mira.

El Carchi es la primera provincia del Ecuador desde el norte en el callejón interandino y presenta niveles altitudinales desde 120m.s.n.m, presente en la zona baja al occidente en la parroquia Tobar Donoso, 1.200 metros en la zona del valle, 4733 metros en la zona del Páramo principalmente en la parroquia Tufiño - volcán Chiles. (Prefectura del Carchi, 2015, pág. 63)

2.1.1.3.3. Infraestructura vial

La infraestructura vial se compone por una carretera principal, la E35 desde el puente Juncal hasta el puente internacional de Rumichaca, que es una carretera de primer orden que atraviesa toda la provincia , y la vía que une a la carretera con la Laguna del Salado es una carretera de tercer orden empedrada. Para llegar desde

Quito o Ibarra hasta la ciudad de San Gabriel se puede tomar las diferentes líneas de buses interprovinciales como son:

- Expreso Tulcán (Quito)
- Pullman Carchi (Quito)
- Velotax (Quito)
- San Gabriel (Quito)
- Turismo (Ibarra)
- Andina (Ibarra)

Desde la ciudad de San Gabriel hasta la Laguna del Salado se debe tomar camionetas en el parque de la ciudad.

2.1.1.3.4. Servicios básicos

En la provincia del Carchi existen todos los servicios básicos como son agua, luz, teléfono, recolección de basura y alcantarillado, que realizando una comparación entre los años 2001 y 2010, estos servicios han tenido una mejora continua y han ido abasteciendo constantemente a las poblaciones.

Tabla 12
Servicios Básicos

Cantón	Hogares con características físicas inadecuadas	Viviendas con servicio público de agua	Viviendas con servicio eléctrico	Viviendas con alcantarillado	Viviendas disponen de recolección de basura	Hogares con servicio telefónico
Tulcán	8,10%	92,20%	96,40%	80,20%	81,90%	42,70%
Bolívar	31,60%	71,70%	97,80%	61,40%	62,90%	28,30%
Espejo	23,80%	80,80%	98,20%	77,00%	75,70%	39,60%
Mira	24,50%	60,90%	96,10%	65,00%	55,80%	40,40%
Montúfar	19,00%	87,10%	98,80%	65,10%	62,80%	28,30%
Huaca	12,40%	93,30%	98,00%	68,20%	82,70%	26,50%

Fuente: (Prefectura del Carchi, 2015, págs. 269-271)

Los servicios básicos de mayor cobertura a nivel provincial son agua y luz, abasteciendo al 90% de la población.

Es importante mencionar la accesibilidad que tiene el Cantón Montúfar a los servicios básicos no es completa, ya que existen zonas de influencia al lugar del presente estudio donde aún existe carencia de servicios básicos y esto afecta al desarrollo de la zona.

2.1.1.4. Entorno Tecnológico

En la actualidad es importante contar con acceso a la tecnología; con este factor se puede medir el desarrollo que tiene una determinada población a través del acceso a la información mediática, existiendo beneficios como el de elevar la calidad de vida de las personas con una educación de punta para nuevas generaciones.

El acceso a telecomunicaciones en la provincia del Carchi es limitado, ya que el 42.10% de su población cuenta con servicio de telefonía fija, mientras que el 40.20% tienen acceso a telefonía móvil con las diferentes operadoras que prestan sus servicios en el país, y solo el 19.80% de su población cuenta con acceso a internet. (INEC, Encuesta urbana de desempleo 2011 – 2013, 2013, citado en Prefectura del Carchi, 2014, pág. 283)

Tabla 13
Disponibilidad de Internet

Disponibilidad de internet	San Gabriel	Cristóbal Colón	Chitan de Navarretes	Fernández Salvador	La Paz	Piartal	Total
SI	288	19	1	3	20	1	332
NO	5332	818	174	334	916	317	7891
TOTAL	5620	837	175	337	936	318	8223

Fuente: (Planificación Territorial-GAD Montúfar, 2011, pág. 220)

La disponibilidad de internet total del cantón Montúfar es de 4.04% del total de la población; mientras que el 96.06% de la población no tiene acceso directo de internet en su hogar.

2.1.1.5. Entorno Político

El ambiente o entorno político es sin duda determinante en cualquier estudio o proyecto debido a que sus medidas, acciones, y funcionamiento inciden directamente

en todas las actividades que lleva a cabo una persona natural o jurídica. Se puede entender de manera deductiva el impacto de la política, ya que parte de normativas y medidas generales que influyen de manera particular a todos los individuos en un determinado lugar.

2.1.1.5.1. Formas de gobierno

El sistema político del Ecuador funciona de manera descentralizada, que involucra la división del poder, atribuciones, competencias y funciones entre el gobierno central y los seccionales autónomos; de acuerdo a la Constitución de la República del Ecuador esta organizado por 5 poderes el legislativo,

De acuerdo con la Constitución en el año 2008 se da el poder a los gobiernos autónomos descentralizados cantonales, municipales y parroquiales con autonomía política, administrativa y financiera; de manera que puedan ejercer sus funciones de acuerdo a un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial donde se brinda la información para el período de trabajo de dicha institución y sus servidores.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar está liderado por su alcalde el Dr. Juan Acosta quien desempeña este rol desde el año 2010; conjuntamente en este período inicio sus actividades el Tnlgo. Edison Jiménez como Técnico de la Unidad de Turismo del GAD quien ha realizado distintos proyectos para el desarrollo del cantón.

2.1.1.5.2. Planes y programas gubernamentales

El Plan Nacional del Buen Vivir vigente desde el año 2013, “fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes para la construcción de su propio destino y felicidad” (p.23)

En el Objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir; en el cual el objetivo es impulsar la transformación de la matriz productiva.

Supone una interacción con la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos, bajo consideraciones de asimetrías tecnológicas entre países y con un rápido crecimiento de la demanda interna y externa que promueva el trabajo. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 293)

Entre las políticas que mantiene el Plan Nacional del Buen Vivir, se menciona la de diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios, donde se menciona lo siguiente que se debe “posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013, pág. 301)

2.1.1.6. Entorno Legal

El marco legal que delimita las distintas actividades que se llevan a cabo en un determinado país brinda un esquema de funcionamiento y de lineamientos; es de vital importancia conocer dicho marco ya que todas las acciones, resultados o modificaciones que puedan realizarse deben alinearse a estos parámetros ya establecidos por ley.

2.1.1.6.1. Constitución de la República del Ecuador

La Carta Magna del Ecuador publicada el 20 de Octubre del 2008, aprobada por la Asamblea Nacional; en la cual se realizan una serie de cambios como la creación de la Corte Constitucional, “centraliza y regula el régimen de autonomías y competencias, estableciendo las funciones autonómicas y descentralizadas que el Estado transferirá, plantea un nuevo modelo de economía, que recupera el papel del Estado, reintroduce la planificación” (Miño, 2008)

2.1.1.6.2. Leyes y reglamentos en temas: social, laboral, tributario, y ambiental

En el Ecuador existen leyes, reglamentos y normativas, que a través de compendios instaurados y con pautas a cumplir para su correcto desenvolvimiento,

como es el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), en el numeral 1, del artículo 1, del Título I menciona “Este Código establece la organización político-administrativa del Estado ecuatoriano en el territorio; el régimen de los diferentes niveles de gobiernos autónomos descentralizados y los regímenes especiales, con el fin de garantizar su autonomía política, administrativa y financiera” (COOTAD, 2012, pág. 7).

Además, acorde al artículo 1 del Título I, de La Ley de Gestión Ambiental 2004, "establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia" (Ministerio del Ambiente, 2004, pág. 1).

Todas y cada una de los códigos, reglamentos y leyes indicados, contienen pautas y disposiciones a cumplir en el desarrollo de las actividades planteadas y en su limitación; por lo cual consideraran las regulaciones para cumplir con lo expuesto por parte del gobierno y obtener un funcionamiento legal, regulado y seguro; para así lograr beneficios mutuos en el desenvolvimiento del proyecto y para el desarrollo del país.

2.1.2. Microambiente

2.1.2.1. Recurso Turístico

La Laguna del Salado es un embalse lacustre en forma de “U”, con aguas originarias de la comunidad de Chután Alto donde nace el río San Gabriel, cuenta con una topografía irregular entre zonas planas y ondulares. Entre la flora y fauna del lugar, existen especies endémicas e introducidas; siendo este sitio de segunda categoría de acuerdo a la jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR.

En este lugar se puede apreciar fauna como son patos y colibríes; y una amplia variedad de flora como lirios, cartuchos, totoras, entre otros; que fortalecen el ecosistema del lugar.

2.1.2.2. Clientes, Turistas y/o visitantes

La Laguna del Salado es un lugar de visita común, donde la mayor cantidad de personas acude cuando existen eventos de acogida masiva y de tipo familiar, que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar, donde por lo general son eventos familiares. Este tipo de eventos se realizan en feriados y fiestas de cantonización, entre estos los principales eventos que se realizan en fechas específicas son: Carnaval, elección de Mr, Montúfar, triatlón, entre otros.

El perfil del visitante de la región norte en las Provincias de Carchi e Imbabura es de procedencia nacional de entre 18 y 29 años de edad, seguido por el grupo de 30 a 40 años; de los cuales el 50% tienen un nivel de educación superior con igualdad entre hombres y mujeres. (MINTUR, 2009)

2.1.2.3. Competencia directa e indirecta

Los diferentes atractivos turísticos que existen en el Cantón Montúfar son parte de la competencia directa de la Laguna del Salado, entre estos los de mayor afluencia son; Gruta de la Paz, la Ciudad de San Gabriel; y además como atractivos intangibles son las fiestas de inocentes que son reconocidas a nivel nacional e internacional.

En la Gruta de la Paz es característico la práctica del turismo religioso por la presencia de la Virgen de la Paz, que se encuentra en una gruta siendo este el atractivo principal del lugar, además existe una iglesia, una capilla y aguas termales; en la zona del atractivo se puede encontrar servicios de alojamiento y alimentación.

2.1.2.4. Sustitutos

Entre los sustitutos que se determinan en relación a la Laguna del Salado, cuenta con otros recursos hídricos en el Cantón Montúfar siendo uno de los más cercanos la Cascada de Paluz y de Guadir, también están los ríos más cercanos como el Río

Apaquí, Río San Gabriel, entre otros de menor afluencia en los cuales no se realiza ninguna clase de deportes de aventura; pero se realizan actividades de pesca deportiva.

2.1.2.5. Organismos Reguladores

2.1.2.5.1. Gobierno Autónomo Descentralizado

El Gobierno Autónomo Descentralizado como organismo regulador de las actividades del Cantón Montúfar; con sus diferentes autoridades designadas, son quienes establecen políticas para el desarrollo de la actividad turística en el sector, siendo el único documento el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031, donde se identifican tres posibles rutas turísticas proyectadas a años futuros, en la ruta 2 al 2019, denominada la ruta de las caminatas en donde interviene: Padre Haragán (ceja andina, Pizán, petroglifos), Pilar de Athal y visita a la Laguna El Salado, también el GAD trabaja en proyectos de mejoras para la actividad turística del Cantón como implementación de infraestructura de alimentación y servicios turísticos complementarios en la laguna y además el apoyo a las distintas asociaciones, también ha sido un aporte para el desarrollo del turismo en el sector.

2.2. ANÁLISIS INTERNO

2.2.1. Constitución legal

En la Constitución de la República del Ecuador del año 2008; se menciona que los gobiernos autónomos descentralizados gozaran de autonomía política, administrativa y financiera; y de acuerdo de la Ley Orgánica reformativa del COOTAD el 21 de enero del 2014; se dio la disposición de cerrar los patronatos municipales y traspasar el poder a los gobiernos autónomos descentralizados provinciales, metropolitanos y municipales; esto en el lapso de un año máximo.

Con estas disposiciones inicia su función el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar; y establece sus obligaciones a raíz de la planificación de desarrollo y ordenamiento territorial con referencia al COOTAD (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización).

2.2.2. Recursos y capacidades

2.2.2.1. Tangibles

2.2.2.1.1. Económicos y Financieros

De acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se menciona que los ingresos totales para el año 2012 fue de \$8,615,833.16 entre los ingresos corrientes con el 31.28%, capital el 33.72% y de financiamiento 35.01%; que maneja del GAD del Cantón Montúfar.

Tabla 14
Ingresos 2012

Ingresos Año 2012		
Ingresos corrientes	\$ 2.694.914,04	31,28%
Ingresos de capital	\$ 2.904.925,60	33,72%
Ingresos de financiamiento	\$ 3.015.993,52	35,01%
Total Ingresos	\$ 8.615.833,16	100,00%

Fuente: (Planificación Territorial-GAD Montúfar, 2011, pág. 355)

Entre los ingresos de capital del año 2012 está la venta de bienes de larga duración que son propiedades, planta y equipo de donde tuvo ingresos por \$4500.00 y de acuerdo a la Ley del 15% del presupuesto general del estado tuvo un ingreso de \$2,904,425.60, que este equivale al 99.85% del total de ingresos que se percibió en este año.

Tabla 15
Ingresos de Capital 2012

Ingresos de Capital Año 2012		
Venta de bienes de larga duración	\$ 4.500,00	0,15%
Asignaciones Bando del Estado	\$ -	0,00%
Ley del 15% PGE	\$ 2.900.425,60	99,85%
Total Ingresos de Capital	\$ 2.904.925,60	100,00%

Fuente: (Planificación Territorial-GAD Montúfar, 2011, pág. 356)

De acuerdo a la Ordenanza de Presupuesto General del Estado para el ejercicio financiero 2016; no se designa un presupuesto fijo a la actividad turística del Cantón Montúfar, pero sí a la protección ambiental, designando un presupuesto de \$11790.00 para el año 2016 el cual se destina para forestación y reforestación en áreas naturales entre estas la Laguna del Salado.

2.2.2.1.2. Físicos

El Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar cuenta con 2 edificaciones propias que son:

Tabla 16
Edificaciones del GAD Montúfar

Edificación	Has.	Funcionalidad
Municipio	20 x 30	Alcaldía, Direcciones, Secretaría General
Casa Cuasmal	15 x 20	Biblioteca, Dirección de Desarrollo Social

Fuente: (GAD Montúfar, 2013)

En la edificación del Municipio funciona la Alcaldía, la secretaría general y los distintos departamentos como la dirección financiera, administrativa, talento humano, planificación y desarrollo, obras públicas, agua potable y alcantarillado y protección ambiental, este se encuentra en el lado norte del Parque Central de la Ciudad de San Gabriel; mientras que la otra edificación se ubica al lado oeste y fue la recuperación de la antigua Casa Cuasmal funcionando en la actualidad la Biblioteca y la dirección de desarrollo social.

En la Laguna del Salado existe como infraestructura un aula taller, baños sanitarios, muelle y señalización básica, lo que sirve para la realización de diferentes eventos en el Lugar, y para los visitantes de paso.

2.2.2.1.3. Tecnológicos

El GAD del Cantón Montúfar maneja una página web donde se puede visualizar información general acerca del lugar como la historia, cultura, turismo y además de información de carácter público obligatoria como son informes financieros; además que a través de esta se puede descargar diferentes formularios que sirven de ayuda para la realización de trámites.

La información turística que se puede obtener a través de la página web es muy escasa; solo cuenta con una galería de fotos acerca de los atractivos turísticos del cantón como la Gruta de la Paz, el Bosque de los Arrayanes, la Cascada de Paluz y la Laguna del Salado.

2.2.2.1.4. Estructura Organizacional



Figura 4 Organigrama GAD Montúfar

Fuente: (GAD Montúfar, 2016)

En la estructura organizacional se maneja la Unidad de Turismo dentro de la Dirección de Desarrollo Social, en el área de desarrollo social, turismo y recreación, donde se analizan los recursos turísticos que tiene el cantón para identificar su valor y poder potencializarlos.

2.2.2.2. Intangibles

2.2.2.2.1. Humanos

El principal funcionario es el Alcalde del Cantón Montúfar, Dr. Juan Actosta quien se encuentra a cargo de todas las actividades que se realicen en el lugar elegido para el período 2014 - 2019; el Técnico de la Unidad de Turismo, Edison Jiménez que cuenta con un título de Técnico Superior en Nutrición Animal; él es quien regula todas las actividades turísticas; a cargo de él están diferentes proyectos turísticos de mejora, y uno de los ejes principales se ha vuelto la Laguna del Salado.

Además existen 7 asociaciones a nivel cantonal cada una conformada por 20 personas; que se dedican a actividades afines a turismo como es la venta de artesanías, guianza y venta de alimento; estas personas son quienes cubren estos servicios cuando se realizan eventos en los distintos lugares, como es el caso de la Laguna del Salado.

2.3. ANALISIS FODA

2.3.1. Fortalezas

Tabla 17
Fortalezas

ORD.	FORTALEZAS	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Participación Ciudadana en actividades turísticas deportivas de natación en la Laguna del Salado.	Los pobladores a nivel cantonal participan en las actividades que el GAD realiza en diferentes lugares turísticos
2	Existen varias asociaciones en el Cantón que están inmersas en actividades turísticas	A nivel cantonal existen 7 asociaciones dedicadas a la guianza, gastronomía y venta de artesanías
3	Disponibilidad de recursos hídricos que abastecen a la Laguna del Salado	La red hidrográfica del Cantón está conformada por 6 ríos; y la subcuenca del Río Apaquí,
4	Biodiversidad de flora y fauna en la Laguna del Salado	A nivel cantonal existen 388 especies de plantas endémicas y se registran 199 especies de aves.

2.3.1.1. Priorización de las Fortalezas

Tabla 18
Priorización de fortalezas

ORD.	FORTALEZAS	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Participación Ciudadana en actividades turísticas deportivas en la Laguna del Salado.	x		
2	Existen varias asociaciones en el Cantón que están inmersas en actividades turísticas	x		
3	Disponibilidad de recursos hídricos que abastecen a la Laguna del Salado		x	
4	Biodiversidad de flora y fauna en la Laguna del Salado	x		

2.3.2. Oportunidades

Tabla 19
Oportunidades

ORD.	OPORTUNIDADES	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Interés de los turistas nacionales por el turismo alternativo	Las nuevas tendencias de viaje llevan a los turistas a conocer lugares nuevos.
2	Estudios de flora y fauna del sector por parte de fundaciones	Diferentes fundaciones han llevado a cabo proyectos de estudio de biodiversidad de aves en la Laguna del Salado
3	Apoyo de instituciones educativas en realizar proyectos turísticos de mejoramiento	Las instituciones educativas del Cantón y de la Provincia realizan proyectos de desarrollo del lugar, beneficiando también a los pobladores
4	Ampliación de la vía E35 a 4 carriles	El proyecto de ampliación de la panamericana norte hasta Rumichaca a 4 carriles

2.3.2.1. Priorización de las Oportunidades

Tabla 20
Priorización de oportunidades

ORD.	OPORTUNIDADES	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Interés de los turistas nacionales por el turismo alternativo	X		
2	Presencia de fundaciones con objetivos ambientalistas	X		
3	Apoyo de instituciones educativas en realizar proyectos de mejoramiento		X	
4	Ampliación de la vía E35 a 4 carriles		X	

2.3.3. Debilidades

Tabla 21
Debilidades

ORD.	DEBILIDADES	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Falta de inversión en la actividad turística del Cantón por parte del GAD.	El GAD no destina un monto fijo para las actividades turísticas a nivel del Cantón.
2	La unidad de turismo del GAD es administrada por una persona que no es un profesional en turismo	El Sr. Edison Jiménez tienen un título de nivel superior de Tecnólogo en Nutrición Animal
3	Mal estado de las vías de ingreso a la Laguna del Salado	La vía de acceso desde la carretera es de tercer orden; y no existe transporte público que acceda a la Laguna del Salado.
4	Falta de señalización y señal ética en la Laguna del Salado	En la Laguna del Salado no existe señal ética que permita al turista tener información del lugar

2.3.3.1. Priorización de las debilidades

Tabla 22
Priorización de debilidades

ORD.	DEBILIDADES	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Falta de inversión en la actividad turística del Cantón por parte del GAD.	x		
2	La unidad de turismo del GAD atiende una persona que no tiene especialidad en turismo	x		
3	Mal estado de las vías de ingreso a la Laguna del Salado		x	
4	Falta del estudio de límites de cambio aceptables del lugar	x		

2.3.4. Amenazas

Tabla 23
Amenazas

ORD.	AMENAZAS	JUSTIFICACIÓN/OBSERVACIÓN
1	Otros atractivos cercanos constituyen competencia para la Laguna del Salado	Existen atractivos turísticos cercanos que ofrecen mejores condiciones y servicios e infraestructura turística
2	Bajo presupuesto designado por el Gobierno hacia los GAD de la provincia y del cantón.	El presupuesto designado a los GAD cantonales es bajo y no permite realizar proyectos turísticos en el lugar
3	Nuevas tendencias turísticas hacia la preferencia de la práctica de deportes extremos	En la Laguna no se han realizado actividades de deportes extremos ya que se necesita de inversión para realizar estas actividades
4	Inseguridad por la presencia de refugiados colombianos	La presencia de refugiados colombianos en el Cantón ha generado inseguridad

2.3.4.1. Priorización de las amenazas

Tabla 24
Priorización de amenazas

ORD.	AMENAZAS	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 5	MEDIA 3	BAJA 1
1	Competencias en turismo con otros atractivos cercanos		X	
2	Bajo presupuesto designado por el Gobierno hacia los GAD		X	
3	Nuevas tendencias turísticas hacia deportes extremos			X
4	Inseguridad por la presencia de refugiados colombianos		X	

2.3.5. Matriz FODA

Tabla 25
Matriz FODA

	ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO
	FORTALEZAS		OPORTUNIDADES
F1	Participación Ciudadana en actividades turísticas deportivas de natación en la Laguna del Salado.	O1	Interés de los turistas nacionales por el turismo alternativo
F2	Existen varias asociaciones en el Cantón que están inmersas en actividades turísticas	O2	Estudios de flora y fauna del sector por parte de fundaciones
F3	Disponibilidad de recursos hídricos que abastecen a la Laguna del Salado	O3	Apoyo de instituciones educativas en realizar proyectos turísticos de mejoramiento
F4	Biodiversidad de flora y fauna en la Laguna del Salado	O4	Ampliación de la vía E35 a 4 carriles
	DEBILIDADES		AMENAZAS
D1	Falta de inversión en la actividad turística del Cantón por parte del GAD	A1	Competencias en turismo con otros atractivos cercanos
D2	La unidad de turismo del GAD es administrada por una persona que no es un profesional en turismo	A2	Bajo presupuesto designado por el Gobierno hacia los GAD
D3	Mal estado de las vías de ingreso a la Laguna del Salado	A3	Nuevas tendencias turísticas hacia deportes extremos
D4	Falta del estudio de límites de cambio aceptables del lugar	A4	Inseguridad por la presencia de refugiados colombianos

Tabla 26
Análisis F-O

F-O Correspondencia o relación recíproca		ANÁLISIS SITUACIONAL				TOTAL
		O1	O2	O3	O4	
PONDERACIÓN DE LA RELACIÓN: En qué grado la fortaleza F nos permitiría aprovechar la oportunidad O ALTA = 5 BAJA = 1 MEDIA = 3 NULA = 0		Interés de los turistas nacionales por el turismo alternativo	Estudios de flora y fauna del sector por parte de fundaciones	Apoyo de instituciones educativas en realizar proyectos de mejoramiento	Ampliación de la vía E35 a 4 carriles	
F1	Participación Ciudadana en actividades turísticas deportivas en la Laguna del Salado.	5	1	5	3	11
F2	Existen varias asociaciones en el Cantón que están inmersas en actividades turísticas	5	5	5	0	15
F3	Disponibilidad de recursos hídricos que abastecen a la Laguna del Salado	3	5	1	1	9
F4	Biodiversidad de flora y fauna en la Laguna del Salado	5	5	3	0	13
TOTAL		18	16	14	4	

Tabla 27
Análisis D-A

D-A Correspondencia o relación recíproca		ANÁLISIS SITUACIONAL				TOTAL
		A1	A2	A3	A4	
PONDERACIÓN DE LA RELACIÓN: En qué grado la debilidad D nos hace vulnerables a la amenaza A ALTA = 5 BAJA = 1 MEDIA = 3 NULA = 0		Otros atractivos cercanos constituyen competencia para la Laguna del Salado	Bajo presupuesto designado por el Gobierno hacia los GAD de la provincia y del cantón.	Nuevas tendencias turísticas hacia deportes extremos	Inseguridad por la presencia de refugiados colombianos	
D1	Falta de inversión en la actividad turística del Cantón por parte del GAD.	5	5	5	1	16
D2	La unidad de turismo del GAD atiende una persona que no tiene especialidad en turismo	3	3	1	0	7
D3	Mal estado de las vías de ingreso a la Laguna del Salado	3	5	1	0	9
D4	Falta del estudio de límites de cambio aceptables del lugar	5	5	1	0	11
TOTAL		16	18	8	1	

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Estudio de la Oferta

3.1.1. Descripción del producto y/servicio

La Laguna El Salado siendo un recurso turístico del cantón Montúfar que posee mayor diversidad de flora y fauna endémica e introducida se busca que se potencialice turísticamente, entre los principales servicios que ofrece en la actualidad está el paseo en botes por la laguna, la realización de eventos y capacitaciones que se llevan a cabo en el aula taller existente, servicios higiénicos y en eventos las asociaciones de artesanías, gastronomía y guianza ofrecen sus diferentes productos y servicios.

3.1.2. Determinación población de estudio de la oferta

Para determinar la población de la oferta del presente proyecto se va a enfocar en tres sectores estratégicos: el primero es el GAD del Cantón Montufar representado por el Sr. Técnico, Edison Jiménez quien es la personas que está directamente encargado del desarrollo de la actividad turística del lugar y es una fuente importante para obtener información, como segundo a las asociaciones de gastronomía, artesanías y guianza representadas por su presidente el Sr. Elías Chamorro de quien se obtendrá información acerca de los distintos servicios que ellos ofrecen y si cuentan con algún tipo de apoyo para el desenvolvimiento de las actividades que realizan, el tercero es el área de planificación de destinos turísticos de la Zona 1, a cargo del Sr. Santiago Salazar que es el analista de planificación que trabaja en la dependencia del Ministerio de Turismo en la ciudad de Ibarra a través de quien se obtendrá información sobre la importancia que tienen los recursos turísticos de la provincia del Carchi y la manera en que el MINTUR pretende potencializar la actividad turística en la zona; y como cuarto sector, están las Instituciones de Educación Superior de las Provincias de Imbabura y Carchi con cuyos docentes de las Escuelas de Turismo se hablará acerca del apoyo que brindan las instituciones a

estudiantes y docentes para implementar proyectos turísticos en la zona y la aceptación que tienen estos por las comunidades.

Tabla 28
Asociaciones del Cantón Montúfar

N°	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN	PERSONA DE CONTACTO	PARROQUIA	COMUNIDAD
1	Aso. "El Legendario Paraíso Escondido"	Sr. Julio Paguay	La Paz	Pizán
2	Aso. "Laguna del Salado El Ejido"	Sra. Celia Pusda	Cristóbal Colón	El Ejido
3	Aso. "Guardianes Ambientales de Montúfar"	Sr. Wilson Chulde	Cristóbal Colón	Cumbaltar
4	Aso. "Nuevas Alianzas"	Sr. Vicente López	Piartal	San Pedro y Piartal
5	Aso. "Ceja de Montaña"	Sr. Oswaldo Obando	Fernández Salvador	San Francisco de la Línea Roja
6	Aso. "Salvemos el Bosque de los Arrayanes"	Sr. José Lucero	San José	Monteverde
7	Aso. "San Gregorio"	Lic. Guillermo Flores	Chitán de Navarretes	Chitán de Navarretes

3.1.3. Instrumento de recolección de información

El instrumento de recolección de información serán las entrevistas que se va a realizar a cada uno de los especialistas que tienen conocimiento e interés acerca del lugar de estudio:

- **Técnico de la Unidad de Turismo del GAD de Montúfar:** Tnlgo. Edison Jiménez
- **Analista de Planificación de Destinos Turísticos Zona 1:** Ing. Santiago Salazar
- **Director de la Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras (GESTUR) de la PUCE-SEDE IBARRA:** Ing. Agustín Carrión

3.1.4. Situación de la oferta actual

Tnlgo. Edison Jiménez

Pregunta: En la actualidad, ¿cómo se está manejando el turismo a nivel cantonal y en que esta trabajando el GAD para fomentar la actividad turística?

Respuesta: Para el Técnico de la Unidad de Turismo del GAD de Montúfar es importante trabajar en el turismo ya que el cantón cuenta con importantes recursos turísticos como la Laguna del Salado, el Bosque de los Arrayanes, la Cascada de Paluz, la ciudad de San Gabriel, entre otros pero es importante empezar a potencializar los recursos de mayor importancia, para lo cual ha trabajado en diferentes actividades entre las mas importantes son las ferias gastronómicas que se realizan en fechas específicas del año como son feriados y fiestas del cantón, es trascendental destacar además las fiestas culturales como el baile de los inocentes en el mes de enero que por su valor cultural, otro evento es la elección del cuy mejor vestido que se lo realiza el segundo sábado del mes de mayo por conmemorar el día de la madre, así como el carnaval en la Laguna del Salado que tiene gran acogida en el feriado, entre otras.

De acuerdo con Edison ha sido complicado trabajar con las diferentes asociaciones por lo cual el GAD ha puesto interés en las que están mejor organizadas como son las de gastronomía y su apoyo en la actualidad está centrado en estas personas, además la Laguna del Salado es un recurso donde ha existido mayor inversión por la implementación de un parque infantil, una cancha de básquet, un aula de usos múltiples y baños, y ha existido un apoyo para las personas que se encargan del alquiler de los botes que además por parte de ellos ha existido inversión personal para mejorar los servicios.

Ing. Santiago Salazar

Pregunta: El Ministerio de Turismo, ¿cómo se está manejando el turismo a nivel regional y que se está realizando para fomentar la actividad turística?

Respuesta: Según Santiago en el Ministerio de Turismo en los últimos años se ha enfocado en potencializar a la Provincia de Imbabura, mientras que en la provincia del Carchi se han realizado pocos proyectos enfocados al turismo. El inventario de atractivos turísticos en el Carchi no se ha actualizado desde el año 2011 lo cual no permite tener información real acerca del estado de los atractivos existentes, para Santiago es importante mantener los recursos turísticos naturales en su estado natural evitando alterar el ecosistema de los lugares; por lo cual de acuerdo a él en la Laguna del Salado se deben implementar actividades que no ocasionen un impacto ambiental negativos por la variedad de flora y sobre todo fauna que existe como el kayak y actividades deportivas familiares, además de mejorar los servicios existentes como son los botes, además menciona que no trabajan directamente con los GAD's cantonales del Carchi por lo cual no están al tanto acerca de proyectos que estén implementando las unidades turísticas.

Ing. Agustín Carrión

Pregunta: Usted como especialista en turismo y docente universitario, ¿Cómo cree que se pueda fomentar el turismo en la Laguna del Salado?

Respuesta: De acuerdo con Agustín Carrión es importante tomar en cuenta la riqueza turística que tiene el cantón Montúfar, entre estos la Laguna del Salado cuenta con una riqueza natural única por las especies de aves con las que cuenta y para esto es importante tomar en cuenta el conteo de aves que se hace a nivel de la provincia del Carchi en el mes de diciembre de cada año.

Además mencionó que alrededor de la laguna existen diferentes atractivos turísticos que se pueden incluir en una ruta, como el bosque de los arrayanes que es un claro ejemplo de la riqueza con la que cuenta el cantón por su especie única de este árbol, ya que a nivel de américa solo hay en Ecuador y Argentina, otro atractivo de importancia es la Cascada de Paluz y también tomar en cuenta a la ciudad de San Gabriel por su riqueza patrimonial, además de incluir a la Gruta de la Paz por su afluencia de turistas.

Según el experto existe diferentes actividades que se pueden realizar en la Laguna del Salado como aviturismo, camping, cabalgatas, fotografía, guianza y mejorar el servicio de pase en botes que se ofrece en la actualidad, y de esta manera incentivar a la población a la participación en la oferta de estas actividades, así como la creación de un centro de interpretación de aves para aprovechar el espacio físico que existe en el lugar. Además se debe tomar en cuenta las actividades que desarrolla el GAD en temporadas altas como en carnaval y en las fiestas del cantón donde se realizan diferentes eventos, estas temporadas se pueden tomar como referencia para incentivar a la realización de actividades y eventos que fomenten la actividad turística.

Al ofertar actividades y los servicios en los atractivos turísticos se puede crear una ruta turística que pueda ser la imagen del cantón Montúfar donde se incluyan sus atractivos turísticos y que las asociaciones puedan ofertar sus servicios de gastronomía, guianza y venta de artesanías típicas de la localidad. Para Agustín Carrión es importante que el GAD pueda trabajar con una operadora turística que oferte los atractivos turísticos del cantón por la acogida que tienen estas empresas a nivel nacional, puede ser esta una forma de vender al cantón como destino turístico.

3.1.5. Análisis de la competencia

3.2. Estudio de la Demanda

Se determina a través de las necesidades que tienen los consumidores, para establecer el perfil del turista potencial que visitará la Laguna del Salado a través de una encuesta a los visitantes, y que a través de sus resultados se puede obtener información relevante para el desarrollo de la propuesta

3.2.1. Determinación del Universo o población de estudio de la demanda

Para determinar la demanda del presente proyecto se ha tomado en cuenta como población a los turistas que llegan a visitar la Gruta de la Paz, por lo cercanía del atractivo y por el registro de visitantes que se maneja en el lugar ya que esto nos determina los posibles turistas que visitarían la Laguna del Salado, ya que en lugar no se maneja un registro.

3.2.2. Determinación de la muestra

La población que se va a tomar en cuenta para el presente estudio es de los 10.000 turistas al año que visitan el Santuario Nacional Gruta de la Paz:

$$\frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Nomenclatura:

N = Tamaño de la población

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno Q=1-P

Z² = Nivel de confianza

E = Margen de error permitido

Q = 50

$$\frac{2^2 * 50 * 50 * 10000}{2^2 (10000 - 1) + 2^2 * 50 * 50}$$

$$\frac{100000000}{39996 + 10000}$$

$$200.02 = 200$$

3.2.3. Técnicas de muestreo

Para el presente estudio se realizará la técnica probabilística de muestreo aleatorio simple para determinar la muestra de acuerdo con la población finita; para determinar el perfil del turista de la Laguna del Salado.

3.2.4. Instrumento de recolección de información

En instrumento para la recolección de la información es la encuesta en la cual se detallan los datos informativos de los turistas, los motivos de visita y su satisfacción con los servicios que se ofrecen en el lugar.

Las encuestas se realizarán en la Laguna del Salado a los turistas que lleguen al lugar en un fin de semana; desde el viernes a domingo en el mes de agosto del 2016; en un período de 6 horas diarias.

3.2.4.1. Encuesta Demanda

ENCUESTA A TURISTAS

Objetivo: Determinar el perfil del posible turista que visitaría la Laguna del Salado a través de la identificación de sus requerimientos al asistir a un atractivo turístico mediante de la formulación de preguntas a los turistas de la Gruta de la Paz.

1. Datos:

4.2. Género

M () F ()

4.2. Edad:

18-25 () 26-35 () 36-45 () 46-55 () más de55 ()

4.2. Procedencia:

Ibarra

Quito

Guayaquil

Otros

4.2. ¿Estaría dispuesto a realizar otro tipo de actividades en lugares cercanos?

SI

NO

Instrucción: A continuación se presentan 8 ítems para realizar un estudio de las potencialidades turísticas de la Laguna del Salado y su desarrollo en la comunidad

2. ¿En sus viajes hacia la Provincia del Carchi que atractivos turísticos ha podido visitar?

Cementerio de Tulcán

Aguas hediondas de Tufiño

Laguna del Salado

Gruta de la Paz

Reserva Ecológica El Ángel

3. ¿Con que frecuencia usted viaja hacia la Gruta de la Paz?

Diaria

Semanal

Mensual

Ocasional

3.2.5. Situación de la Demanda actual

Se determinó que gran cantidad de turistas están dispuestos a realizar otro tipo de actividades y a conocer la Laguna del Salado que es el objetivo principal.

Tabla 29
Género

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	88	44%
Femenino	112	56%
Total	200	100%

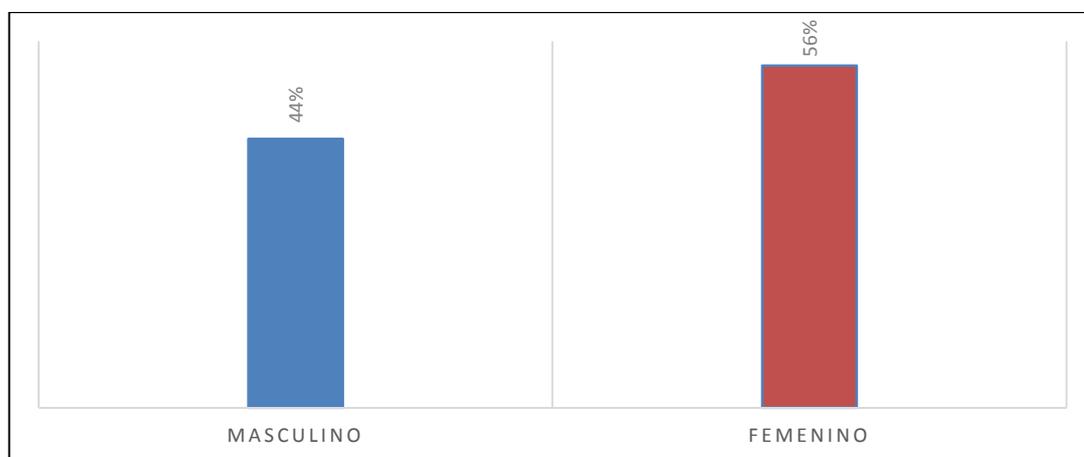


Figura 5 Género

Para establecer la edad de los turistas que llegan a la Gruta de la Paz se identificó rangos de edades para facilidad de la tabulación, las cuales están en rangos desde 18-25 años y desde 26 años hasta 55 rangos de 10 años, y el último es más de 55.

Tabla 30
Edad

	Frecuencia	Porcentaje
18-25	8	4%
26-35	38	19%
36-45	52	26%
46-55	61	31%
más de 55	41	21%
Total	200	100%

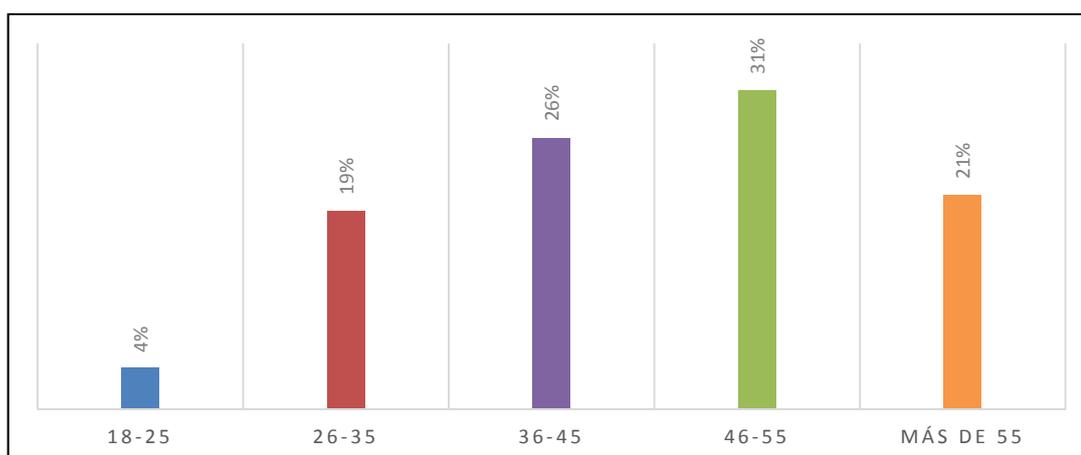


Figura 6 Edad

La afluencia de turistas de diferentes edades a partir de los 26 años de edad nos permite determinar las distintas actividades que se pueden ofertar en el lugar y los servicios tomando en cuenta los requerimientos y las preferencias de los turistas de los rangos de edades con mayor porcentaje presentado en las encuestas como son los de 46-55 y los de 36 a 45.

Se determinó que para establecer la procedencia de los turistas se va a tomar en cuenta la misma provincia del Carchi y las zonas más cercanas como son Ibarra y Quito, se incluye Guayaquil por las tendencias de viajes hacia Colombia, y para ampliar los resultados se da la opción de otros donde en la encuesta física se especificó su procedencia.

**Tabla 31
Procedencia**

	Frecuencia	Porcentaje
Carchi	32	16%
Ibarra	69	35%
Quito	71	36%
Guayaquil	13	7%
Otros	15	8%
Total	200	100%

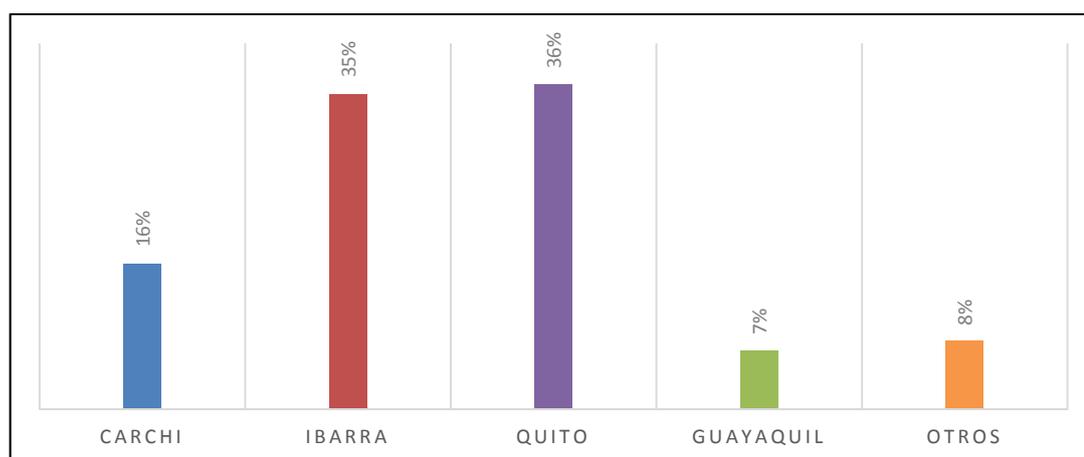


Figura 7 Procedencia

Los turistas de Ibarra y Quito son los que más acuden hacia la Gruta de la Paz con el 36% y 39% respectivamente por lo cual este es el mercado al que se debe apuntalar, mientras que existe un 16% de turistas de la misma provincia de visitan ese atractivo, y en cuanto a Guayaquil hay un 7% de turistas por las tendencias de viaje, en otros hay un 8% entre ellos existe gran cantidad de turistas que llegan desde Otavalo, Cayambe y desde Colombia. Por lo cual los itinerarios y actividades deben estar de acuerdo a la disponibilidad de tiempo que tengan las personas por su lugar de procedencia; siendo un factor importante el tiempo de viaje desde su lugar de origen hasta su lugar de llegada que es la Laguna del Salado.

En la pregunta 4, se requiere identificar la disponibilidad que tienen los turistas para realizar otro tipo de actividades en lugares cercanos, para identificar si ellos están dispuestos a visitar otros lugares a parte de la Gruta de la Paz en su viaje.

**Tabla 32
Disponibilidad**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	192	96%
NO	8	4%
Total	200	100%

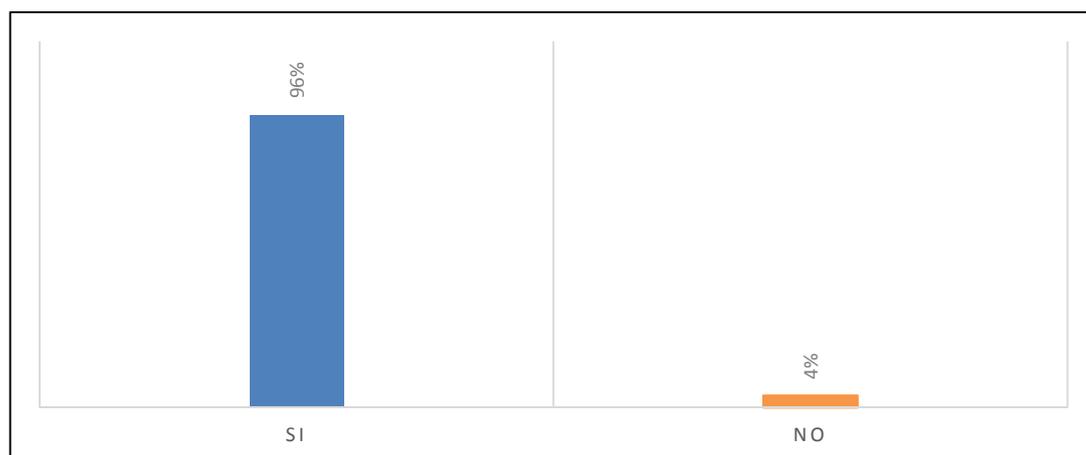


Figura 8 Disponibilidad

De los 200 turistas encuestados, el 96% mencionó que si está dispuesto a realizar otro tipo de actividades, especificando que estas serían en lugares cercanos, mientras que un 4% de ellos no estaban dispuestos por motivos de tiempo, esto indica que en la Laguna del Salado se necesitan implementar actividades alternativas para los turistas que permitan aprovechar su visita.

Para identificar los atractivos turísticos que son más visitados por los turistas se identificó potenciales turísticos a nivel de toda la provincia del Carchi como el Cementerio de Tulcán, las Aguas Hediondas de Tufiño, la Gruta de la Paz, la Reserva Ecológica “El Ángel” y la Laguna del Salado para tener referencia de acogida del lugar.

Tabla 33
¿Qué atractivos turísticos ha podido visitar?

Atractivos	Frecuencia	Porcentaje
Cementerio de Tulcán	121	61%
Aguas de Tufiño	32	16%
Laguna del Salado	12	6%
Gruta de la Paz	200	100%
Reserva Ecológica “El Ángel”	18	9%

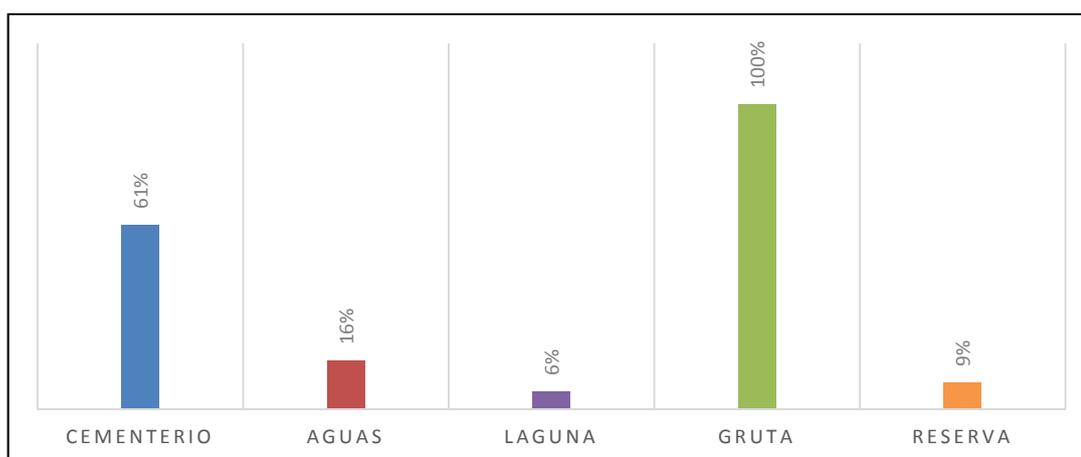


Figura 9 ¿Qué atractivos turísticos ha podido visitar?

Los atractivos turísticos de la provincia del Carchi que más visitan los turistas es la Gruta de la Paz con el 100%, otro atractivo es el Cementerio de Tulcán por su renombre a nivel nacional y por ser un lugar representativo de la Provincia, las Aguas Hediondas de Tufiño y la Reserva Ecológica “El Ángel” con el 16% y 9% respectivamente, mientras que la Laguna del Salado ha sido visitada por un 6% del total de los turistas que visitan la Gruta de la Paz, con estos datos se puede identificar las preferencias que tienen los turistas en su visita a la provincia por lo cual, en la Laguna del Salado se debe ofertar al turista diferentes actividades y servicios que logren cumplir sus expectativas.

Para determinar la frecuencia de viaje de los turistas hacia la Gruta de la Paz se identificó 4 variables, diaria, semanal, mensual y ocasional, en la última se identifica a las personas que visita el lugar por primera vez o lo hacen quizá de 2 a 3 veces al año.

Tabla 34
Frecuencia de viaje

	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	3	2%
Semanal	22	11%
Mensual	56	28%
Ocasional	119	60%
Total	200	100%

Se determinó que la mayor frecuencia de viaje es de manera ocasional con el 60% de los encuestados que son quienes viajan con una frecuencia mayor a un mes,

es decir que la mayor cantidad de turistas están visitando por primera vez el lugar o su frecuencia de viaje es aproximadamente anual, este es un factor importante ya se va a trabajar en la realización de eventos que tengan mayor acogida en días festivos para poder aprovechar el tiempo de los turistas.

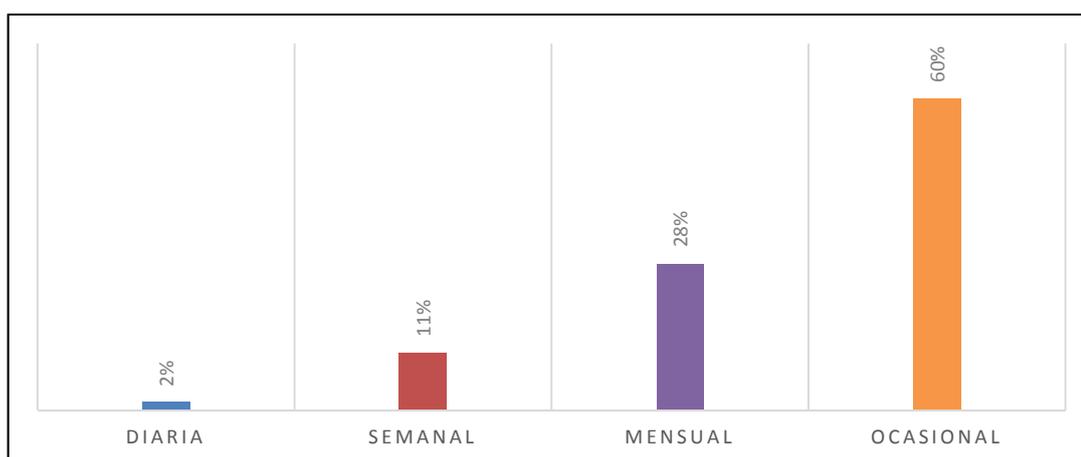


Figura 10 Frecuencia de viaje

Un factor importante en una encuesta es tener el dato sobre las personas con las que el turista viaja, para lo cual las variables son solo, con su pareja, con familia y amigos, y además se pidió mencionar la cantidad de personas para tener datos más exactos.

Tabla 35
¿Con quién suele viajar?

	Frecuencia	Porcentaje
Solo	2	1%
Pareja	61	31%
Familia	93	47%
Amigos	44	22%
Total	200	100%

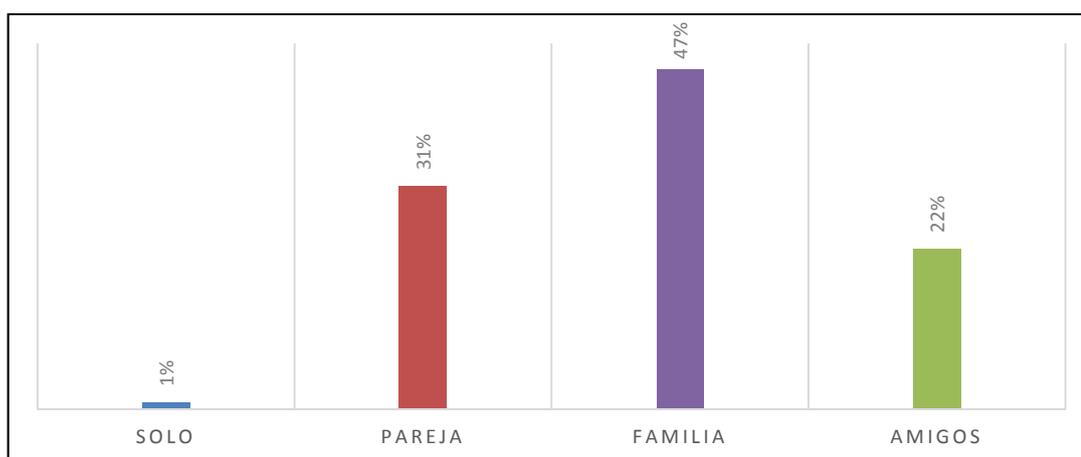


Figura 11 ¿Con quién suele viajar?

De los turistas encuestados el 47% de ellos viaja con su familia entre la cantidad esta entre 3 a 5 personas, un 31% de los turistas viajan con sus parejas es decir son dos personas, y un 22% lo hacen con amigos entre un número de 3 a 5 personas, por lo cual el turismo en este sector estaría enfocado a grupos de familia y amigos.

Existen diferentes motivos de viaje por los que llegan al lugar; para lo cual se identificó 4 variables importantes como son salud, turismo, comercio y trabajo, y en la última donde de otros se podrán mencionar otras motivaciones de los turistas.

Tabla 36
Motivo del viaje

	Frecuencia	Porcentaje
Salud	45	23%
Turismo	82	41%
Comercio	31	16%
Trabajo	6	3%
Otro	36	18%
Total	200	100%

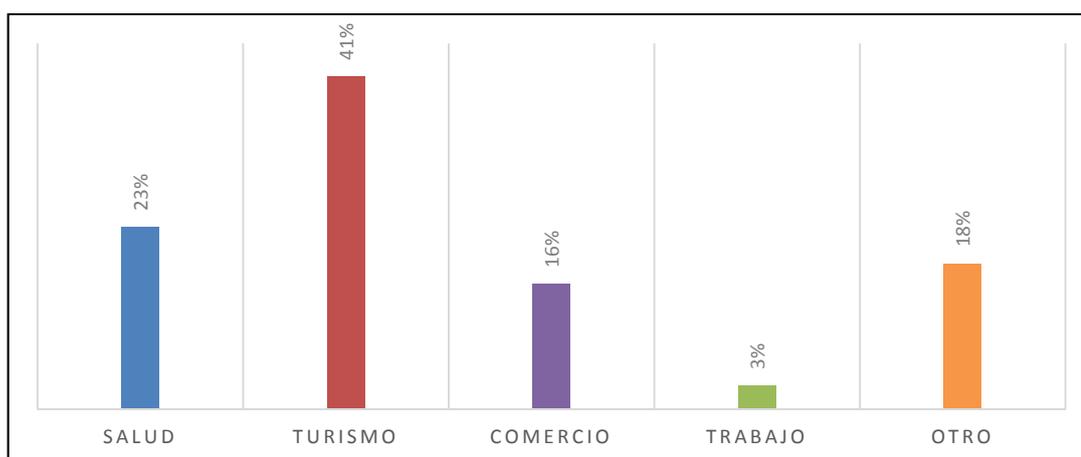


Figura 12 Motivo de viaje

El principal motivo de viaje de los turistas hacia el atractivo turístico de la Gruta de la Paz es por turismo con un 41% siendo este además por las nuevas tendencias de viaje hacia Colombia, seguido de la salud por los beneficios que tienen las aguas termales con el 23%, mientras que el comercio es otro de los motivos de viaje por las compras en Ipiales y Pasto, mientras que solo el 3% lo hace por trabajo y existe un 18% que lo hacen por otros motivos entre ellos es por visitas a familiares en el lugar. Por lo cual es importante destacar la actividad turística en el sector de manera que las actividades que se realicen en la Laguna del Salado y las rutas que sean programadas estén dirigidas para grupos.

Es necesario tener datos acerca de la disponibilidad que tienen los turistas para visitar la Laguna del Salado.

Tabla 37
¿Visitaría la Laguna del Salado?

	Frecuencia	Porcentaje
SI	198	99%
NO	2	1%
Total	200	100%

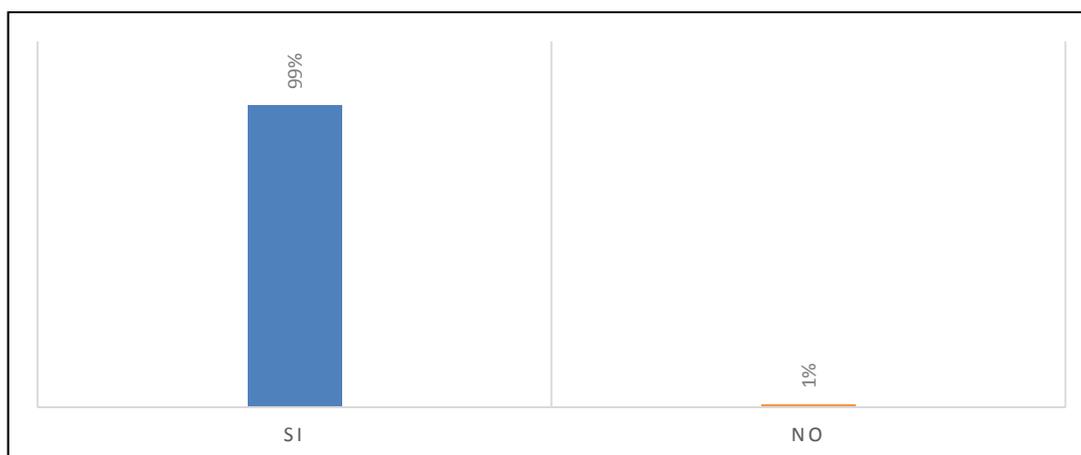


Figura 13 ¿Visitaría la Laguna del Salado?

El 96% de los turistas encuestados si están dispuestos a visitar la Laguna del Salado; por lo cual el proyecto se presenta viable por la disposición de los turistas y de tal manera las actividades que se pretenden implementar serían una fortaleza para potencialización de la Laguna del Salado como un atractivo turístico.

Es importante que a través de las encuestas se puedan identificar actividades que los turistas quisieran realizar en la Laguna del Salado, para lo cual se menciona 3 actividades que se las puede realizar inmediatamente sin necesidad de implementar infraestructura como es el paseo en botes que ya se oferta actualmente

**Tabla 38
Actividades**

	Frecuencia	Porcentaje
Paseo en bote	128	64%
Caminata	165	83%
Deportes acuáticos	115	58%
Avistamiento de aves	132	66%
Otro	55	28%

Entre las principales actividades que los turistas preferirían para realizar en la Laguna del Salado son caminatas alrededor de la laguna, el avistamiento de aves es otra actividad importante por la diversidad de fauna del lugar, el paseo en bote que se ofrece actualmente es la actividad que ha dado mayor impulso a la actividad turística en la Laguna del Salado, los deportes acuáticos que se pueden implementar como el kayak y el ciclismo, por lo cual los turistas están dispuestos a realizar diferentes

actividades en el lugar para que su visita a la Laguna del Saldo tenga variedad de actividades.

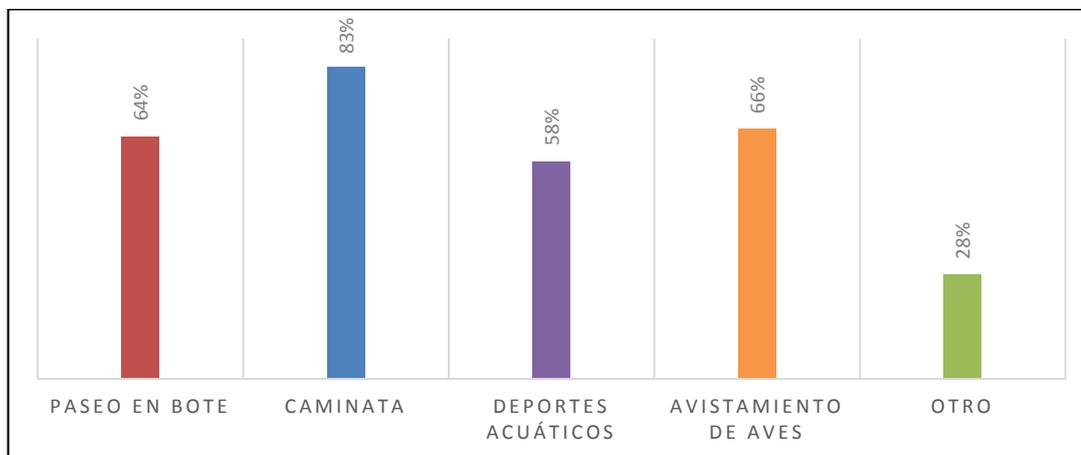


Figura 14 Actividades

El factor del transporte es importante tomar en cuenta por la accesibilidad al lugar, entre las opciones se maneja son auto propio, el alquiler de transporte donde están incluidos los buses o furgonetas de tours programados, el bus público, moto y bicicleta.

**Tabla 39
Transporte**

	Frecuencia	Porcentaje
Auto propio	86	43%
Alquiler	31	16%
Bus público	73	37%
Moto	6	3%
Bicicleta	4	2%
Total	200	100%

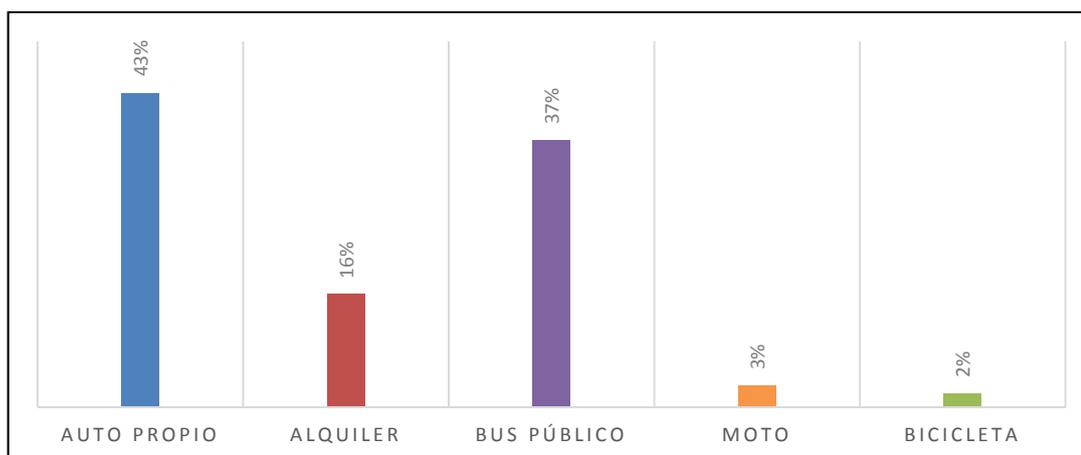


Figura 15 Transporte

De acuerdo con los resultados se puede mencionar que muchos turistas toman transporte propio o alquilado para realizar sus viajes hacia los atractivos turísticos, y una minoría toma el transporte público esto brinda una pauta para que en el presente proyecto se realice la respectiva señalización para el acceso a la Laguna del Salado para que se brinde facilidad a los turistas que no conocen.

La alimentación es un factor importante en la actividad turística, por lo que se formuló la pregunta si creen que es importante el servicio de alimentación en un atractivo natural específicamente.

**Tabla 40
Alimentación**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	131	66%
NO	69	35%
Total	200	100%

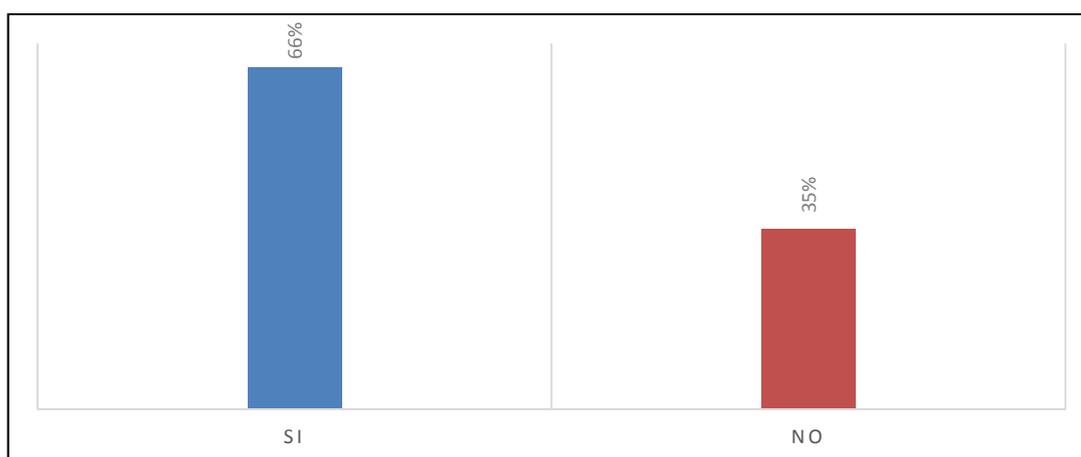


Figura 16 Alimentación

De los turistas encuestados el 66% mencionó que el servicio de alimentación en un atractivo natural si es importante, mientras que el 35% mencionó que no refiriéndose a que no es necesario que exista una infraestructura física que oferte este servicio si no que las personas pueden en el lugar realizar actividades como pic-nic para alimentación al aire libre.

Es importante conocer si los turistas tienen conocimiento acerca de las rutas que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar a través de la Unidad de Turismo ha implementado para fomentar la actividad en el sector.

Tabla 41
Ruta

	Frecuencia	Porcentaje
SI	196	98%
NO	4	2%
Total	200	100%

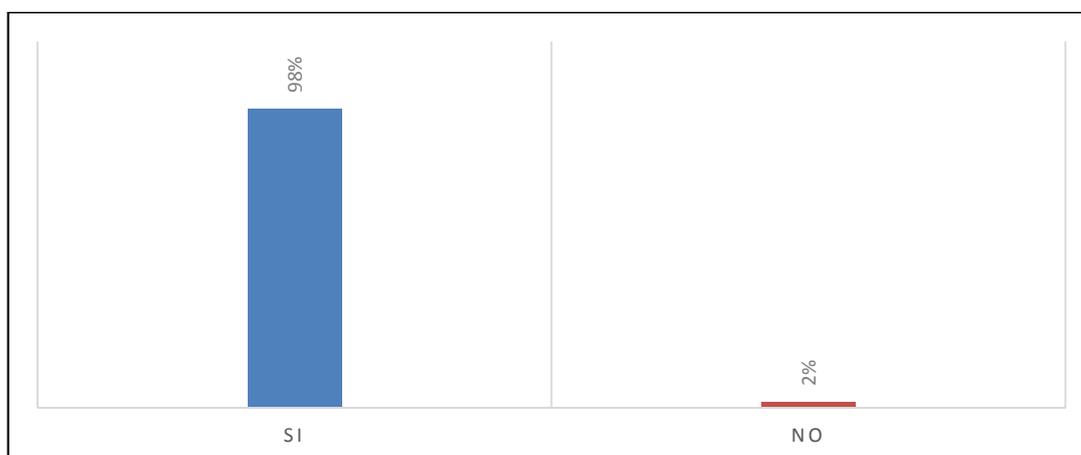


Figura 17 Ruta

Los turistas tienen nulo conocimiento acerca de las rutas turísticas que existen en el cantón ya que el 98% de ellos no saben acerca de la existencia de ellas, mientras que solo el 2% es decir 4 turistas conocen una ruta que es la cultural donde se incluye a la Gruta de la Paz y a la ciudad de San Gabriel.

3.2.6. Definición del perfil del cliente

Se determinó que los turistas de mayor afluencia al lugar están desde los 26 años en adelante, y vive en Quito e Ibarra sin dejar de lado que hay una proporción de turistas de la misma provincia con una frecuencia de viaje ocasional usando como medio de transporte auto propio y el bus público. Su principal motivo de viaje es el turismo y la salud por lo que viajan con las familias y están dispuestos a realizar una variedad de actividades en la Laguna del Salado, y no es indispensable contar con infraestructura física para ofertar servicios de alimentación.

3.3. Análisis de Precios

3.3.1. Determinación de la política de precios

Se realizó un sondeo a través de las encuestas para determinar los gastos que los turistas están dispuestos a realizar en su visita a la Laguna del Salado es principalmente en los paseos en bote con el precio establecido de \$2.50 dos dólares con cincuenta centavos, mientras que en las actividades de caminatas y avistamiento de aves prefieren que existan senderos autoguiados, y para grupos de turistas se plantea que visiten el lugar con guías del lugar y estos tendrían un costo de \$25.00.

Para el ingreso de la Laguna del Salado desde la carretera las personas que no lleguen en auto propio podrán alquilar camionetas que tendrían un costo de \$1.50, el ingreso a la Laguna no tiene costo, por lo cual los gastos que harían los turistas serían mínimos, además en eventos programados en el lugar se ofertará servicio de alimentación y venta de artesanías a través de las asociaciones del cantón con un precio promedio de los platos de \$3.00 a \$5.00, mientras que en las artesanías los valores serán desde \$1.50 y variarán de acuerdo a recuerdo que deseen llevarse los turistas.

3.3.2. Percepción del precio por el consumidor

De acuerdo con las entrevistas y encuestas realizadas a la oferta y demanda se comprobó la satisfacción del cliente en cuanto a los precios de los servicios ofertados, las asociaciones que prestan los servicios de guianza, alimentación, venta de artesanías y el paseo en bote tienen establecidos sus precios y estos son accesibles para los turistas.

3.4. Canales de Distribución

Los principales canales de distribución se analiza de acuerdo a la edad de los turistas y a su motivo de viaje por lo cual uno de los principales canales es el boca a boca, ya que estos generan un mayor impacto a los turistas al momento de realizar un viaje, se toma en cuenta las actuales tendencias que son las redes sociales manejando los estándares de la publicidad BTL; es decir llegar al turista con publicidad creativa, novedosa, es importante además implementar publicidad exterior o vía pública a través de vallas, letreros y usar el transporte público como canal de distribución.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE POTENCIALIDADES TURÍSTICAS

4.1. Actores

4.1.1. Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montúfar

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Montúfar concederá del presupuesto total la cantidad necesaria para desarrollar las capacitaciones a las diferentes asociaciones cantonales con la autorización de realizarlas en las instalaciones del GAD disponibles y promover el desarrollo de eventos ocasionales que se han venido realizando en la Laguna del Salado hace algunos años, además del manejo de medios BTL y distribución masivas de volantes y trípticos que sirvan para publicidad de la marca turística a nivel cantonal y de promoción para los diferentes eventos.

4.1.2. Asociaciones del Cantón Montúfar

Las asociaciones prestadoras de servicios de gastronomía, de guianza y venta de artesanías serán capacitadas para que sus productos y servicios sean de calidad, además de esto se pretende que la comunidad incurriere más en estas asociaciones y que todas estas estén funcionando bajo normativas legales. Se pretende fortalecer a las asociaciones para que estas trabajen de manera conjunta con el GAD cantonal y que en los eventos que se realizan tanto en la laguna como en los diferentes atractivos del lugar estas asociaciones participen de manera activa y que a través de esto se desarrollen económicamente las familias del sector.

4.1.3. Descripción turística de la Laguna del Salado





Figura 18 Cuadrante Laguna del Salado

La Laguna del Salado está dividida en cuatro cuadrantes para poder identificar las potencialidades que puede ofrecer este lugar como atractivo turístico.

<p>A</p> <p>El lado noreste de la Laguna es ideal para tomar fotografías al atardecer desde las 5pm hasta las 6:30 dependiendo del clima, ya que el sol se oculta por el lado oeste y hace que el brillo solar del atardecer se refleje en la laguna y el posar de las aves brinda uno de los mejores paisajes.</p>	<p>B</p> <p>El suroeste de la laguna es perfecto para la observación de la flora del lugar como la totora dentro de la laguna; así como el pino al otro lado del sendero. Además desde este lugar se puede observar los patos andinos y las garzas ya que estas posan toda la mañana allí.</p>
<p>C</p> <p>La parte suroeste está destinada para el paseo en botes; ya que a la orilla se encuentra el muelle de embarque.</p>	<p>D</p> <p>Al noroeste de la laguna se puede observar al amanecer el sol y el posar de las aves desde las 5:30 de la mañana hasta las 7:00, depende mucho del clima del lugar.</p>

4.2. Ruta turística del Cantón Montúfar

Descripción de la Ruta

La ruta es una oportunidad para los amantes a la naturaleza y cultura se requiere de las ganas de disfrutar y aprender de la cultura Pasto y del estupendo paisaje que posee el cantón Montúfar.

DATOS TÉCNICOS:

- Nivel físico: bajo
- Nivel técnico: bajo
- Altura mínima: 2.452 metros sobre el nivel del mar.
- Altura máxima: 3.001 metros sobre el nivel del mar.
- Clima: frío.

PRINCIPALES ATRACTIVOS:

- Ciudad de San Gabriel
- Museo de los Artesanos
- Laguna El Salado
- Bosque de los Arrayanes
- Cascada de Paluz
- Gruta de la Paz

Tomar en cuenta:

- Ropa cómoda y abrigada.
- Zapatos cómodos para caminata
- Chompa impermeable.
- Guantes térmicos.
- Gorra, gafas y protector solar.
- Cámara fotográfica.
- Ropa de recambio (opcional)

Tabla 42
Itinerario de la ruta turística

DÍA/ HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	TIEMPO	RESPONSABLE
07:00	Parque Central de San Gabriel	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Reseña histórica de San Gabriel 	45 min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
07:45	Museo de los artesanos	<ul style="list-style-type: none"> • Guianza en el museo • Desayuno 	1 hora 15min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
09:00	Salida hacia la Gruta de la Paz por el camino asfaltado			
09:30	Llegada a la Gruta de La Paz	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido en la Gruta de la Paz 	1 hora 30min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
11:00	Salida hacia el Bosque de los Arrayanes			
11:30	Llegada al Bosque de los Arrayanes	<ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por el Bosque de los Arrayanes • Relatos de historia de rituales ceremoniales 	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
12:30	Salida a la Laguna del Salado			
13:00	Llegada a la Laguna del Salado	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo • Recorrido en botes • Avistamiento de aves 	2 horas 15 min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
15:30	Salida a la Cascada de Paluz			
16:10	Llegada a la Cascada de Paluz	<ul style="list-style-type: none"> • Caminata a la cascada • Tiempo de recreación 	1 hora	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico
17:10	Salida a San Gabriel			
17:30	Llegada a San Gabriel	<ul style="list-style-type: none"> • Despedida • Entrega de recuerdos y promoción turística. 	10 min	<ul style="list-style-type: none"> • Guía turístico

4.3. Diseño del programa de capacitación

4.3.1. PLAN DE CAPACITACIÓN

PRESENTACIÓN

El Plan de Capacitación de potencialización de la Laguna del Salado, tiene como objetivo capacitar a las asociaciones del cantón Montúfar que prestan servicios de gastronomía, guianza y venta de artesanías.

Brindando así oportunidades de trabajo, de igual forma desarrollando el turismo del cantón Montúfar y la comunidad de El Ejido para que se convierta a futuro en un potencial nacional de turismo.

Justificación

La idea de capacitación surge a partir del desarrollo del presente proyecto, reforzado por las encuestas y entrevistas realizadas, donde se visualiza la falta de personal preparación en el área de turismo.

Esta capacitación se realizara enfocándose al mejoramiento en la calidad de los servicios y productos que ofrecen las asociaciones.

Alcance

El plan de capacitación es de aplicación para todas asociaciones que estén involucradas e interesadas en el desarrollo económico y turístico del lugar.

Objetivos del plan de capacitación

Objetivo General

- Preparar a las asociaciones en el ámbito turístico, mediante capacitaciones de servicio al cliente y turismo, para el desarrollo de la localidad de El Ejido en el turismo

Objetivos Específicos

- Proporcionar información respecto al servicio de clientes y la comunicación asertiva
- Proveer conocimientos acerca de guianza y expresión oral.
- Elevar el nivel de eficiencia individual y rendimiento colectivo.
- Apoyar a las asociaciones y a la comunidad en el desarrollo empresarial.

Acciones a desarrollar

Las acciones para el desarrollo están respaldadas por los temarios que condescenderán a los asistentes a capitalizar los temas, y el esfuerzo realizado; de manera que permita mejorar la calidad de los recursos humanos, para lo cual se considera lo siguiente:

TEMAS DE CAPACITACIÓN**Servicio al cliente**

- Introducción a la calidad de servicio y la atención al cliente
- El profesional de la atención al cliente
- Tipología de clientes
- Quejas y reclamaciones

Liderazgo

- Cómo desarrollar el auto liderazgo
- La misión y el carácter del líder
- Poder y desarrollo de la autoridad
- Toma de decisiones y estilos de liderazgo
- Trabajo en equipo y clima laboral

Técnicas de guiar

- El guía de turismo
- Descripción de flora y fauna del lugar
- Técnicas de guiado pedestre
- La motivación
- Tono de voz
- Especificaciones sobre la comunicación
- Dinámicas de grupos
- Técnicas de coordinación de grupos
- Principios de supervivencia

Manipulación de alimentos

- Introducción
- Contaminación de alimentos
- Enfermedades transmitidas por los alimentos

- Conservación de alimentos
- Higiene y manipulación de alimentos
- Limpieza y desinfección

4.3.2. Descripción del programa de capacitación

La capacitación estarán dirigidas para todas las asociaciones de acuerdo a su actividad y tiene una duración de 8 horas diarias, desde las 8:00 a las 16:00, con una hora de almuerzo de 12:00 a 13:00, que lo dará el GAD.

En los temas de servicio al cliente y liderazgo participan todas las asociaciones ya que son temas de interés general y en manipulación de alimentos y técnicas de guiar participarán las personas interesadas en cada uno de estos temas de acuerdo a su actividad.

Tabla 43
Programa de capacitación

Tema	Horas	Fecha	Responsable	Participantes	Materiales
SERVICIO AL CLIENTE					
Introducción a la calidad de servicio y la atención al cliente	7	21/11/2016			
El profesional de la atención al cliente	4	22/11/2016	Ing. Adriana Pozo	Todas las asociaciones	Computadora, proyector, carpetas, hojas, lapiceros, pizarrón, marcadores, borrador, papelógrafos
Tipología de clientes	3	22/11/2016			
Quejas y reclamaciones	7	23/11/2016			
LIDERAZGO					
Cómo desarrollar el auto liderazgo	2	24/11/2016			
La misión y el carácter del líder	2	24/11/2016	Ing. Oscar Quezada	Todas las asociaciones	Computadora, proyector, carpetas, hojas, lapiceros, pizarrón, marcadores, borrador, papelógrafos
Poder y desarrollo de la autoridad	3	24/11/2016			
Toma de decisiones y estilos de liderazgo	4	25/11/2016			

Continúa 

Trabajo en equipo y clima laboral	3	25/11/1900			
TÉCNICAS DE GUIAR					
El guía de turismo	4	28/11/2016			
Descripción de flora y fauna del lugar	3	28/11/2016			
Técnicas de guiado pedestre	4	29/11/2016			
La motivación	3	29/11/2016	Msc. Agustín Carrión Ing. Adrian Quezada	Asociación de guías del Cantón Montúfar	Computadora, proyector, carpetas, hojas, lapiceros, pizarrón, marcadores, borrador, papelógrafos
Tono de voz	4	30/11/2016			
Especificaciones sobre la comunicación	3	30/11/2016			
Dinámicas de grupos	7	1/12/2016			
Principios de supervivencia	7	2/12/2016			
MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS					
Introducción	3	5/12/2016	Lic. Gonzalo Rubio	Asociaciones gastronómicas del Cantón Montúfar	Computadora, proyector, carpetas, hojas, lapiceros, pizarrón, marcadores, borrador, papelógrafos
Contaminación de alimentos	4	5/12/2016			

Continúa 

Enfermedades transmitidas por los alimentos	7	6/12/2016
Conservación de alimentos	7	7/12/2016
Higiene y manipulación de alimentos	7	8/12/2016
Limpieza y desinfección	7	9/12/2016

4.4. Implementación de señalética

4.4.1. Pictogramas

<p>Pictogramas Atractivos Naturales y Culturales</p>	 <p>Lago / Laguna</p>	 <p>Observación de Aves</p>
 <p>Observación de Aves Acuáticas</p>	 <p>Sendero</p>	 <p>Artesanías Andes</p>

Fuente: (INEN, 2011)

<p>Pictogramas Actividades Turísticas</p>	 <p>Kayak</p>	 <p>Caminata</p>
 <p>Escursión</p>	 <p>Pic Nic</p>	 <p>Ciclismo Turístico</p>

 <p>Paseo en Caballo</p>	 <p>Camping</p>	
---	--	--

Fuente: (INEN, 2011)

<p>Pictogramas de Servicio de Apoyo y de Restricción</p>	 <p>Basurero</p>	 <p>Servicios Higiénicos H</p>
 <p>Servicios Higiénicos M</p>	 <p>Restaurante</p>	 <p>Juegos Infantiles</p>
 <p>No pisar</p>	 <p>No arrojar basura</p>	 <p>No Recolectar Flora y Fauna</p>

Fuente: (INEN, 2011)

4.4.2. Formato de pictogramas

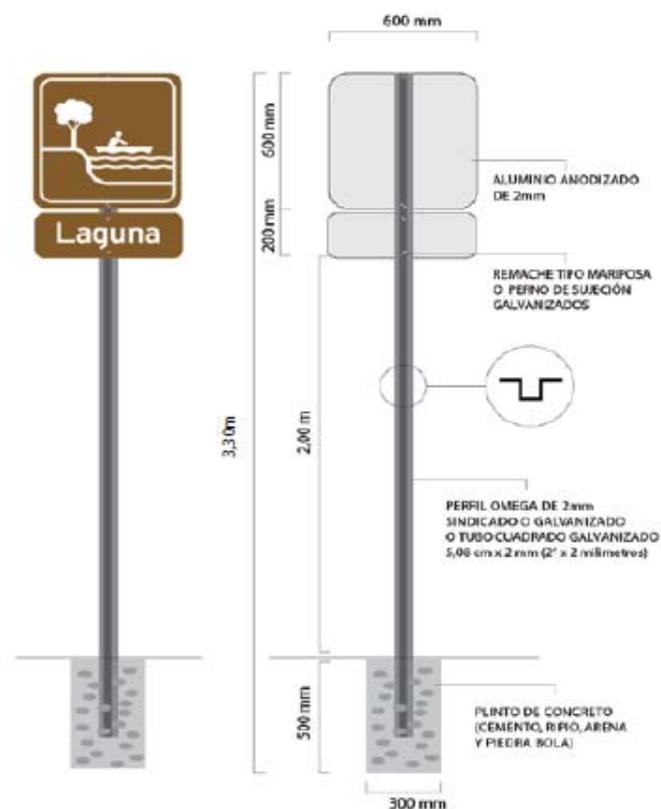


Figura 19 Formato de pictograma con poste

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2011, pág. 73)



Figura 20 Modelo de tótems

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2011, pág. 78)

4.5. Tótems informativos de flora y fauna

En estos tótems se imprime la información acerca de la flora y fauna más importante que existe en la Laguna del Salado para que sea un sendero auto guiado,

se usará bases de hormigón armado, estructura de madera y acrílico para cubrir la información que es impresa en vinil adhesivo.

Modelo 1

El primer modelo de panel informativo será para explicar acerca de las aves que existen en la Laguna del Salado, se detalla información acerca de su nombre común, nombre científico, hábitat, alimentación, descripción y reproducción; y además se coloca una foto de la especie para poder reconocerla.

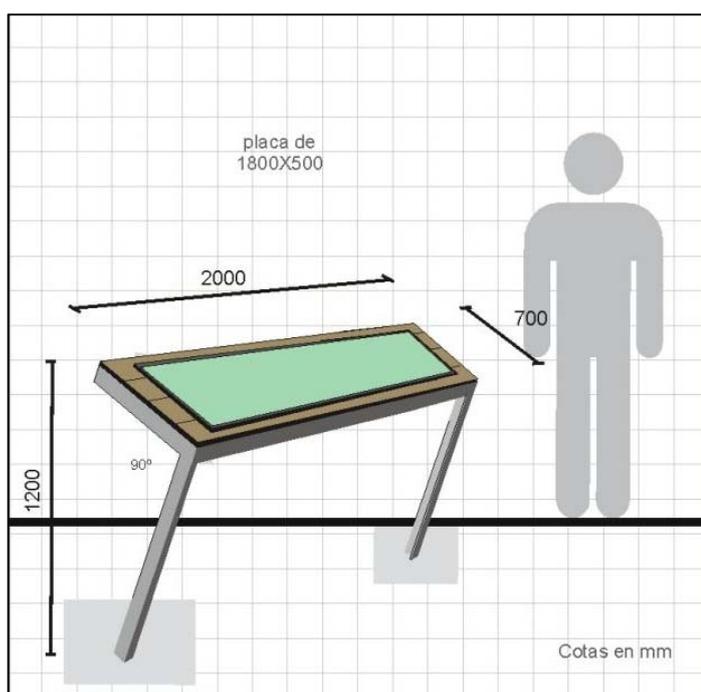


Figura 21 Modelo 1 tótem

Fuente: (RULL, 2016)

Tabla 44 Avifauna

GARCETA BUEYERA

Nombre Científico: *Bubulcus Ibis*

Hábitat: Pastizales y lugares donde predomina la hierba no muy alta

Elevación: Normalmente se mantiene desde el nivel del mar hasta los 2200 m, aunque se documenta hasta los 4500 m.

Descripción: El plumaje es blanco durante la temporada que no es de cría, luego muda su color a castaño en su cabeza y pecho mientras se aproxima la nidada. En las hembras durante los días de celo sus patas y la base de su pico cambian a color rojizo, y durante el resto del año son de color amarillo.

Continúa ➡

Llega a medir de 46 a 53cm, los machos son más grandes y logran pesar 390gr, mientras que las hembras pesan 340gr.

Alimentación: Normalmente se alimentan de bichos que encuentran en la tierra.

Reproducción: Anidan en colonias donde llegan miles de parejas, prefiere anidar encima de los árboles que estén cercanos a ríos y lagos, construyen los nidos en ramas que extienden sobre el agua. Ponen entre uno a nueve huevos color celeste o azul verdoso pálido, la incubación toma entre 21 a 25 días y sus pichones dejan el nido a los 45 días.

Fuente: (Jiménez M. , 2016)



TÓRTOLA OREJUDA

Nombre Científico: *Zenaida Auriculata*

Hábitat: Forrajean en hábitats abiertos buscando granos, semillas y frutas.

Descripción: Es de color gris pardos con tonos rosados en su pecho, tiene su pico negro, patas rosadas y entre dos y seis puntos negros distintivos en las alas, además tiene una marca negra alargada en las orejas, sus plumas internas son de color marrón oscuro.



Es de tamaño pequeño, alcanza a los 25 cm, es una especie común que se la ve posada en cables o en ramas de los árboles.

Alimentación: Se alimentan de granos que requieren gran cantidad de agua, toman agua en un volumen de hasta el 15% de su peso a diario, toman el agua sumergiendo el pico y absorbiendo.

Reproducción: En los rituales de apareamiento el macho camina alrededor de la hembra, bajando y subiendo el cuello y con sus plumas infladas, algunos hacen su nido encima de otros nidos anteriores de otras especies, lo construyen en 2 a 4 días, el macho trae los materiales y la hembra lo construye. Durante los meses de reproducción de dos a tres puestas de huevos en cada una, sus huevos son blancos y lisos, y durante la incubación permanece muy quieta en su nido, y cuando los pichones han crecido los obliga a abandonar el nido a picotazos y a buscar su independencia.

Fuente: (Opepa, 2016)

Continúa ➡

LECHUZA CAMPANARIA

Nombre Científico: *Tyto alba*

Hábitat: Habita en campos de vegetación no muy densa como campos de sembrados, praderas con árboles, bosques con árboles altos y zonas urbanas.

Descripción: Esta lechuza se la encuentra en todos los continentes, excepto la antártica, esta lechuza descansa en el día por lo general en los huecos altos de los árboles o grietas de las rocas además es común encontrarlas en los campanarios de las iglesias de pueblo; y por la noche sale a cazar

Alimentación: Su alimentación consiste en animales pequeños como ratones, ratas, lagartos y ranas, además de pequeñas aves y murciélagos que atrapa en el vuelo.

Reproducción: Es usual que las parejas de lechuzas estén juntas para toda la vida, su nido es un rincón oscuro en el hueco de un árbol, entre las rocas o en el desván de una casa; su nidada es de entre 4 a 7 huevos, a pesar que cuando hay muchos ratones llega a anidar has 15 huevos. La incubación toma un mes y lo hace la hembra, y el macho trae la alimentación durante ese tiempo, sus pichones permaneces a lado de la madre por dos meses, durante el siguiente mes la madre los alimenta pero fuera del nido y después la madre los espanta para que se independicen.

Fuente: (SEO/BirdLife, 2016)

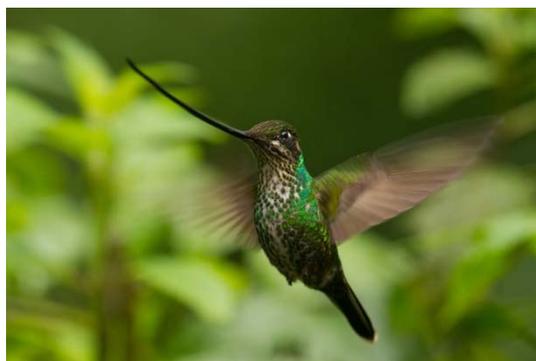


COLIBRÍ PICO ESPADA

Nombre Científico: *Ensifera Ensifera*

Hábitat: Habita en dosel y bordes de los bosques, arbustos secundarios, matorrales y parches arbustivos en las zonas templadas cerca del páramos.

Descripción: Esta especie tiene el pico de ave más largo del mundo ya que llega a medir de 10 a 12 cm, en relación a la longitud de su cuerpo que mide entre 24 a 25 cm, su peso total llega hasta los 12 gr. Este colibrí es de color verde bronceado en la cabeza,



Continúa ➡

más metálico en el resto de su cuerpo y tiene la cola larga, la hembra se distingue ya que tiene partes ventrales más blancas, con puntos verdes hacia los lados. Cuando esta ave se posa lleva el pico levantado, apuntando hacia el cielo, para mantener su equilibrio. Su pico le permite aprovechar las flores más largas y estrechas que crecen en su hábitat, durante la estación lluviosa migra hacia niveles altos para poder alimentarse, y durante la estación seca desciende.

Alimentación: Las flores que visita para alimentarse tienen corolas largas pendientes como: Aetanthus, Fuchsia, Salpichroa, Solanum, Datura sanguínea, D. tatula, Passiflora mixta, Tacsonia pinnatistiplua, T. mollissima y T. floribunda. Otros géneros de plantas de las que se alimenta incluyen Bomarea, Brugmansia y Juanalloya.

Reproducción: La época de reproducción del colibrí pico espada está entre septiembre y diciembre.

Fuente: (EcuRed, 2012)

GORRIÓN

Nombre Científico: *Zonotrichia capensis*

Hábitat: Habita en praderas abiertas y estepas, hasta en bosques, plantaciones agrícolas y bosques.

Descripción: El macho se distingue por su trinar que es fuerte y por su copete, pasa mucho tiempo en los árboles y arbustos, baja al suelo solamente para recoger sus alimentos. Esta ave alcanza entre los 14 y 15 cm de largo, su pico es corto



y recto que mide 15mm. Su plumaje en la corona y cara es de color gris, con una banda negra, su cuello blanco, en la nuca es de color marrón, el vientre y pecho es pardo claro o blanquecino con reflejos más oscuros y los costados grisáceos. En sus patas muestra tres dedos orientados hacia adelante y uno hacia atrás.

Alimentación: Se alimenta de semillas y gusanos.

Reproducción: Es solitario y monógamo, construye un nido en forma esférica, la hembra pone de 2 a 4 huevos, la incubación dura entre 11 a 13 días, luego los pichones permanecen en el nido hasta los 10 a 11 días, mientras su plumaje se va oscureciendo.

Fuente: (EcuRed, 2012)

COLIBRÍ JASPEADO

Nombre Científico: *Adelomyia Melanogenys*

Hábitat: Matorrales y selvas entre 500 a 3000m de altura.

Descripción: Mide hasta 9cm, tiene su pico corto y su color en su dorso es verde bronceado brillante, a los lados de la cabeza oscuros, tiene puntos verdes en la garganta, las alas pardo verdosas, las plumas centrales de la cola verde olivácea, restantes grises en su base.

Continúa ➡

Alimentación: Obtiene el néctar de arbustos en floración y lianas, además se alimenta de insectos que son recogidos de la superficie de hojas o los captura en el aire.

Reproducción: Los nidos se los puede ver durante todo el año, en forma de taza y es abovedado, está formado por musgo y telaraña, relleno de fibras vegetales, se encuentra en troncos cubiertos de musgo o en quebradas rocosas.

Ponen 2 huevos y la incubación dura entre 17 a 18 días que lo realiza la hembra, y el período de cría es de 20 a 24 días.

Fuente: (Rodriguez, 2016)



PALOMA COLLAJERA

Nombre Científico: *Columba fasciata*

Hábitat: Esta especie habita en bosques de pino encino.

Elevación: Desde los 1000 a 3000msnm.

Descripción: Esta paloma mide entre 33 a 38 cm, su pico y patas son de color amarillo, el pecho gris, la parte posterior de cuello verde y su cola blanca, el canto es similar al de un búho. Se diferencian ya que el macho



tiene los ojos cafés, su anillo ocular de color rojizo. Los individuos adultos de esta especie viajan en bandadas de más de 50 aves y pueden ser nómadas.

Esta paloma al comer derrama algunas semillas y su defecación es abono.

Alimentación: Variedades de semillas.

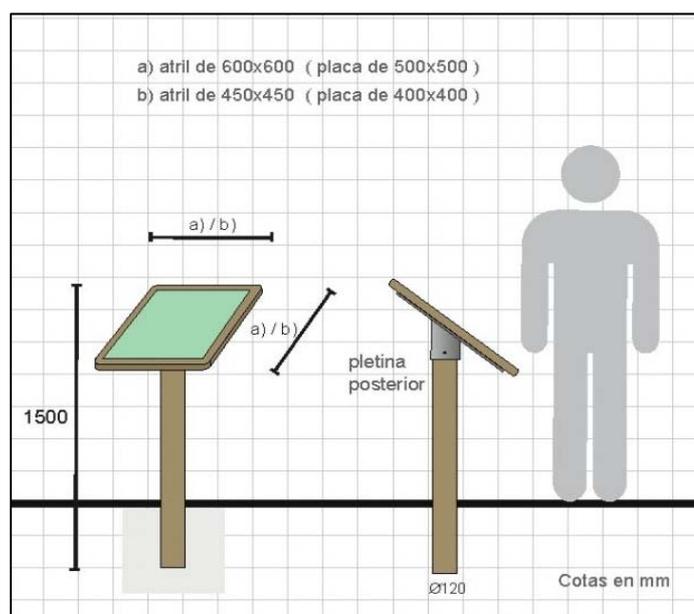
Reproducción: Los nidos los construyen con plataformas de ramitas y vegetación que hacen en los árboles, la hembra pone de 1 a 2 huevos color beige pálido a blanquecino.

Fuente: (Aguilar H. , 2000)

Continúa ➡

PATO ANDINO**Nombre Científico:** *Oxyura ferruginea***Hábitat:** Lagos y lagunas donde se encuentre la totora para su anidación, humedales entre 2600 a 4300 msnm.**Descripción:** Son buceadores, la coloración del macho es mas llamativa que la de la hembra, el color del pico del macho llama mucho la atención por su tono azul**Alimentación:** Se alimentan de semillas y raíces de plantas acuáticas, insectos acuáticos y crustáceos.**Reproducción:** Anidan entre la totora y su reproducción es por lo general durante todo el año, aunque por lo general en diciembre eclosionan sus huevos, las hembras ponen de 5 a 15 huevos.**Fuente:** (del Hoyo & Collar, 2016)**Modelo 2**

El segundo modelo de panel informativo será para explicar acerca de las flora que existen en la Laguna del Salado, es mas pequeño ya que se imprime solo la información sobre la flora, en este modelo no se coloca una foto ya que va ubicado en el lugar donde se encuentra la especie

**Figura 22 Modelo 2 tótem**

Fuente: (RULL, 2016)

EUCALIPTO

Nombre científico: *Eucalyptus globulus*

Descripción botánica: Su tronco es cilíndrico recto, el grueso alcanza hasta los 2m, la corteza es de 3 cm. de grosor la cual se desprende en tiras al madurar, dejando una segunda corteza lisa.

Su copa es alargada e irregular sobre un fuste limpio de ramas hasta en 2/3 de su altura total, las hojas juveniles son de color gris azulado que miden de 8-15cm de largo y 4-8cm de ancho, mientras que las hojas adultas miden hasta 25cm de longitud con el ápice acuminado.

Tiene flores solitarias o en grupos de 2 a 3 hasta de 3 cm de diámetro, con varios estambres de color blanco, su fruto es en cápsula campaniforme de color glauco y está cuerto por un polvo blanquecino, este llega a medir de 1.4 a 2.4 cm de diámetro.

Las semillas fértiles son negras, rugosas y más grandes, los óvulos abortados son rojizos y livianos.

Distribución: Es de origen australiano, y fue introducido en la sierra ecuatoriana a alturas de 2200 a 3200 msnm, por lo general se encuentra en plantaciones puras.

Características edafoclimáticas: Altitud de 2299 a 3200 msnm, precipitación 800-1500 mm y temperatura de 10.8-16.8 °C.

Fuente: (Ecuador Forestal, 2016)

PINO

Nombre científico: *Pinus radiata*

Descripción botánica: Este árbol alcanza hasta los 60m de altura y 100cm su grueso, tiene tronco cónico y recto, su corteza externa es color café agrietada y su corteza interna crema rosáceo, y su copa es alargada y cónica.

Las hojas son aciculares en fascículos de 3, las flores masculinas tienen estambres peltados y las femeninas se encuentran en conos o estróbilos.

Distribución: Es originario de Monterey, México, y se encuentra difundido en la sierra ecuatoriana.

Características edafoclimáticas: Altitud 1800-3500 msnm, precipitación entre 800-1300 mm y temperatura de 11-17 °C.

Fuente: (Ecuador Forestal, 2016)

TOTORA

Nombre científico: *Schoenoplectus californicus*

Descripción botánica: Es herbácea acuática, el tallo es subterráneo y mide entre 1-3 m, según sus variedades y es liso y circular en la sección transversal, las hojas son largas y angostadas de 30-15 cm; las de la sección inferior presentan vainas foliares y las superiores se desarrollan de manera ocasional.

Distribución: Esteros y pantanos de América del Sur.

Uso: El uso de la totora es tejidos de esteras y artesanías.

Fuente: (Aguilar, Ulloa, & Hidalgo, 2001, pág. 35)

CHILCA

Nombre científico: *Baccharis latifolia*

Descripción botánica: Este arbusto puede alcanzar entre los 2-3 m de alto, está cubierto con pelos diminutos, tiene la raíz fibrosa y su tallo es flexible de forma cilíndrica.

Las hojas son simples, coriáceas y lanceoladas, inflorescencias en cabezuelas aplanadas de color blanco y cáliz rosado.

Uso: Sirve como forraje de animales, principalmente cuyes, y cuando está madura sirve para leña; además se usa para hacer escobas, se hace chamarascas en las fiestas.

Fuente: (Aguilar, Ulloa, & Hidalgo, 2001, pág. 23)

4.6. Impacto ambiental

El análisis del impacto ambiental se realiza a través de diferentes metodologías o procesos de acuerdo al lugar de estudio, en el caso de la Laguna del Salado se tomará en cuenta el primer paso que es la recolección de información del lugar que es lo que se ha venido haciendo durante todo este documento, el segundo paso es medir la capacidad de carga y el tercer lugar es tomar las medidas preventivas como normas para la actividad turística en la Laguna del Salado.

Tabla 45
Matriz Impactos ambientales

CAUSAS	EFFECTOS
Transporte privado y turísticos que llegan al lugar	Contaminación de aire, agua y suelo; además de contaminación auditiva
Desecho de desperdicios fuera de los tachos de basura.	Dañan la imagen del lugar y provoca malos olores
Presencia de ganado.	Dañan pasos laterales a los atractivos.
Consumo desmedido de recursos naturales	Deforestación, pérdida de la biodiversidad.
Manejo inadecuado de los rellenos sanitarios	Desagües de aguas negras o contaminadas al mar o ríos

Continúa 

Falta de cultura de reducir, reciclar y reusar la basura por parte de los pobladores	No realizan una buena clasificación de su basura
Desconocimiento en el tema de composta	No realizan abono orgánico y utilizan fertilizantes dañinos para la salud.

4.6.1. Capacidad de Carga Física (CCF)

En la CCF se va a determinar sobre la capacidad de carga que tiene el sendero que rodea la Laguna del Salado.

Fórmula:

$$CCF = (V/a) * S * T$$

Donde:

V/a = Visitantes por área ocupada

S = Superficie disponible para uso público

T = Tiempo necesario para ejecutar la visita

a) Sendero

Área aproximada: 2790m² para uso del sendero

Área que ocupa cada persona: 1m²

Distancia entre grupos: 50 m

Grupos máximo: 15 personas

Tiempo de visita: 1 hora

Total de horas visita: 12 horas

Se debe considerar que cada persona ocupa 1m de sendero entonces cada grupo necesitará 15m; y la distancia entre grupos es de 50m, por lo cual en 2790m del sendero caben 43 grupos al mismo tiempo, y necesitan un total de 645 metros para estar en él al mismo tiempo.

$$43 \text{ grupos} * 15 \text{ personas} * 1 \text{m por persona} = 645$$

$$CCF = (V/a)*S*T$$

$$CCF = (1/1) * 645 * 12$$

$$\underline{CCF = 7.740 \text{ personas al día}}$$

Se debe tener en cuenta que en este primer cálculo el número de visitas es imposible llevarse a la práctica por ser un sitio turístico; por lo cual es necesario continuar al cálculo de la capacidad de carga real.

4.6.2. Capacidad de Carga Real

Fórmula:

$$CCR = CCF * FC1 * FC2 * FC3$$

Donde:

FC1 = Factor de corrección social

FC2 = Factor de corrección de precipitación

FC3 = Factor de corrección de brillo solar

Estos factores se calculan en función de la fórmula general:

$$FCx = Mlx / Mtx$$

Donde:

FCx = Factor de corrección por la variable "x"

Mlx = Magnitud limitante de la variable "x"

Mtx = Magnitud total de la variable "x"

a) Sendero

Factor Social

Para este factor se va a tomar en cuenta que la visitación será por grupos, y se maneja bajo los siguientes parámetros:

- Grupo máximo de 15 personas
- Distancia entre grupos 50m

Si la distancia entre grupos es de 50 m y cada persona ocupa 1m de sendero, entonces cada grupo requiere 65 m en el sendero.

El número de grupos (NG) que puede estar simultáneamente en cada sendero se calcula de la siguiente manera:

$NG = \text{largo total del sendero} / \text{distancia requerida por cada grupo}$

Por tanto:

NG en el sendero = 42,92 grupos

Para el cálculo del factor de corrección social se debe identificar cuántas personas (P) pueden estar simultáneamente dentro de cada sendero.

Esto se hace a través de:

$P = NG * \text{número de personas por grupo}$

Entonces:

$P = 42,9 \text{ grupos} * 15 \text{ personas/grupo} = 643,5 \text{ personas}$

Para calcular el Factor de Corrección Social (FCsoc) necesitamos identificar la magnitud limitante que, en este caso, es aquella porción del sendero que no puede ser ocupada porque hay que mantener una distancia mínima entre grupos. Por esto, dado que cada persona ocupa 1 m del sendero, la magnitud limitante es igual a:

$ml = mt - P$

$ml \text{ (Los Montículos)} = 2790m - 643,5m = 2146,5m$

Entonces:

$FCsoc = 1 - (2146,5/2790)$

$FCsoc = 0,23$

Factor de precipitación

Este factor es determinante ya que impide la visita normal en el lugar, ya que muchas personas no están dispuestos a caminar bajo la lluvia, por lo cual se toma la información del INHAMI en su anuario metereológico donde menciona que en la

ciudad de San Gabriel existen 239 días con precipitación al año, y que el promedio de lluvia es de 5 horas y en base a ello se calcula el factor de la siguiente manera:

$$FC_{pre} = 1 - (hl / ht)$$

Donde:

hl = Horas de lluvia limitantes por año (239 días * 5 hrs/día = 1.195 hrs)

ht = Horas al año que el monumento está abierto (365 días * 12hrs/día = 4.380 hrs)

Entonces:

$$FC_{pre} = 1 - (1195/4380)$$

$$FC_{pre} = 0,73$$

Factor solar

La información del INHAMI menciona que entre las 11:00 y las 15:00 el brillo solar es más fuerte, por lo que resultan incómodas las caminatas en áreas sin cubierta como es el caso del sendero de la Laguna del Salado, y los meses de enero, mayo y noviembre presentan las temperaturas más altas en San Gabriel; mientras que en los 9 meses restantes solo se toman en cuenta dos horas de brillo solar fuerte.

Entonces:

Brillo solar 3 meses: 90 días * 4hrs = 360 hrs

Brillo solar 9 meses: 275 días * 2hrs = 550 hrs

Estos cálculos se aplican a la siguiente fórmula:

$$FC_{sol} = 1 - (hsl/ht)$$

Donde:

hsl = horas de sol limitantes / año (360 hrs + 550 hrs = 910 hrs)

ht = horas al año que el monumento está abierto (4.380 hrs)

$$FC_{sol} = 1 - (910/4.380)$$

$$FC_{sol} = 0,79$$

Cálculo final CCR:

$$CCR = 7740 * 0,23 * 0,73 * 0,79$$

$$CCR = 1026,6$$

4.6.3. Capacidad de Carga Efectiva

La CCF permite determinar el límite máximo de paseos en bote y visitantes en el sendero que admite la Laguna del Salado por su capacidad para ordenar y manejar las actividades diarias.

Fórmula.

$$CCE = CCR * CM / 100$$

Donde:

CM = capacidad de manejo del área: 75%

a) Sendero

$$CCE = 1027 * 100 / 100$$

$$CCE = 1027$$

Tabla 46
Capacidad de carga turística

CM (%)	CCE (visitas/día)
	Sendero
15	154
25	257
50	513
75	770
100	1027

Propuesta:

Si bien se determina que en la actualidad la Laguna del Salado no cuenta con condiciones aceptables para recibir a una gran cantidad de turistas por lo cual se toma en cuenta la capacidad de manejo mínima que es el 15%, y la cantidad de turistas que pueden recibir es de 154 diarios; pero al poder mejorar todas las condiciones como son infraestructura, personal y equipamiento podría llegar a una capacidad de manejo de 75% y su capacidad llegaría a 770 visitantes diarios.

De acuerdo con las fórmulas de la capacidad de carga se concluye que la cantidad de visitas diarias que la Laguna del Salado puede recibir para obtener una grata experiencia turística es de 154 personas para uso del sendero en el horario de 6 de la mañana a 6 de la tarde, el horario se estableció de acuerdo a la iluminación solar en el lugar; a pesar que no existe ninguna restricción de acceso al lugar en la noche no se puede caminar por la falta de iluminación artificial en el lugar, aunque la capacidad de carga mucho depende de la capacidad de manejo que se tenga en el lugar.

4.6.4. Normas para la actividad turística en la Laguna del Salado

- 1) La actividad turística permitida en la Laguna del Salado está orientada a la apreciación de la flora y fauna del lugar, y su paisaje; sin que esta afecte a las especies existentes.
- 2) Un guía turístico se limitará a manejar grupos de máximo 15 personas, y se respetará la capacidad de carga turística.
- 3) Cuando lleguen grupos de visitantes de instituciones educativas y tours están obligados a realizar recorridos con los guías del lugar.
- 4) Se permite el uso del 50% de la laguna para realizar paseos en los botes no motorizados que se alquilan en el mismo lugar.
- 5) Las actividades de caminata y ciclismo deben realizarse por los senderos establecidos.
- 6) El uso de espacio para cabalgatas será respetado y los propietarios de los caballos deberán realizar la respectiva recolección de los desechos.

4.7. Límites aceptables de cambio (LAC)

El proceso que se realizó en los límites aceptables de cambio se basa en 4 pasos importantes, que son:



Figura 23 Metodología LAC

Fuente: (Drumm, 2004, pág. 47)

4.7.1. Localización

La Laguna del Salado se encuentra a una altura de 2760 msnm, el agua se origina en los páramos de Chután alto, donde nace el río San Gabriel, en la actualidad en el atractivo se ofrecen dos servicios:

Tabla 47
Localización LAC

SERVICIO	CARACTERÍSTICAS
Caminata	El sendero rodea a la laguna y tiene una extensión de 2790m.
Cabalgata	Los paseos a caballo se los realiza por la parte sur del sendero.
Paseo en botes	Los botes pueden navegar en la zona este de la laguna.

Adaptada de: (Huaraca, 2008, pág. 69)

4.7.2. Identificación de preocupaciones

Al establecer las actividades que actualmente se ofrecen en el lugar de estudio, a través del análisis y visita de campo se pueden determinar las siguientes preocupaciones:

Tabla 48
Identificación de preocupaciones

ACTIVIDADES	PREOCUPACIONES
Caminata	<ul style="list-style-type: none"> • Erosión del suelo por el uso inadecuado por parte de los visitantes • Insuficiente señalética de interpretación
Cabalgata	<ul style="list-style-type: none"> • Inadecuado uso de espacio para la actividad
Paseo en botes	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de normas que regulen el uso del espacio en la laguna para esta actividad

Adaptada de: (Huaraca, 2008, pág. 69)

4.7.3. Definición de indicadores

De acuerdo al análisis y determinación de las actividades del lugar, se determinan cuatro distintos indicadores, detallados de la siguiente manera:

Tabla 49
Definición de indicadores

TIPO DE INDICADORES	ESPECÍFICOS
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Erosión del suelo en el sendero • Presencia de basura en el lugar
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos obtenidos mensualmente
Experiencial	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de visitantes satisfechos en su visita al lugar • Frecuencia de avistamiento de aves en el sendero durante el día
Manejo	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo invertido en mantenimiento de infraestructura

Adaptada de: (Huaraca, 2008, pág. 70)

4.7.4. Establecimiento de estándares para indicadores

De acuerdo con los indicadores ya definidos a continuación se verifica los estándares, en donde principalmente se define hasta donde los administradores y el GAD están dispuestos a tolerar para realizar un cambio a todo el manejo.

Tabla 50
Establecimiento de estándares

INDICADORES	ESTÁNDARES
Ambiental	
Erosión del suelo en el sendero	30% del terreno del sendero erosionado
Presencia de basura en el lugar	Reducción del 40% de basura en el lugar a comparación trimestral
Económico	
Ingresos obtenidos mensualmente	Cubrir mensualmente los gastos de operación de las actividades de la laguna
Experiencial	
Frecuencia de avistamiento de aves en el sendero durante el día	Observación de 4 diferentes especies de aves en el recorrido del sendero
Cantidad de visitantes satisfechos en su visita al lugar	Satisfacer al 90% de los turistas que visitan la Laguna del Salado
Manejo	
Tiempo invertido en mantenimiento de infraestructura	El personal ocupa el 50% de su tiempo en el mantenimiento de la infraestructura del lugar.

Adaptada de: (Huaraca, 2008, pág. 71)

4.7.5. Monitorear las condiciones

En el proceso de la metodología de los Límites Aceptables del Cambio (LAC) el paso mas importante es el monitoreo de los indicadores que se han analizado a lo largo del estudio para minimizar el impacto de la actividad turística en el lugar.

Tabla 51
Monitorear las condiciones

Indicadores	Estándares	Método	Acciones de manejo	Responsable	Costo
Ambiental					
Erosión del suelo en el sendero	30% del terreno del sendero erosionado	Evaluar a través de la colocación de estacas a los lados del sendero cada 500 mts.	Cerrar por tramos el sendero para su rehabilitación.	Administradores	\$20.00
Presencia de basura en el lugar	Reducción del 20% de basura en el lugar a comparación trimestral	Colocar tachos de basura de reciclaje	Reciclaje de la basura Usar productos que disminuyan el impacto ambiental	Todas las asociaciones que trabajan en el lugar	\$50.00
Económico					
Ingresos obtenidos mensualmente	Cubrir mensualmente los gastos de operación de las actividades de la laguna	Realizar flujos de caja cada mes	Mejorar los servicios y la infraestructura	Administradores y GAD	\$100.00

Continúa 

Experiencial

Frecuencia de avistamiento de aves en el sendero durante el día	de Observación de diferentes especies de aves en el recorrido del sendero	de 4	Contar con un inventario de avifauna del lugar	Analizar cada mes de las fichas técnicas de cada especie de avifauna	Administradores y GAD	\$50.00
---	---	------	--	--	-----------------------	---------

Cantidad de visitantes satisfechos en su visita al lugar	de Satisfacer al 90% de los turistas que visitan Laguna del Salado	de los	Solicitar el llenado de la matriz de satisfacción del cliente	Realizar cada mes un análisis de las matrices de satisfacción y tomar en cuenta las sugerencias	Administradores y GAD	\$5.00
--	--	--------	---	---	-----------------------	--------

Manejo

Tiempo invertido en mantenimiento de infraestructura	El personal ocupa el 50% de su tiempo en el mantenimiento de la infraestructura del lugar.	de 50%	Coordinar con el personal los días para el mantenimiento	Realizar un plan de mantenimiento del lugar	Administradores y GAD	-----
--	--	--------	--	---	-----------------------	-------

Adaptada de: (Huaraca, 2008, pág. 73)

4.7.6. Descripción de métodos y acciones de manejo

4.7.6.1. Ambiental

Erosión del suelo del sendero

Para medir la erosión del suelo se plantea una metodología en donde se usan dos estacas cada 500mts de tramo del sendero, las cuales van pintadas de dos colores y se la clava hasta la unión de los colores para colocar una a cada lado del sendero de manera paralela; se va a estar revisando constantemente las estacas y si es q el límite del suelo está bajo la unión de los colores es porque existe erosión del suelo para lo cual se deben tomar medidas preventivas y correctivas en el lugar, que son:

- Cerrar el sendero por tramos para realizar el mantenimiento del suelo o permitir que se recupere mediante procesos naturales.
- En el o los tramos donde exista mayor erosión se va a cubrir el suelo con otros materiales como troncos de madera o piedras para hacerlo mas resistente.

Presencia de basura en el lugar

Un aspecto importante en el proceso para poder disminuir la existencia de basura a lo largo del sendero y dentro de la laguna, es colocar tachos de reciclaje y recolección de basura en sitios estratégicos del lugar; además de promover constantemente campañas sobre el desecho adecuado de los desperdicios.

4.7.6.2. Económico

El atractivo se debe operar a través de sistemas contables que sean establecidos por el GAD para poder manejar los ingresos y gastos que se generan a diario en el lugar y de esta manera poder realizar reinversiones para el mejoramiento de servicios e infraestructura.

4.7.6.3. Experiencial

El indicador experiencial permite persuadir las experiencias que puede tener el turista al visitar el lugar, por lo cual se debe insistir en que las personas llenen la matriz de satisfacción del cliente para poder mejorar los servicios y llegar a llenar las expectativas de los visitantes.

4.7.6.4. Manejo

Es necesario que las asociaciones que trabajan en el lugar y el GAD realicen un mantenimiento constante a la infraestructura del lugar para poder mejorar la calidad de los servicios.

4.8.Publicidad

La publicidad de la Laguna del Salado para su potencialización se manejará a través de medios tradicionales como son los trípticos informativos que serán entregados en las oficinas de turismo de Tulcán, de San Gabriel e Ibarra como principales puntos, y en los medios no tradicionales se realizará publicidad a través de la página web y de Facebook del municipio del Cantón Montúfar, y además se va a publicar en youtube un video promocional de la Laguna del Salado con sus nuevos servicios e infraestructura.



Figura 24 Anverso tríptico

En la parte delantera del anverso del tríptico se coloca la figura de un picaflor que representa la riqueza de avifauna que tiene el lugar, luego se coloca el nombre del atractivo en tonos verdes y la fotografía de la Laguna ocupa además la parte central trasera y lleva el slogan del lugar. En la parte superior central lleva el logo del GAD del Cantón Montúfar por el apoyo que este brinda al atractivo y además la marca país que promueve fomentar la actividad turística, y en la parte izquierda se brinda información de cómo llegar al lugar.



Figura 25 Reverso tríptico

El reverso del tríptico lleva palabras de las actividades que se pueden realizar en el lugar y lo que el atractivo ofrece, están acompañadas de imágenes de las aves que se encuentran en el lugar como es el colibrí pico espada, la lechuza campanaria, los paseos en botes y sobre la actividad de caminata. Los colores que se usan en las palabras representan a la naturaleza del lugar.

4.9. Presupuesto

4.9.1. Capacitaciones

Tabla 52
Presupuesto de capacitaciones

DETALLE	CANTIDAD	C. UNITARIO	COSTO TOTAL
Relator de liderazgo	4 días	\$ 80.00	\$ 320.00
Relator de servicio al cliente	5 días	\$ 80.00	\$ 400.00
Relator de técnicas de guiar	5 días	\$ 100.00	\$ 500.00
Relator de manipulación de alimentos	5 días	\$ 100.00	\$ 500.00
Material de Apoyo (ver tabla 45)	-	-	\$ 55.75
Almuerzos	183	\$ 2.50	\$ 457.50
Certificados	35	\$ 5.00	\$ 175.00
TOTAL			\$ 2408.25

Tabla 53
Detalle material de apoyo

DETALLE	CANTIDAD	C. UNITARIO	COSTO TOTAL
Carpetas	35	\$ 0.15	\$ 5.25
Hojas	1	\$ 5.00	\$ 5.00
Lápices	25	\$ 0.10	\$ 2.50
CD's	40	\$ 0.20	\$ 8.00
Fotocopias	3500	\$ 0.01	\$ 35.00
TOTAL	-	-	\$ 55.75

4.9.2. Tótems

Tabla 54
Presupuesto tótems

DETALLE	CANTIDAD	C. UNITARIO	COSTO TOTAL
Tótems de avifauna	8	\$ 350.00	\$ 2800.00
Tótems flora	4	\$ 200.00	\$ 800.00
TOTAL			\$ 3600.00

4.9.3. Publicidad

Tabla 55
Presupuesto publicidad

DETALLE	CANTIDAD	C. UNITARIO	COSTO TOTAL
Impresión Trípticos	500	\$ 1.50	\$ 750.00
Producción video	1	\$ 650.00	\$ 650.00
TOTAL			\$ 1400.00

4.9.4. Presupuesto Total

DETALLE	COSTO TOTAL
Capacitaciones	\$ 2408.25
Tótems	\$ 3600.00
Publicidad	\$ 1400.00
TOTAL	\$ 7408.25

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El segmento de mercado que se ha identificado a través de las encuestas son adultos que viajan de manera ocasional hacia la provincia del Carchi y tienen tiempo para realizar otras actividades de las que tenían planificadas en su viaje.
- Las asociaciones prestadoras de servicios en el lugar necesitan de nuevas capacitaciones para renovar conocimientos y además poder mejorar sus servicios para el bien común.
- La creación de un sendero turístico autoguiado para peatones y ciclistas favorece a proteger la flora y fauna del lugar, y se logra medir la capacidad de carga de la Laguna del Salado para no alterar su entorno natural.
- Los guías nativos brindan sus servicios a los turistas y por sus conocimientos de la flora, fauna, historia y leyendas que son propias del lugar; además que con nuevas capacitaciones mejoran sus servicios.

5.2. Recomendaciones

- La Unidad de Turismo del GAD del Cantón Montúfar debe contar con personal de apoyo para poder incrementar los proyectos de mejora de la actividad turística en general del cantón.
- El GAD debe contemplar una relación estrecha con las dependencias zonales del MINTUR para poder acceder a diferentes beneficios como capacitaciones y espacios publicitarios de mayor alcance.
- Todas las asociaciones deben consolidarse de manera legal a través del GAD para poder gozar de los beneficios que brinda como las capacitaciones y las participaciones en diferentes eventos.
- El GAD debe tomar en cuenta el formar alianzas estratégicas entre el sector público, privado y las comunidades para buscar el desarrollo del turismo con un trabajo en conjunto.

5.3. Bibliografía

- Aguilar, Z., Ulloa, C., & Hidalgo, P. (2001). *Guía de plantas útiles de los páramos de Zuleta, Ecuador*. Zuleta.
- Andrade, Á., & Navarrete, F. (2004). *Lineamientos para la aplicación del enfoque ecosistémico a la gestión integral del recurso hídrico*. México: PNUMA.
- Antón, S., González, F., Sunyer, N., Donaire, J., Galacho, B., Hernández, M., y otros. (2005). *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: UOC.
- Banco Central del Ecuador. (Junio de 2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- BancoMundial. (2015). *Datos PIB per cápita USD a precios actuales Ecuador*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- Bennett, J. (2001). *Manual de kayakistas de aguas bravas*. Barcelona: Editor Service, S.L.
- Casillas, J., Moreno, A., & Oviedo, M. (1995). El turismo alternativo como un sistema integrado; Consideraciones sobre el caso Andaluz. *Estudios turísticos* , 63.
- CEEI Galicia S.A. (2010). *Como realizar un estudio de mercado* . Sabtiago de Compostela: CEEI Galicia S.A.
- Comité de Calidad. (31 de Octubre de 2008). Procedimiento para la leaboración de diagnóstico. Antioquia, Toledo, Colombia: Comité de Calidad.
- COOTAD. (2012). *Codigo Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización*. Montecristi: Asamblea Constituyente.
- CREFAL. (1980). *El diagnóstico situacional en áreas rurales*. México: CREFAL.
- Ecuador Forestal. (Octubre de 2016). *ECUADORFORESTAL.ORG*. Obtenido de ecuadorforestal.org/fichas-tecnicas-de-especies-forestales
- GAD Montúfar. (06 de Agosto de 2013). *GAD Montúfar*. Obtenido de <http://www.gadmoutufar.gob.ec/index.php/2013-08-07-14-42-36/datosinformativoc>
- GAD Montúfar. (01 de Julio de 2016). *GAD Montúfar* . Obtenido de <http://www.gadmoutufar.gob.ec/transparencia/t2016/junio2016/A1/literal%20a1.pdf>
- Goodstein, L., Nolan, T., & Pfeiffer, W. (1997). *Planeación estratégica aplicada*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Gunn, C. (1988). *Vacationscape: designing tourist regions*. Van Nostrand Reinhold.
- Gurría, M. (2009). *Introducción al turismo*. México, México: Trillas.

- Iglesias, A., Estrela, T., & Gallart, F. (2004). *Impactos del cambio climático en España*. España.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2010). *Fascículo provincial del Carhi, censo 2010*. Quito: Equipo de Comunicación y Análisis del Censo de Población y Vivienda.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2013). *Encuesta urbana de desempleo 2011 - 2013*. Quito: INEC .
- I Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2014). *Auario de entradas y Salidas internacionales*. Quito.
- Instituto Ecuatoriano de Normaliación. (2011). *Manual de Señalización Turística*. Quito.
- Jiménez, A. (2005). *Desarrollo turístico y sustentabilidad*. México: Miguel Porrúa.
- Korstanje, M. (Octubre de 2008). Reseña de Historia del Turismo. *Pasos*, 6(3), 599-603.
- López, D. (1998). *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Universitat Jaume.
- Machado, E., & Hernández, Y. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. *El periplo sustentable*(15).
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). México D.F, México: Pearson Educación.
- Mapas Ecuador. (Junio de 2016). *Mapas Ecuador*. Obtenido de <http://www.mapasecuador.net/mapa/mapa-carchi-mapa-ubicacion-territorial.html>
- Ministerio de Turismo. (2008). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). *Pricipales indicadores de turismo*. Estadístico, Quito.
- Miño, J. (Noviembre de 2008). *Instituto de investigación y debate sobre la gobernanza*. Recuperado el 2016 de Julio de 05, de <http://www.institut-gouvernance.org/es/analyse/fiche-analyse-449.html>
- Molins, M. (1998). *Teoria de la Planificación*. Caracas: Comisión de estudios de postgrado.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos: Conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*(35), 337.
- Organización Mundial de Turismo. (1988). *Introducción al Turismo*. Madrid.
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. México : Trillas.

- Planificación Territorial-GAD Montúfar. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2011-2031 del Cantón Montúfar*. San Gabriel.
- Ponce, H. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y. *Contribuciones a la economía*, 18-25.
- Prefectura del Carchi. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi*. Tulcán.
- Prefectura del Carchi. (Julio de 2016). *Prefectura del Carchi*. Obtenido de <http://www.carchi.gob.ec/index.php/informacion-provincial/mapas-provinciales>
- Rigol, L., & Pérez, R. (2011). La gestión de la demanda turística como concepto. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 5.
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2004). *The competitive destination, a sustainable tourism*. Oxon: CABI Publishing.
- Rodríguez, E. (2011). Evolución histórica del turismo. *Vinculando*.
- RULL. (Octubre de 2016). *Señalización responsable*. Obtenido de www.señalizacionresponsable.es/es/señalizacion-medioambiental-y-rural
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (17 de Febrero de 2013). *SENPLADES*. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Sepúlveda, S., & Edwards, R. (1996). *Desarrollo sostenible agricultura, recursos naturales y desarrollo rural*. (Vol. 5). San José: IICA Biblioteca Venezuela.
- Servicio Nacional de Turismo SERNATUR Chile. (julio de 2008). *Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística*. Obtenido de Boletín Turístico N.1: http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf
- Soria, E. (2014). Proyección del Modelo FUZZY-SECTUR para evaluar el potencial turístico de un territorio. *Retos Turísticos*, 13(3), 4.
- Torres, E., Esteve, R., Fuentes, R., & Martín, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona: UOC.
- Zikmund, W., & Babin, B. (2009). *Investigación de mercados*. México: Cengage Learning.
- Zimmer, P., & Grassmann, S. (1996). Evaluar con éxito el potencial turístico de un territorio. *FUTURE* (págs. 4-5). Extremadura: LEADER.