



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE GRADO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN  
E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA  
PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR,  
PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PROYECTO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A**

**AUTORA: ACOSTA, Marlene**  
**DIRECTORA: ING. LEÓN, Rocío C.**

**IBARRA, JULIO 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

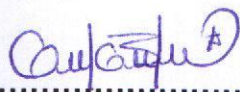
El presente proyecto titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO, PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI**, presenta una propuesta que beneficiara a la comunidad con el incremento de turistas tanto nacionales como extranjeros para que den a conocer lo que posee el cantón y de esta forma sea reconocido por la diversidad de paisajes que posee. A través del análisis como el diagnóstico se pudo establecer aspectos importantes como son; aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los que se expone la readecuación de la Laguna del Saldo. Con el estudio de mercado realizado se identificó la aceptación de la demanda del servicio como también conocer la oferta y establecer los precios respectivos que se dispondrán para los servicios brindados. A través del estudio técnico permitió identificar el lugar en donde se encuentra La Laguna en donde se realizara las readecuaciones e implementaciones de servicios, además se identificó factores importantes que el sector tiene para ofrecer un turismo atractivo. Contara con una organización dispuesta a colaborar en sus distintas funciones y respetando los reglamentos propuestos, además estar dispuestos a trabajar para el cumplimiento de los objetivos y la misión que se plantea. Con el análisis financiero se determinó que el proyecto generará grandes ingresos a favor del centro turístico como al sector mismo, por la cantidad de visitas turísticas que tendrá al año. Los impactos que el proyecto genera son beneficioso no presentan ningún tipo de alteración al medio ambiente, porque se maneja varias medidas preventivas de seguridad.

## **THE SUMMARIZE EXECUTIVO**

This project entitled: Feasibility Study for the Retrofit TOURIST ATTRACTIONS AND IMPLEMENTATION OF THE SALT LAKE IN, COLUMBUS CHURCH, CANTON Montúfar, Carchi presents a proposal that would benefit the community with increased domestic and foreign tourists to make public what has the county and thus be recognized for the diversity of landscapes that have. Through the analysis and the diagnosis could be established important aspects such as, allies, opponents, opportunities and risks it presents the readjustment of the balance of the lagoon. With the market study identified the acceptance of service demand as well as explore supply and set prices that are arranged respective to the services provided. Through the technical study identified the place where La Laguna where they carry out the readjustments and implementation of services, and identified important factors that the industry has to offer a tourism attraction. Count on an organization willing to collaborate in their different roles and respecting the proposed regulations also willing to work to fulfill the objectives and the mission to raise. With the financial analysis it was determined that the project will generate large revenues for the resort as the industry itself, in the amount of tours that will take a year. The impacts generated by the project are beneficial not present any alteration to the environment, because they handle several preventive security measures.

## **AUTORÍA**

Yo, **Marlene Acosta**, portadora de la cédula de ciudadanía No. 0401543517, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

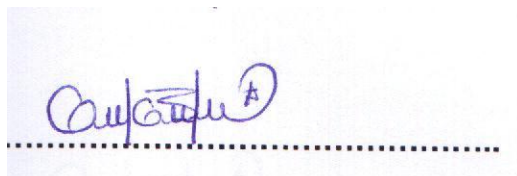


---

**Marlene Acosta**  
**0401543517**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Marlene Acosta Caicedo, con cédula de identidad No. 0401543517, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO, PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



**Marlene Acosta C.**  
**0401543517**

Ibarra a los 16 días del mes de julio de 2013



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

#### A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	0401543517		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Acosta Caicedo Marlene del Carmen		
<b>DIRECCIÓN:</b>	El Olivo, José María Córdova		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:marle094@yahoo.es">marle094@yahoo.es</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2291433	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0994917041
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO, PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.		
<b>AUTORA :</b>	Marlene Acosta		

<b>FECHA:</b>	JULIO 16 -2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.</b>
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	<b>Ing. Rocío León</b>

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Marlene Acosta C**, con cédula de identidad No. **0401543517**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de julio de 2013

### EL AUTOR:

(Firma)  .....

Nombre: .....

C.C.: **0401543517** .....

Facultado por resolución de Consejo Universitario

### ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena V

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Marlene Acosta**, con cédula de identidad **No. 0401543517** para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.** cuyo tema es :**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO, PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI,** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 16 días del mes de julio de 2013.

Firma

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and strokes, is written over a horizontal dotted line.

**ING. ROCIO LEÓN**



## DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con mucho amor y cariño:

A Dios por brindarme la oportunidad de vivir plenamente y regalarme una familia maravillosa a mi lado.

A mis padres, Luis Acosta e Hilda Caicedo, que me dieron la vida y han estado conmigo en todo momento, depositando en mí su confianza y alentándome siempre a conseguir mis metas y objetivos.

A mis hermanas, Liliana y Fanny quienes me han brindado la fuerza necesaria para continuar, dándome consejos y animo en los momentos difíciles.

A mi sobrina, por ser una parte fundamental en mi vida.

A mi amiga Ruth, gracias por estar a mi lado apoyándome siempre incondicionalmente en todo momento.

**Marlene Acosta Caicedo**

## AGRADECIMIENTO

A mis padres que con tesón y paciencia supieron apoyarme y guiarme en esta etapa de mi vida. Al igual que a mis hermanas por su confianza.

A la Universidad Técnica del Norte, por abrirme las puertas y haberme permitido pasar por sus aulas en busca del conocimiento.

Agradezco a cada uno de mis maestros quienes día a día impartieron sus conocimientos durante la etapa estudiantil. De manera especial mi reconocimiento y gratitud a la Ing. Rocío León, por su colaboración en el desarrollo del presente trabajo.

Y a todos quienes me apoyaron de una u otra manera, mi eterno agradecimiento.

*AGRADECIMIENTO*

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CESIÓN DE DERECHOS	v
CERTIFICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS	xxii
INTRODUCCIÓN	23
JUSTIFICACIÓN	25
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	26

## CAPÍTULO I

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

Antecedentes diagnósticas	28
Objetivos diagnósticos	29
Variables diagnósticas	
Indicadores:	
Matriz de relación diagnóstica	30
Fuentes de información	
Análisis de variables diagnósticas	31
Antecedentes históricos	
Datos socio-demográficos	35
Actividades económicas	38
Aspecto ambiental del área de investigación	42
Diagnóstico externo	43
Aliados	
Oponentes	44

Oportunidades	
Amenazas o riesgos	45
Problema diagnóstico	

## CAPITULO II

### **MARCO TEÓRICO**

Turismo	46
Mercado turístico	47
Oferta	
Demanda	48
Importancia	
Clasificación	49
Turismo místico	
Turismo vivencial	
Ecoturismo	50
Turismo cultural	
Turismo aventura	
Ecoturismo	51
Objetivos del ecoturismo	51
Características del ecoturismo	
Componentes del ecoturismo	53
Atractivos focales	
Atractivos complementarios	
Atractivos de apoyo	
Hostería ecológica	54
Ventajas del ecoturismo	
Beneficios del ecoturismo	54
Laguna del salado	
Origen	55
Extensión	
Clima	
Localización	

Interés turístico	
Atractivos	56
Administración	
Proceso administrativo	57
Fundamentos contables	
Definición de contabilidad	58
Ciclo contable	
Documento fuente	59
Jornalización	
Mayorización	
Comprobación	
Estados financieros	
Balance general o estado de situación financiera	60
Estado de resultados	
Estado de cambios en el patrimonio	
Estado de flujo de efectivo	61
Notas a los estados financieros	
Evaluación de la inversión financiera	
Valor actual neto (VAN)	61
Tasa interna de retorno (TIR)	62
Costo - beneficio	64
Periodo de recuperación de la inversión	63
Punto de equilibrio	
Fundamentos de mercadotecnia	64
El producto	
El precio	65
Promoción	

### **CAPITULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Antecedentes	66
Objetivos del estudio de mercado	67

Objetivo general	
Objetivos específicos	
Variables e indicadores	
Oferta	
Demanda	
Precios	68
Estrategias de servicio	
Matriz de relación	69
Técnicas de procedimientos y análisis de datos	70
Tipo de investigación efectuada	
Técnicas de investigación	
Población y muestra para el estudio de mercado	71
Población investigada	
Tabulación y presentación de resultados	74
Resultados de encuestas aplicadas a pobladores de la parroquia Cristóbal colón	
Resultados de encuestas aplicadas a turistas	87
Resultados de entrevista aplicada	101
Observación directa	103
Identificación y características del servicio	103
Análisis y proyección de la demanda	104
Análisis de la demanda	
Proyección de la demanda	105
Análisis y cobertura de mercado	107
Análisis de la oferta	
Cobertura del mercado	108
Proyección de la oferta	
Análisis de precios	109
Estrategias comerciales	110
Producto o servicio	
Precio	111
Publicidad	

Plaza o distribución	112
Conclusión del estudio	

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Localización óptima del proyecto	113
Macrolocalización	
Microlocalización	114
Tamaño del proyecto	116
Factores determinantes del tamaño	
Capacidad del proyecto	119
Ingeniería del proyecto	119
Distribución de espacios físicos	
Diseño de instalaciones	
Diseño de instalaciones	
Diagrama de flujo de servicio en general	123
Presupuesto de inversión	124
Inversión fija	
Inversión diferida	129
Capital de trabajo	

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA ESTRATÉGICA**

Aspecto estratégico del proyecto	130
Denominación del proyecto	
Misión	
Visión	
Objetivos	131
Políticas	
Principios y valores	131
Aspecto organizativo	132
Organización estructural	

Niveles administrativos	135
Nivel directivo	
Nivel auxiliar	
Nivel operativo	
Estructura del puesto	
Administrador	
Aspecto legal de funcionamiento	143
El registro único de contribuyente (RUC)	
Permiso de funcionamiento	

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Presentación	144
Estructura de la inversión	
Ingresos	145
Proyección de ingresos	
Egresos	147
Gastos administrativos	151
Gastos de ventas	154
Financiamiento	155
Gastos financieros	155
Depreciaciones	
Amortización diferidos	
Resumen de egresos	
Estados financieros	157
Estado de resultados	158
Evaluación financiera	159
Determinación de costo capital y tasa de rendimientos medio.	
Análisis del valor actual neto	160
Análisis de la tasa interna de retorno	
Análisis del periodo de recuperación de la inversión	162
Análisis del costo beneficio	162
Resumen de la evaluación financiera	163



## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS DEL PROYECTO**

Impacto socio-económico	165
Impacto comercial	167
Impacto ambiental	169
Impacto educativo	170
Impacto general	171
Conclusiones	173
Recomendaciones	175

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	30
2. MONTÚFAR POBLACIÓN TOTAL SEGÚN EL GÉNERO	35
3. SAN GABRIEL POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD	36
4. MONTÚFAR POBLACIÓN SEGÚN ÁREAS GEOGRÁFICAS	37
5. CANTÓN MONTUFAR CARACTERÍSTICAS EDUCACIONALES	37
6. MORTALIDAD A NIVEL DE PROVINCIA	38
7. CANTÓN MONTUFAR CARACTERÍSTICAS ECONOMÍA	39
8. MONTÚFAR POBLACIÓN POR GRUPOS DE OCUPACIÓN	39
9. MONTÚFAR POBLACIÓN POR RAMAS DE ACTIVIDAD	40
10. ENTRADA DE TURISTA EXTRANJEROS	41
11. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO	69
12. PARROQUIAS CRISTÓBAL COLÓN	74
13. PROVINCIA EL CARCHI	74
14. NÚMERO DE TURISTAS POR MES Y LUGAR	76
15. PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN GÉNERO	77
16. EDAD	78
17. NIVEL DE INSTRUCCIÓN	79
18. ACTIVIDAD ECONÓMICA	80
19. READECUACIÓN LAGUNA DEL SALADO	81
20. PUBLICIDAD DEL CENTRO TURÍSTICO	82
21. GESTIÓN DE LA POBLACIÓN	83
22. SERVICIO DE TRASPORTE	84
23. PREFERENCIA ATRACTIVOS TURÍSTICOS	85
24. BENEFICIOS A LA COMUNIDAD	86
25. RECURSOS ECONÓMICOS	87
26. ALTERNATIVAS DE APORTE COMUNITARIO	88
27. ADMINISTRACIÓN CENTRO TURÍSTICO	89
28. GÉNERO	90
29. EDAD	91

<b>30. NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	92
<b>31. PROCEDENCIA</b>	93
<b>32. CONOCIMIENTOS DE LUGARES TURÍSTICOS</b>	94
<b>33. TIPO DE ATRACTIVOS</b>	95
<b>34. PREFERENCIA</b>	96
<b>35. AMPLIACIÓN TURISMO</b>	97
<b>36. CONOCIMIENTO LAGUNA DEL SALADO</b>	98
<b>37. GUSTO OR EL TURISMO</b>	99
<b>38. FRECUENCIA</b>	100
<b>39. NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>	101
<b>40. SERVICIO TURÍSTICO</b>	102
<b>41. PRECIO</b>	103
<b>42. IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS</b>	107
<b>43. NÚMERO DE TURISTAS</b>	108
<b>44. TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	109
<b>45. PROYECCIÓN DEMANDA TURÍSTICA</b>	110
<b>46. LAGUNA DEL SALADO IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS</b>	112
<b>47. OFERTA POTENCIAL DE SERVICIOS A TURISTAS</b>	112
<b>48. VALOR DE TARIFA O PEAJE AL INGRESO</b>	114
<b>49. MERCADO POTENCIAL PARA EL PROYECTO</b>	121
<b>50. DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS FÍSICOS</b>	123
<b>51. INFRAESTRUCTURA CIVIL</b>	127
<b>52. VEHÍCULO</b>	127
<b>53. MUEBLES Y ENSERES</b>	128
<b>54. MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	128
<b>55. EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	129
<b>56. EQUIPO DE OFICINA</b>	129
<b>57. MENAJE</b>	130
<b>58. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS</b>	131
<b>59. GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	131
<b>60. CAPITAL DE TRABAJO</b>	132

<b>61. INVERSIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>132</b>
<b>62. CARGOS Y FUNCIONES</b>	<b>138</b>
<b>63. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN</b>	<b>147</b>
<b>64. DINÁMICA DEL FLUJO TURÍSTICO PARA EL PROYECTO</b>	<b>148</b>
<b>65. INGRESO POR PEAJE</b>	<b>148</b>
<b>66. INGRESOS POR SERVICIOS DE HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN</b>	<b>149</b>
<b>67. INGRESO POR SERVICIO DE BOTES</b>	<b>149</b>
<b>68. INGRESO POR SERVICIO DE MOTOS ACUÁTICAS</b>	<b>149</b>
<b>69. INGRESO POR SERVICIO DE RESTAURANTES</b>	<b>149</b>
<b>70. INGRESOS CONSOLIDADOS</b>	<b>150</b>
<b>71. COSTO UNITARIO DEL MENÚ</b>	<b>150</b>
<b>72. SUELDO UNIFICADO MENSUAL</b>	<b>151</b>
<b>73. PROYECCIÓN DEL COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>151</b>
<b>74. SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>152</b>
<b>75. CONSUMO DE GAS</b>	<b>152</b>
<b>76. MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>152</b>
<b>77. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO</b>	<b>152</b>
<b>78. REPOSICIÓN DE MENAJE</b>	<b>153</b>
<b>79. RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>153</b>
<b>80. SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>154</b>
<b>81. PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>154</b>
<b>82. SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>154</b>
<b>83. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>155</b>
<b>84. ÚTILES DE OFICINA</b>	<b>155</b>
<b>85. MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN</b>	<b>155</b>
<b>86. RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>156</b>
<b>87. PUBLICIDAD</b>	<b>156</b>
<b>88. TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>	<b>158</b>
<b>89. GASTO INTERÉS</b>	<b>158</b>
<b>90. DEPRECIACIONES</b>	<b>158</b>
<b>91. AMORTIZACIÓN DIFERIDOS</b>	<b>159</b>

<b>92. RESUMEN DE EGRESOS</b>	159
<b>93. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL</b>	160
<b>94. ESTADO DE RESULTADOS</b>	160
<b>95. LUJO DE CAJA</b>	161
<b>96. INVERSIONES</b>	162
<b>97. ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO</b>	163
<b>98. ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO</b>	164
<b>99. FLUJOS ACTUALIZADOS</b>	164
<b>100. TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>	165
<b>101. ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIOS</b>	165
<b>102. RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	166
<b>103. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS</b>	167
<b>104. MATRIZ DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO</b>	168
<b>105. MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL</b>	170
<b>106. MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL</b>	172
<b>107. MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO</b>	174
<b>108. MATRIZ DE IMPACTO GENERAL</b>	176

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.		Pág.
1.	POBLACIÓN TOTAL POR CANTONES	35
2.	PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN GÉNERO	77
3.	EDAD	78
4.	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	79
5.	ACTIVIDAD ECONÓMICA	80
6.	READECUACIÓN LAGUNA DEL SALADO	81
7.	PUBLICIDAD DEL CENTRO TURÍSTICO	82
8.	GESTIÓN DE LA POBLACIÓN	83
9.	SERVICIO DE TRASPORTE	84
10.	PREFERENCIA ATRACTIVOS TURÍSTICOS	85
11.	BENEFICIOS A LA COMUNIDAD	86
12.	RECURSOS ECONÓMICOS	87
13.	ALTERNATIVAS DE APORTE COMUNITARIO	88
14.	ADMINISTRACIÓN CENTRO TURÍSTICO	89
15.	GÉNERO	90
16.	EDAD	91
17.	NIVEL DE INSTRUCCIÓN	92
18.	PROCEDENCIA	93
19.	CONOCIMIENTOS DE LUGARES TURÍSTICOS	94
20.	TIPO DE ATRACTIVOS	95
21.	PREFERENCIA	96
22.	AMPLIACIÓN TURISMO	97
23.	CONOCIMIENTO LAGUNA DEL SALADO	98
24.	GUSTO POR EL TURISMO	99
25.	FRECUENCIA	100
26.	NIVEL DE SATISFACCIÓN	101
27.	SERVICIO TURÍSTICO	102
28.	PRECIO	103
29.	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	147

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>No.</b>		<b>Pág.</b>
1.	MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI	118
2.	SECTOR LAGUNA DEL SALADO	119
3.	DISEÑO DE LA PLANTA	124

## **INTRODUCCIÓN**

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido, para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben partes fundamentales del Proyecto o Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

**Antecedentes.-** La provincia del Carchi fue creada el 19 de noviembre de 1880, se encuentra ubicada al norte del País, formada por 6 cantones; Tulcán, Montúfar, Espejo, Bolívar, Mira y Huaca. La provincia del Carchi es apta para el turismo ecológico, el excursismo y el turismo agrario entre otros.

Uno de sus Cantones es Montúfar ubicado al centro de la provincia del Carchi su cabecera Cantonal es San Gabriel. El pueblo ostenta con orgullo el “procerato del trabajo”, como un testimonio imperecedero de coraje, valor y querencia a su tierra. En este cantón las actividades comerciales han cobrado gran impulso unido al gran potencial turístico al ser patrimonio cultural de nuestro país y por poseer sitios como: Cascada de Palúz, bosque de los Arrayanes, gruta de la Paz y piscinas de Chilgual. Además, en él se desarrollan ferias como de la papa, ganado vacuno, entre otros.

En la jurisdicción de la parroquia Cristóbal Colón con 2.932 habitantes y a 5 Km. de la ciudad de San Gabriel se encuentra un embalse lacustre que data su construcción de 70 años atrás, con una extensión de 2,4 has.

Conformada por una vía de circunvalación de 2.790 mts. Con una vegetación natural compuesta por cartuchos, rosas, totora, lirios, que en su interior albergan nidales de patos y colibríes, toma el nombre de Laguna del Salado.



Los recursos naturales como generadores de fuentes de trabajo y sostén de la economía, no han sido usados de una manera eficaz para lograr su aprovechamiento y conservación. Es allí entonces donde se origina el problema. En el desaprovechamiento de los recursos naturales, ya que al no darle el tratamiento adecuado, no se logra alcanzar el desarrollo del lugar y llamar la atención suficiente del turista.

La falta de mantenimiento disminuye de sobremanera el turismo, puesto que se puede observar un lugar sin vida por la totora que impide visualizar su color. Por el contrario todo visitante desearía encontrar una laguna con matices verdes o azules que se combinan según como se mire, limpia, cuidada; convirtiéndose, después, en un sitio de distracción que ayude a contrarrestar el estrés de la ciudad, despertando en el turista el deseo de volver.

Una de las causas que da como origen el desaprovechamiento de los recursos naturales es el descuido de la laguna, ya que las autoridades por contar con bajo presupuesto y falta de financiamiento no tienen oportunidad de explotar este lugar como deberían hacerlo, convirtiéndose en un sitio poco llamativo. Además la contaminación acelerada de la laguna amenaza con la fragilidad de sus aguas, vegetación, fauna y su entorno en general. El deterioro de la vegetación natural compuesta por cartuchos, totoras, lirios que en su interior alberga nidales de patos y colibríes también da origen al problema; además a las causas antes mencionadas se suma la falta de atractivos turísticos que crea un ambiente desolado. Podríamos decir entonces que es evidente la falta de una readecuación que genere mayor número de turistas.

En efecto, todo lo antes expuesto traerá consigo serios problemas ambientales y/o agotamiento de dichos recursos, perjudicando así la calidad de vida de un pueblo. La extinción de la vegetación y la fauna son también un efecto desastroso, puesto que ellos no podrán vivir y

desarrollarse en su habita normal; además provoca una disminución notable de turistas, quienes al no encontrar la laguna llamativa e interesante, optan por visitar otros lugares fuera del cantón, provocando así perjuicios al mismo, pues si existiera predisposición de autoridades y habitantes podría considerarse como un importante fuente de ingreso para la población.

Si no se soluciona este problema, es muy seguro que en el futuro encontraremos consecuencias de degradación ambiental, deforestación, contaminación y pérdida de un recurso natural importantísimo en la zona, convirtiéndose posiblemente en un completo basurero abandonado por todos e inhabitable para la fauna; de igual manera, ya no existirán turistas interesados en visitarlo, por eso se debe crear conciencia en los habitantes y autoridades para conservar este recurso natural.

**Justificación.-** La implementación de atractivos turísticos en la laguna del Salado será importante; ya que generará un incremento económico tanto en la parroquia como en el cantón. Este proyecto permitirá la generación de un modelo de desarrollo y ejemplo a seguir por parte de otras poblaciones y autoridades de otros municipios que verán en esta readecuación un incentivo para mejorar y aprovechar los recursos de su zona que se encuentran descuidados; además, no altera la integridad de los ecosistemas, ni la cultura local, por el contrario, aporta al mejoramiento de una bella zona de nuestro país.

Este trabajo de investigación, ha sido posible desarrollar gracias a la ayuda directa en información de parte del Municipio de Montúfar; y, el proyecto diseñado es posible ejecutarlo también por la predisposición del indicado Municipio que coadyuvará en la inversión y obras necesarias. Para la ejecución del proyecto el Municipio del cantón Montúfar tiene destinado la partida presupuestaría Nro. 41-75-01-99-37, por un valor de 130.000 USD y 50.000 USD donados por el Consejo Provincial del Carchi.

Además contribuirá a solucionar una problemática que tiene la mayoría de países subdesarrollados, como es la no explotación racional de los recursos naturales y el no aprovechamiento de los mismos; de igual manera, permitirá que la provincia en general sea reconocida, siendo esta apta para reportajes de radio y televisión, que dé a conocer la riqueza natural de la zona.

**Objetivos.-** Como objetivo general se planteó: Realizar un estudio de factibilidad para la readecuación e implementación de atractivos turísticos en la laguna del Salado, parroquia Cristóbal Colón, Cantón Montúfar, Provincia del Carchi.

El estudio realizado se trazó como objetivos específicos los siguientes:

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Montúfar y del sector de la Laguna del Salado; en los aspectos históricos, geográficos, sociales, económicos y ambientales.

Establecer las bases teóricas que permitan sustentar en forma científica todas las fases del diseño del Proyecto de Factibilidad.

Realizar el estudio de mercado para determinar la factibilidad de atractivos turísticos en la laguna del Salado, a través del análisis y determinación de la oferta, demanda, precios y competencia de los servicios turísticos en el área de investigación.

Efectuar un Estudio Técnico, a fin de establecer la localización, tamaño o capacidad de prestación del servicio, aspectos de ingeniería del proyecto, presupuesto técnico de inversiones fijas, variables y diferidas.

Realizar un estudio económico y financiero, con la finalidad de cuantificar el volumen de ventas del servicio, presupuesto de costos y gastos, formular los estados financieros proforma y presentar los

resultados de la evaluación financiera. Todos estos aspectos concluyen en la determinación de la viabilidad o factibilidad del presente proyecto.

Determinar los principales impactos que puede generar el funcionamiento del Proyecto: a nivel social, económico, educativo-cultural y ambiental.

## **CAPÍTULO I**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

Con el diagnóstico situacional desarrollado se trata de caracterizar objetivamente el área donde se implementará el proyecto, enfocando aspectos como: históricos, geográficos, socio-demográficos y actividades económicas del Cantón Montúfar. Se trata de un diagnóstico situacional general, puesto que el diagnóstico técnico lo efectuaremos previo al desarrollo del capítulo relacionado al Estudio de Mercado.

#### **ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS.-**

Metodológicamente, iniciaremos planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstico y determinando las fuentes de información. A continuación detallamos los aspectos señalados.

#### **Objetivos diagnósticos**

A continuación se formulan los objetivos a alcanzar con el análisis de información recopilada para desarrollar el diagnóstico situacional planteado.

##### **General:**

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Montúfar y del sector de la Laguna del Salado; en los aspectos históricos, geográficos, sociales, económicos y ambientales.

##### **Específicos:**

- a) Establecer los antecedentes históricos del cantón Montúfar.

- b)** Determinar los aspectos geográficos y de recursos naturales.
- c)** Examinar los aspectos socio-demográficos.
- d)** Investigar las actividades económicas de su población.
- e)** Analizar el aspecto ambiental del Cantón y particularmente de la laguna del Salado.

### **Variables Diagnósticas**

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis, se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación detallamos:

- a)** Antecedentes históricos del Cantón Montúfar
- b)** Aspectos geográficos del área de investigación
- c)** Aspectos socio-demográficos
- d)** Situación socio – económica
- e)** Aspecto ambiental

### **Indicadores:**

- a)** Datos Históricos
- b)** Información geográfica
- c)** Datos socio-demográficos
- d)** Actividades económicas
- e)** Factores ambientales

## CUADRO Nro. 1

### Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	PÚBLICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer los antecedentes históricos del Cantón Montúfar</li> <li>• Determinar la ubicación geográfica del área de investigación</li> <li>• Analizar datos socio-demográficos del Cantón Montúfar</li> <li>• Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.</li> <li>• Analizar el aspecto ambiental del Cantón y particularmente del Salado</li> </ul>	Antecedentes Históricos del Cantón Montúfar	Datos históricos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación Bibliográfica-Documental</li> </ul>	Censo de Población y vivienda Nov. 2010
	Aspectos geográficos	Información geográfica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes secundarias</li> <li>• Internet</li> <li>• Referencias estadísticas</li> </ul>	Municipio del Cantón Montúfar
	Caracterización demográfica del Cantón Montúfar	Datos Poblacionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes secundarias</li> </ul>	Censo de Población y vivienda Nov. 2010
	Situación socio-económica	Actividades económicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuente secundaria</li> </ul>	Censo de Población y vivienda Nov. 2010
Aspecto ambiental		Factores ambientales		Dep. de Turismo Mun. Montúfar

**FUENTE:** Formulación de objetivos, variables e indicadores

**ELABORACIÓN:** La Autora.

### Fuentes de Información

Para efectuar el presente diagnóstico situacional, se recurrió a información estadística del INEC, información documental del Municipio de Montúfar, Ministerio de Turismo y Ambiente, entrevistas y observación directa (visitas al lugar donde se desarrollará la investigación que conduzca a formular el proyecto económico productivo planificado).

## **ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Seguidamente se pasa a analizar cada una de las variables determinadas para desarrollar el presente diagnóstico general o situacional. Las variables serán medidas con los indicadores señalados, para lo cual se hizo necesario desplegar la búsqueda de información y datos, especialmente de fuentes secundarias, entrevistas y observación directa de la zona donde se ubicará el proyecto.

### **Antecedentes históricos**

#### **Provincia del Carchi**

La provincia del Carchi fue creada el 19 de noviembre de 1880. Tiene una superficie aproximada de 3.699 kilómetros cuadrados; limita al norte con Colombia, al sur con la provincia de Imbabura, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas. Está localizada en la región interandina. Tiene una población, según el Censo de 2010 de 164.524 habitantes, distribuidos en seis cantones: Tulcán, Montúfar, Espejo, Mira, Bolívar y Huaca.

En la provincia del Carchi, a más de la población mestiza que habita en los seis cantones, se encuentra la comunidad indígena awá kuaiker, con su idioma awapit, dispersa en la parte occidental de la provincia. Al sur están los valles de Bolívar, Mira y del Chota, con su etnia afro ecuatoriana. Según el Censo de 2010, se estima que el 3.4% le corresponde a la población indígena rural y la negra del 6.4%. El cantón con mayor población negra es Mira y los de menor porcentaje son Montúfar y Huaca.

#### **Cantón Montúfar**

El cantón Montúfar fue fundado el 27 de septiembre de 1905. El nombre de Montúfar se debe al Coronel Carlos Montúfar, prócer de la



independencia ecuatoriana y uno de los más ilustres militares forjadores de nuestra emancipación. La actual ciudad de San Gabriel alcanzó su independencia político-administrativa, lo que la convertía en el segundo Cantón de la Provincia del Carchi.

La cantonización misma de San Gabriel se produjo a raíz de un ligero incidente producido entre los señores Luciano Carrera, próspero hacendado de San Gabriel y José Joaquín Mera, encargado de la presidencia del Municipio de Tulcán. Con este motivo se produce la primera reunión de varios San Gabrieleños en la hacienda el Vínculo para tratar de la posible cantonización de San Gabriel.

Este hecho ocurre en el mes de octubre de 1901, más tarde, el mismo señor Carrera, organizó a la población por estar en desacuerdo ante una serie de impuestos que el Municipio de Tulcán iba a imponer a los agricultores de San Gabriel. Circunstancia que permitió el 27 de octubre de 1902 conformar la llamada "Sociedad Patriótica de San Gabriel", la que solicitó, formalmente, la elevación a la categoría de cantón a la parroquia de San Gabriel, hecho que ocurrió el 19 de septiembre de 1905, siendo sancionando el Decreto Ejecutivo con fecha de 27 del mismo mes y año.

Desde el punto de vista histórico, en el territorio del actual cantón Montúfar habitaron pobladores que pertenecían a las fases Capulí, Piartal y Tusa, con la singularidad de que los investigadores, especialmente Alicia Enderton de Francisco, Robert Drole, Emilio Grijalva, Max Uhle, Germán Bastidas, entre otros, centraron su atención y estudio en lo que ocurrió en este espacio geográfico. Cabe aclarar que la población del cantón pertenece a las etnias Mestiza Pasto.

San Gabriel es la capital del Cantón, fue declarada Patrimonio Nacional, como consecuencia de su entorno arquitectónico y su belleza natural. Su pueblo, ostenta el título de "Procerato del Trabajo", otorgado por el

Congreso Nacional en 1934, fruto de su gesta minguera al construir la vieja y desaparecida carretera oriental, que unió la ciudad de Tulcán e Ibarra, a base de mingas, solamente con el esfuerzo y recursos económicos de su gente. Es un pueblo único que ha labrado su propio destino.

Geográficamente, la localización cantonal y límites son los siguientes:

**Norte:** Cantón San Pedro de Huaca, Tulcán

**Sur:** Cantón Bolívar, Provincia Sucumbíos

**Este:** Provincia Sucumbíos

**Oeste:** Cantón Espejo y Bolívar

El país ha contado con importantes recursos económicos, producto de su riqueza natural: petróleo, riqueza ictiológica, camarones, flores, café, remesas de migrantes. En el caso de la Provincia del Carchi y sobre todo Montúfar son productores de papa, ganado lechero y artesanías. Posee importantes potencialidades turísticas y de producción alternativa.

El cantón Montúfar está formado por cinco parroquias rurales que son las siguientes: La Paz, San Vicente de Pusir, Cristóbal Colón, Piartal, Fernández Salvador y Chitán de Navarrete. Además, cuenta con dos parroquias urbanas como son San José y González Suárez.

A continuación se exponen otros aspectos importantes de su ambiente y recursos:

- Altitud: 2.200 - 3400 m.s.n.m.
- Clima: Templado a frío; media anual 12,5 °C
- Periodo de lluvias: Octubre hasta Abril
- Periodo seco: Mayo hasta Septiembre
- Hidrografía: Se encuentra atravesado por los ríos:
- Minas, Cuasmal, Apaqui, San Gabriel
- Páramo de frailejones, bosque siempre verde, montaña alta, bosque nublado, valle interandino.

Además cuenta con importantes centros turísticos visitados constantemente por turistas de todas partes del país; así se tiene: la Laguna del Salado, la Cascada de Paluz, la Gruta de la Paz, el Bosque de los Arrayanes, entre otros. Centros turísticos que deben ser mejorados en su presentación y servicios, con el fin de asegurar mayores ingresos económicos y creación de nuevos empleos para la población es aledañas.

### **Laguna del Salado**

Esta laguna se encuentra situada a tan sólo 4 kilómetros de la ciudad de San Gabriel, contados desde la panamericana norte. Es un lugar, de abundante totora, la cual es aprovechada por un asentamiento indígena para elaborar artesanalmente las alfombras naturales denominadas esteras. Hermosa e impresionante laguna, sus transparentes aguas la convierten en un lugar propicio para encontrar la paz y la tranquilidad de quienes la visitan.

**Origen:** En el lugar, antiguamente pantanoso, fue aprovechado para embalsar sus aguas. La fuente de alimentación es el río Totoral o San Miguel.

**Extensión:** Este hermoso sitio turístico tiene 500 metros de largo por 200 metros de ancho y con una extensión de 24 has, aproximadamente.

**Clima:** La laguna El Salado presenta una temperatura promedio de 12 grados centígrados.

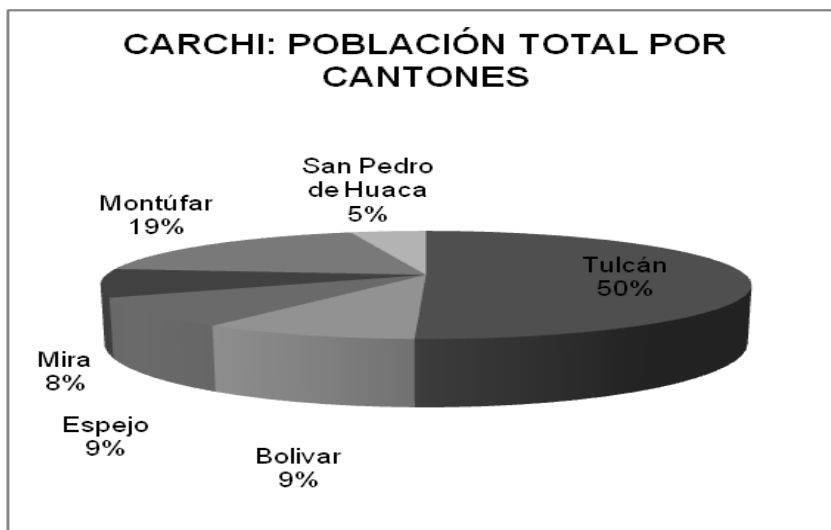
**Ubicación:** Está localizado a 45 kilómetros de Tulcán y a 4 kilómetros de la ciudad de San Gabriel cantón Montúfar.

### **Datos socio-demográficos**

Principal recurso para la implantación de cualquier proyecto económico productivo es su población.

De allí la necesidad de caracterizar al área de influencia del presente proyecto en sus aspectos socio-demográficos.

**Gráfico N° 1**



**FUENTE:** INEC, Censo de Población y de Vivienda. Año 2010  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

Como se puede apreciar claramente el cantón Montúfar, a nivel población al ocupar el segundo lugar de toda la provincia en cuanto al número de habitantes que posee, lo que la convierte en una ciudad atractiva para el desarrollo económico, social, educacional y cultural de esta zona.

**CUADRO N° 2**

**MONTÚFAR: POBLACIÓN TOTAL SEGÚN GÉNERO**

GÉNERO	POBLACIÓN	%
Hombre	14.910	48,87 %
Mujer	15.601	51,13 %
Total	30.511	100,00 %

**FUENTE:** INEC , Censo 2010  
**ELABORACIÓN:** La Autora

En el cantón Montúfar más de la mitad de la población es de género femenino, clara tendencia que se repite en otras ciudades del país, posiblemente por causa de la migración interna como externa de los hombres de una ciudad a otra, o hacia otros países para buscar mejores

oportunidades, lo que desencadena en la ruptura de las familias. Para solucionar este problema las autoridades y la empresa privada deberían preocuparse en generar más fuentes de empleo.

### CUADRO Nº 3

#### SAN GABRIEL: POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD

GRUPOS DE EDAD	POBLACIÓN	%
1. De 0 a 5 Años	2.426	11,50 %
2. De 6 a 17 Años	5.174	24,53 %
3. De 18a 29 Años	4.188	19,85 %
4. De 30 a 39 Años	2.802	13,28 %
5. De 40 a 49 Años	2.263	10,73 %
6. De 50 a 64 Años	2.334	11,06 %
7. De 65 y más	1.909	9,05 %
<b>Total</b>	<b>21.096</b>	<b>100,00 %</b>

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

Montúfar posee una gran cantidad de su población en edades de menos de 15 años, este factor puede estar relacionado con lo antes mencionado acerca de la migración, lo que reduce enormemente su población económicamente activa. Para contrarrestar esta condición se debe dar más oportunidades a personas entre los 65 años y más que salen del grupo de PEA que muchas veces pueden ayudar con su experiencia en áreas fundamentales para el desarrollo de la ciudad.

### CUADRO Nº 4

#### CANTÓN MONTÚFAR: POBLACIÓN SEGÚN ÁREAS GEOGRÁFICAS

DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS	ABSOLUTA	%
Total	30511	100%
Área Urbana	13425	44%
Área Rural	17086	56%

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

La mayoría de habitantes del Cantón están asentados en zonas rurales; situación comprensible, debido a que mucha gente se dedica a la agricultura y ganadería; aunque estas son actividades que han permitido el crecimiento económico del cantón, no ha pasado lo mismo en cuanto a turismo se refiere. Para encontrarle solución a este problema se debe buscar la unión de las organizaciones campesinas asentadas en el sector, con la finalidad de buscar otra actividad económica complementaria, lo que permitiría dinamizar y diversificar la fuente de ingresos económicos.

### CUADRO Nº 5

#### CANTÓN MONTÚFAR: CARACTERÍSTICAS EDUCACIONALES

NIVEL DE INSTRUCCIÓN	ABSOLUTA	%
<b>Población de 5 años y más</b>	<b>25612</b>	<b>100%</b>
<b>Ninguno</b>	1382	5,4%
<b>Centro de alfabetización</b>	109	0,4%
<b>Primario</b>	15901	62,1%
<b>Secundario</b>	4716	18,4%
<b>Post-bachillerato</b>	137	0,5%
<b>Superior</b>	1337	5,2%
<b>Postgrado</b>	16	0,1%
<b>Se ignora</b>	2014	7,9%

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

Más de la mitad de los habitantes de Montúfar han completado su instrucción primaria, y una buena parte continúan con la educación secundaria y superior; pues este hecho incrementa las posibilidades de obtener mejores oportunidades en el exigente mundo de hoy en día. No obstante, se debe incentivar en la población el hábito de la educación a través de becas otorgadas por las organizaciones responsables.

## CUADRO Nº 6

### MORTALIDAD A NIVEL DE PROVINCIAL

CARCHI: POBLACIÓN DE MADRES DE 15 A 49 AÑOS DE EDAD QUE TUVIERON SU ÚLTIMO HIJO						
NACIDO VIVO EN EL AÑO ANTERIOR AL CENSO Y SOBREVIVENCIA DEL MISMO, SEGÚN ÁREA						
Censo 2001 – 2010						
		2001			2010	
ÁREA	Total Madres	Hijos nacidos	Sobrevivencia	Total Madres	Hijos nacidos	Sobrevivencia
		vivos en			vivos en	
		último año			último año	
<b>TOTAL</b>	<b>4114</b>	<b>4114</b>	<b>3958</b>	<b>3408</b>	<b>3408</b>	<b>3345</b>
<b>URBANA</b>	1493	1493	1446	1474	1474	1450
<b>RURAL</b>	2621	2621	2512	1934	1934	1895

**FUENTE:** INEC, Censo 2010

**ELABORACIÓN:** La Autora

En cuanto a la mortalidad infantil en términos generales ha sufrido una leve disminución favorable, aunque lo ideal sería que esto no suceda; pero ello se logra gracias a la creación de más centros de asistencia a lo largo de la provincia para tratar de prevenir la muerte en niños recién nacidos por causa de desnutrición, malformaciones congénitas y muchas veces malas prácticas médicas.

#### **Actividades económicas**

Para el presente proyecto es necesario referirse a la dedicación económica de la población en estudio. Esta importante referencia permitirá direccionar la actividad de la microempresa a instalarse.

## CUADRO Nº 7

### CANTÓN MONTÚFAR: CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS

GÉNERO	Área	P.E.A. (10 y más años)
<b>HOMBRES</b>	1. Urbana	3.796
	2. Rurral	4.312
	<b>Total</b>	8.108
<b>MUJERES</b>	1. Urbana	2.636
	2. Rurral	1.798
	<b>Total</b>	4.434
<b>TOTAL</b>	1. Urbana	6.432
	2. Rurral	6.110
	<b>TOTAL</b>	12.542

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

Se puede apreciar que en el Cantón Montúfar, la mayor parte de su población de acuerdo a los datos del último censo, se encuentra en el grupo de la población económicamente inactiva. Esto se puede comprender por la gran cantidad de personas de la tercera edad y niños, lo que afecta directamente a la categoría laboral; ya que no se puede disponer de mano de obra en mayor cantidad para las tareas habituales de la zona como la agricultura. Se podría pensar en la posibilidad de reinsertar a estas personas al plano laboral en tareas que no requieran esfuerzo físico.

## CUADRO Nº 8

### MONTÚFAR: POBLACIÓN POR GRUPOS DE OCUPACIÓN

Grupo de ocupación (Primer nivel)	Nº	%
Directores y gerentes	174	1,39 %
Profesionales científicos e intelectuales	1.050	8,36 %
Técnicos y profesionales del nivel medio	248	1,97 %
Personal de apoyo administrativo	472	3,76 %
Trabajadores de los servicios y vendedores	1.402	11,16 %
Agricultores y trabajadores calificados	2.520	20,06 %
Oficiales, operarios y artesanos	1.207	9,61 %
Operadores de instalaciones y maquinaria	654	5,21 %
Ocupaciones elementales	3.833	30,51 %
Ocupaciones militares	9	0,07 %
no declarado	767	6,11 %
Trabajador nuevo	226	1,80 %
<b>Total</b>	<b>12.562</b>	<b>100,00 %</b>

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora



La mayor parte de habitantes están empleados en el sector primario, que se lo puede relacionar con la actividad agrícola y pecuaria; esto debido a la falta de capacitación en nuevas tecnologías que no les permite modernizar sus sistemas de producción. Para darle solución a este particular, se debe capacitar a las personas para que se involucren en el desarrollo de su Cantón, diversificando y buscando nuevas fuentes de empleo e ingreso.

### CUADRO Nº 9

#### CANTÓN MONTÚFAR: POBLACIÓN POR RAMAS DE ACTIVIDAD

Rama de actividad (Primer nivel)	Nº	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	5.858	46,63 %
Explotación de minas y canteras	10	0,08 %
Industrias manufactureras	910	7,24 %
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	29	0,23 %
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	12	0,10 %
Construcción	390	3,10 %
Comercio al por mayor y menor	1.248	9,93 %
Transporte y almacenamiento	581	4,63 %
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	185	1,47 %
Información y comunicación	142	1,13 %
Actividades financieras y de seguros	62	0,49 %
Actividades inmobiliarias	10	0,08 %
Actividades profesionales, científicas y técnicas	84	0,67 %
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	128	1,02 %
Administración pública y defensa	465	3,70 %
Enseñanza	886	7,05 %
Actividades de la atención de la salud humana	177	1,41 %
Artes, entretenimiento y recreación	32	0,25 %
Otras actividades de servicios	123	0,98 %
Actividades de los hogares como empleadores	228	1,81 %
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	2	0,02 %
No declarado	774	6,16 %
Trabajador nuevo	226	1,80 %
<b>Total</b>	<b>12.562</b>	<b>100,00 %</b>

FUENTE: INEC, Censo 2010

ELABORACIÓN: La Autora

En el Cantón existe una gran cantidad de personas que no poseen un trabajo estable; esto se debe, en gran parte a la escases de empleo, pero también puede asociarse a la falta de preparación académica. Un ejemplo

claro de lo que ocasiona esta inestabilidad laboral se evidencia en el aumento alarmante de la delincuencia. Para evitar estos repuntes de problemas sociales se debe regularizar a los comerciantes informales y fomentar más plazas de trabajo, generando así nuevas posibilidades de ingresos para las familias.

En cuanto a la actividad turística, como una rama económica, ésta es muy limitada. Los visitantes del interior del país y los extranjeros que llegan al Cantón, no tienen mayor distracción, por la falta de lugares propicios para desarrollar la actividad turística. Incluso, la misma población de San Gabriel y sus parroquias tienen muy pocos atractivos de diversión y descanso. La Laguna del Salado, pese a las potencialidades turísticas por el paisajístico ambiente natural no ha recibido la atención necesaria por parte de organismos públicos, peor aún del sector privado.

**CUADRO Nº 10**  
**ENTRADA DE TURISTAS EXTRANJEROS**

MES	2007	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/2010
ENE	84,070	92,378	86,544	96,109	105,541	<b>9.81</b>
FEB	69,534	74,174	72,742	89,924	86,424	<b>-3.89</b>
MAR	74,929	77,946	72,226	82,452	87,486	<b>6.11</b>
ABR	67,788	67,557	72,910	70,540	87,509	<b>24.06</b>
MAY	68,583	74,667	70,277	77,618	82,811	<b>6.69</b>
JUN	85,769	89,262	89,889	91,602	99,944	<b>9.11</b>
JUL	101,088	109,250	102,571	110,545	117,997	<b>6.74</b>
AGO	91,309	96,336	87,221	95,219	98,987	<b>3.96</b>
SEP	64,966	73,757	68,124	71,776	80,083	<b>11.57</b>
OCT	72,365	79,814	77,960	83,701	88,338	<b>5.54</b>
NOV	73,273	83,458	76,965	81,253	92,566	<b>13.92</b>
DIC	83,813	86,698	91,070	96,359	113,292	<b>17.57</b>
<b>TOTAL</b>	<b>937,487</b>	<b>1,005,297</b>	<b>968,499</b>	<b>1,047,098</b>	<b>1,140,978</b>	<b>8.97</b>

FUENTE: [www.Ministerio de Turismo.gob.ec](http://www.Ministerio.deTurismo.gob.ec)

ELABORACIÓN: La autora

Ecuador al ser uno de los Países con mayor Biodiversidad existente; es tomado en cuenta por los turistas extranjeros para sus visitas. En la

actualidad el Ministerio de Turismo se ha preocupado en mejorar y conservar lugares considerados únicos en el mundo; y ha destinado los recursos necesarios para el desarrollo de los mismos.

De esta manera podemos darnos cuenta que según el Cuadro en el año 2011 existió una variación del 8.7% de incremento turístico.

### **Aspecto ambiental del área de investigación**

El agua de la Laguna del Salado tiene problemas de oxigenación, a causa de la escases de intercambio permanente de sus aguas y a una serie de desperdicios provocados por cultivo aledaños; poniendo en peligro la abundancia de plantas, algas y especies menores que contiene sus aguas.

Sus riveras son pantanosas en el sector sur, mientras que en el resto del entorno, se presentan firmes. Cuenta con un camino de circunvalación de tercer orden (tierra), que se encuentra en mal estado.

A parte de su fisonomía general descrita, cuenta además con otros elementos de Interés turístico, como los siguientes:

**Fauna:** Las especies animales que se han podido observar en los alrededores de la laguna son: colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa.

**Especies Simbólicas:** Las especies simbólicas se caracterizan por tangaras, patos, colibríes, lechuzas, quacza, tórtolas, tuqunas, mirlos y quilicos.

**Flora:** En lo que respecta a la flora, encontramos varias especies vegetales que llama la atención de turistas, está compuesta por: sauces, totoras, pastos, orquídeas, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.

**Plantas Nativas:** Las plantas nativas de esta laguna son eucaliptos, pinos, encino, acacias, pastos, zuros, plantas de taxo, capulí, y orquídeas.

**Haciendas:** La laguna se encuentra rodeada por las Haciendas agrícolas y ganaderas: La Campiña, El Salado y El Carmen.

Esta laguna ofrece una combinación paisajística de cultivos, bosques y agua, que por el descuido de autoridades y la propia comunidad, hoy en día no está considerada como un centro turístico, pero que sus potencialidades descritas, bien pueden ser aprovechados haciendo alguna inversión en el adecentamiento de este lugar.

## **DIAGNÓSTICO EXTERNO**

Por tratarse de un nuevo proyecto a implantarse, se realizara un diagnóstico situacional para determinar AORR; por lo que es necesario conocer el entorno donde funcionará el nuevo emprendimiento.

### **Aliados**

La población del Cantón Montúfar, segunda en la provincia en cuanto a habitantes que en días feriados y fines de semana requieren de un lugar de descanso y diversión.

Los turistas del interior del país, amantes de contemplar las bellezas naturales que ofrecen muchos lugares paradisíacos de la región interandina del Ecuador.

Los turistas extranjeros que vienen a Ecuador, considerando que el nuestro es un país con la mayor riqueza en biodiversidad. La laguna del Salado, que será remodelado, adecentado y con nuevos servicios, de seguro será un atractivo para este tipo de clientes turísticos.

El Ilustre Municipio del cantón Montúfar, que ha ofrecido invertir en el arreglo de este lugar y sólo espera que exista un proyecto bien diseñado que asegure un buen servicio a los turistas y tenga sustentabilidad económica y financiera.

Otras instituciones públicas, como el Ministerio de Turismo, que han comprometido sus esfuerzos por hacer del turismo nacional una gran fuente de divisas, ingresos y empleo para los ecuatorianos.

### **Oponentes**

Los empresarios turísticos ubicados en la zona urbana, que tienen otro tipo de atractivos ciudadanos para los turistas.

Propietarios o administradores de otros centros turísticos como los ubicados en La Paz, Tufiño o Ambuquí, que verían en la Laguna del Saldo una real competencia y disminución de turistas en esos lugares.

Personas anti ecologistas que no gustan de la sana diversión contemplando el ambiente natural.

### **Oportunidades**

Con una gran oportunidad de progreso y crecimiento, cuenta el segundo cantón en cuanto a población de la Provincia del Carchi, pues disfrutará en el futuro de un lugar natural que brinde servicios de comodidad y sana diversión a los visitantes.

La predisposición del Municipio del Cantón Montúfar al efectuar las inversiones necesarias para la readecuación de la laguna del Salado.

La actual administración estatal viene apoyando a Municipios, comunidades y microempresas que se decidan por emprender negocios turísticos, que sin dañar el medio ambiente, fomenten el turismo tanto nacional como internacional.

La actividad turística en la laguna del Salado contribuirá al desarrollo del sector, incrementando el número de visitantes, creando fuentes de empleo e ingresos a los involucrados en el proyecto.

## **Amenazas o riesgos**

Condiciones climáticas adversas, que puedan, en cierta medida, disminuir el número de turistas; e inclusive, poner en riesgo al embalse de aguas de la laguna.

La falta de ayuda por parte de las autoridades competentes para éste sector, considerando que los gastos de operación y mantenimiento deben incrementarse permanentemente, con el fin de mantener el negocio e incrementar servicios a los visitantes.

La inestabilidad político-administrativa, local y nacional, que puedan afectar las decisiones de mayores inversiones y de mantenimiento del centro turístico a implantarse.

Recesión económica que disminuye el poder adquisitivo.

## **PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

Después de haber efectuado el diagnóstico situacional general y diagnóstico externo; se puede afirmar que el Cantón Montúfar y particularmente el sector de la Laguna del Salado, poseen suficientes características especialmente ambientales y potencialidades turísticas como para implantar un proyecto económico-productivo. De allí la necesidad de desarrollar todo el proceso investigativo que conlleve a formular la propuesta con el siguiente tema:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO; DE LA PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI.**

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

El marco teórico amplía la descripción del problema, integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas. Todos sabemos que la ciencia está estructurada por dos elementos básicos: la teoría y el método de trabajo. Toda investigación requiere un conocimiento presente de la teoría que explica el área fenómenos de estudio, ayuda a precisar y organizar lo elementos contenidos en la descripción del problema o necesidad, de tal forma que puedan ser manejados y convertidos en acciones concretas.

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada. A continuación se presenta una síntesis de lo abordado en cada uno de ellos.

Con el desarrollo del presente capítulo se cumple con el objetivo formulado: Establecer las bases teóricas que permitan sustentar en forma científica todas las fases del diseño del Proyecto de Factibilidad para la readecuación e implementación de atractivos turísticos en la laguna del Salado, de la parroquia Cristóbal Colón, Cantón Montúfar, provincia del Carchi.

### **TURISMO**

Se aborda este tema, por cuanto el problema o necesidad a satisfacer sobre lo cual que se está investigando, tiene que ver con la actividad turística.

## Definición

**GURRÍA, Manuel (2007), Pág. 14, manifiesta: “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”.**

El turismo, para unos es parte del sector secundario y para otros forma parte del sector terciario de la economía ecuatoriana, que tiene relación al servicio que se puede otorgar a las personas o grupos humanos que se trasladan para tener momentos de distracción y descanso. La actividad turística, como cualquier otro bien o servicio económico, se ha constituido en verdaderos mercados turísticos nacionales, locales e internacionales.

## Mercado Turístico

**JIMÉNEZ, Luis (2010), Pág. 4, define: “Un real espacio de encuentro intercultural, respetuoso y sano, en la medida en que se logren encontrar grupos de gentes con intereses comunes, como el conocimiento y defensa del medio ambiente, el respeto por las diferencias culturales, la protección de los paisajes con sus patrimonios naturales, arqueológicos y culturales”.**

Entonces, en esta época moderna se ofertan un sin número de productos turísticos y lugares, los cuales tienen demanda para ser de la visita mucho más placentera. Como en todo mercado, en el sector turístico también están presentes la oferta, la demanda y las demás variables del mercado como son el precio o tarifas y la competencia.

## Oferta

**URBINA, Baca; (2006), Pág. 48, define: “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.**

Con este concepto el autor indica que la oferta está orientada a conocer a grupos de proveedores presentes en el mercado en el caso de productos



y servicios existentes y nuevos a identificarse. La oferta turística la realizan los particulares y también el sector público. Por ejemplo en turismo de compras más la realizan las empresas privadas. El turismo ecológico o natural más es ofertado por instituciones del gobierno, llámense Municipios, Gobiernos Provinciales y otros.

## **Demanda**

***URBINA, Baca; (2006), Pág. 17, define: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para lograr la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.***

Lo descrito por el autor señala que la demanda es la cantidad de un servicios puesto a disposición del consumidor en un mercado determinado.

La demanda por los servicios turísticos en nuestro país ha tenido un crecimiento sostenido, tomando en cuenta los últimos 5 años. Los consumidores por servicios turísticos, especialmente relacionados al medio natural, son personas y grupos humanos tanto nacionales como extranjeros, que viene dinamizando en forma general a la economía nacional, destacándose como un importante sector que contribuye con el ingreso de divisas, nuevos empleos, recursos, ingresos y movimiento económico general del país.

## **Importancia**

Luego de un ligero pero importante análisis del funcionamiento del mercado turístico, corresponde ahora destacar la importancia de esta actividad que bien convirtiéndose en un renglón económico de mucha expectativa. El turismo es muy importante por las siguientes razones:

Genera fuentes de trabajo e identidad nacional.

Eleva el auto estima de los residentes y naturales de un territorio.

Moviliza mucho dinero en efectivo que se distribuye al igual en muchas personas alternativamente.

Beneficia a los que directamente trabajan en el sector, más bien los pobladores donde se desarrolla esta actividad, vendiendo sus productos ya sean alimentos, artesanías, transporte.

Genera múltiples puestos de trabajo directo e indirecto.

### **Clasificación**

Existen muchas formas de clasificar al turismo, según los elementos y el medio donde se ofrezcan los servicios turísticos. Para el caso del presente estudio, interesa analizar, la siguiente clasificación:

#### **Turismo Místico:**

Tradicionalmente y por influencias de las concepciones religiosas, se presentan movilizaciones humanas en el turismo denominado Místico. Se denomina así al turismo relacionado con la necesidad del viajero por experimentar un hecho trascendental, entendiendo como tal, a vivir una experiencia que le permita elevarse, encontrarse consigo mismo, integrarse con la naturaleza, conocer la relatividad de la realidad cotidiana, desprenderse del ego y el materialismo de la vida moderna.

#### **Turismo vivencial:**

Es aquel en que el visitante convive con una familia local, donde aprende sus costumbres y hábitos cotidianos. Usualmente familias rurales reciben a turistas ciudadanos para enseñarles sobre la vida en el campo, sus costumbres, el trabajo de la tierra, el cuidado de los animales, la pesca y la caza. Es un turismo que es más apetecido por los viajeros extranjeros que visitan nuestro país y gustan vivir y conocer las bondades naturales.

**Ecoturismo:**

Se lo relaciona con el hecho de viajar a zonas poco invadidas por el hombre, para estar en contacto con la naturaleza. Pero no solo con la intención de estar en un lugar tranquilo, sino más bien para conocer y aprender sobre los ecosistemas; la interrelación de la flora y la fauna en su entorno natural. Igualmente es un tipo de turismo que gusta a los extranjeros, que cansados de la vida moderna en sus países, encuentran en el medio natural ecuatoriano, una forma de contemplar directamente la naturaleza.

**Turismo cultural:**

En este campo, Ecuador, en todos los rincones, pueblos y ciudades tiene una diversidad de atractivos. Así pues, este tipo de turismo lo desarrollan aquellas personas interesadas en conocer y aprender arte e historia. También se visitan comunidades ancestrales para relacionarse con artesanos y músicos del lugar.

**Turismo aventura:**

A este tipo de turismo confluyen quienes pretenden efectivamente tener unas vacaciones "activas". Podría definirse como recreación al aire libre, donde el propósito del viaje es experimentar y tomar parte de actividades con cierto riesgo e incertidumbre sobre su resultado. Que requiere de esfuerzo físico y actitud mental positiva para su desempeño, y una gran descarga de adrenalina.

**ECOTURISMO**

Tomando en cuenta que el proyecto que se va a diseñar tiene que ver con la readecuación e implementación de atractivos turísticos en la laguna del

Salado, perteneciente a la parroquia Cristóbal Colón, Cantón Montúfar, provincia del Carchi; seguidamente se presenta un análisis del ecoturismo, que tiene que ver con la contemplación de atractivos naturales.

***ASCANIO, Alfredo (2009), Pág. 64, dice: “Viajar en forma responsable hacia áreas naturales conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales”.***

El ecoturismo consiste en el traslado responsable de las personas hacia las áreas naturales, con el fin de mejorar el desarrollo económico-social de las comunidades aledañas a los lugares de atracción turística.

***JIMÉNEZ, Luis (2010), Pág. 3, afirma: “El ecoturismo, según algunos analistas, ha sido relacionado frecuentemente con el turismo de aventura, el cual, en la mayoría de los casos ha sido utilizado para designar actividades de índole ecológico, que en ocasiones han permitido llamar la atención de las personas que aspiran a practicar una verdadera actividad eco turística”.***

El ecoturismo en si es un turismo ecológico, es decir un contacto directo con el paisaje natural, el medio ambiente, disfrutando de la flora y la fauna al igual que la aventura vivida en el lugar teniendo en cuenta la reducción del impacto ambiental y es recomendado para el verdadero descanso del ser humano.

### **Objetivos del ecoturismo**

Proporcionar recursos financieros a las comunidades rurales y suburbanas, que contribuya a la solución de sus necesidades tanto materiales como culturales.

Propiciar el encuentro de culturas, para establecer un diálogo de saberes que conduzca a la elaboración de un programa de educación ambiental mancomunadamente concebida, pertinente a la región y que logre interesar a las comunidades a participar efectivamente en el desarrollo del ecoturismo.

Ofrecer nuevas y diversas actividades alternativas a las tradicionales en las comunidades.

Facilitar la movilidad social, económica, cultural y política de las comunidades rurales y suburbanas.

Propender porque las actividades eco turísticas desarrolladas en áreas protegidas, pequeñas, medianas o grandes propiedades, sean ambientalmente responsables y no excedan el límite de cambio aceptable.

### **Características del Ecoturismo**

El ecoturismo se caracteriza por ser un proceso multisectorial y transdisciplinario.

Se desarrolla en zonas rurales y suburbanas en espacios protegidos oficiales, mixtos y privados.

Ayuda al desarrollo de las precarias economías rurales especialmente en zonas deprimidas.

Produce un bajo impacto ambiental, porque cuida la naturaleza y la población local.

Es una alternativa de trabajo y complemento a las actividades económicas tradicionales de las comunidades rurales y suburbanas, aledañas a las áreas protegidas.

### **Componentes del Ecoturismo**

Los componentes del turismo en áreas naturales o ecoturismo se clasifican de acuerdo con el contenido y a la normatividad. El contenido está representado por el paisaje, la flora, la fauna y las manifestaciones culturales; y la normatividad la constituye el conjunto de leyes, decretos, que los gobiernos expiden con el objeto de acoger y poner en marcha el ecoturismo en sus territorios.

### **Atractivos focales**

Estos atractivos se refieren a los elementos distintivos de patrimonio natural y/o cultural que se encuentren en un área o región determinada.

### **Atractivos complementarios**

Se refiere a los elementos del patrimonio natural y/o cultural, que pueden constituirse en una experiencia eco turística de mayor riqueza y diversidad e inducir a los turistas a permanecer, mayor tiempo en el área motivo de visita.

### **Atractivos de apoyo**

Los constituyen los elementos artificiales (instalaciones y servicios) que proporcionan al visitante diferentes satisfacciones; comprende alojamientos, restaurantes, centros de interpretación, senderos y miradores, servicios de paseo a caballo o en lancha.

### **Hostería ecológica**

Este tipo de lugares ofrecen, algo innovador donde los clientes pueden disfrutar de un ambiente de tranquilidad y sana diversión. Para que el lugar a adecentarlo tenga una hostería de tipo ecológico, se debe tomar en cuenta alguna de las siguientes características:

Minimizar el impacto del medio, a través de la utilización de tecnología solar para ayudar a la calefacción y al agua caliente sanitaria.

Reciclar las aguas grises para riego y mochila de inodoros.

Iluminar con lámparas de bajo consumo.

Los muebles deberían estar diseñados y producidos especialmente para una Hostería ecológica.

Limpiar con productos biodegradables.

### **Ventajas del ecoturismo**

Se puede realizar todo el año en aquellos países de estaciones y servir para mitigar las bajas del turismo masivo en las estaciones difíciles como el invierno.

En los países intertropicales, donde existen los pisos térmicos, se puede practicar todo el año de manera continua.

No necesita de grandes infraestructuras para el alojamiento de los ecoturistas.

Es factible de desarrollar a bajos costos, mediante la aplicación de factores asociados.

Puede ser practicado por personas de todas las edades, salvo casos especiales como el de aquellas personas de edades muy avanzadas o enfermedades crónicas.

La ubicuidad, dado que el ecoturismo se basa en los recursos naturales y culturales del pasado y del presente, utilizando atractivos que a la vez que lo identifican lo diferencia de las demás tipologías del turismo.

### **Beneficios del ecoturismo**

Permitir la conservación del medio ambiente, los recursos naturales y culturales del pasado y del presente.

Mejorar las condiciones de vida de las poblaciones rurales y suburbanas.

Promover el desarrollo humano, económico sostenible o sustentable.

Generar empleo y conservar las tradiciones culturales.

Descubrir, por parte de anfitriones y visitantes, la realidad tanto natural como cultural de la región.

Permitir el diseño y la organización de los equipamientos ecoturísticos acorde con las condiciones ambientales, socioeconómicas y culturales de la región.

## **LAGUNA DEL SALADO**

Hermosa e impresionante laguna, sus transparentes aguas la convierten en un lugar propicio para encontrar la paz y la tranquilidad. Se encuentra a tan solo 4 kilómetros de la ciudad de San Gabriel cantón Montúfar.

El agua de esta laguna es transparente con problemas de oxigenación, por la abundancia de algas. La temperatura media superficial es de 12 grados centígrados.

### **Origen**

En el lugar antiguamente pantanoso fue aprovechado para embalsar sus aguas. Se alimentan del río Totoral o San Miguel.

### **Extensión**

Este hermoso sitio turístico tiene 500 metros de largo por 200 metros de ancho y con una extensión de 24 has.

### **Clima**

La laguna El Salado presenta una temperatura promedio de 12 grados centígrados.



## **Localización**

En cuanto a su ubicación, la laguna del Salado se encuentra localizada a 45 kilómetros de Tulcán y a 4 kilómetros de la ciudad de San Gabriel.

## **Interés turístico**

Por su fauna, las especies animales que se han podido observar en los alrededores de la laguna son: colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa.

Especies Simbólicas: Las especies simbólicas se caracterizan por tangaras, patos, colibríes, lechuzas, quacza, tórtolas, tuqunas, mirlos y quílicos.

Flora, en lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales que llama la atención de turistas, está compuesta por: sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.

Plantas Nativas: Las plantas nativas de esta laguna son eucaliptos, pinos, encino, acacias, pastos, zuros, plantas de taxo, capulí, molle y orquídeas.

## **Atractivos**

Haciendas: La laguna se encuentra rodeada por las Haciendas agrícolas: La Campiña, El Salado y El Carmen. Esta laguna ofrece una combinación paisajística de cultivos, bosques y agua.

El lugar, rico en totora la cual es aprovechada por un asentamiento indígena para elaborar alfombras denominadas esteras.

## **ADMINISTRACIÓN**

Un lugar turístico, como es la laguna del Salado a ser readecuado e implementado con atractivos turísticos, debe ser bien administrado, caso contrario caerá en el abandono y deterioro.

**KOONTZ, Harold (2008), Pág. 4, define: “La administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos, que trabajan juntos en grupos, cumplen metas específicas de manera eficiente”.**

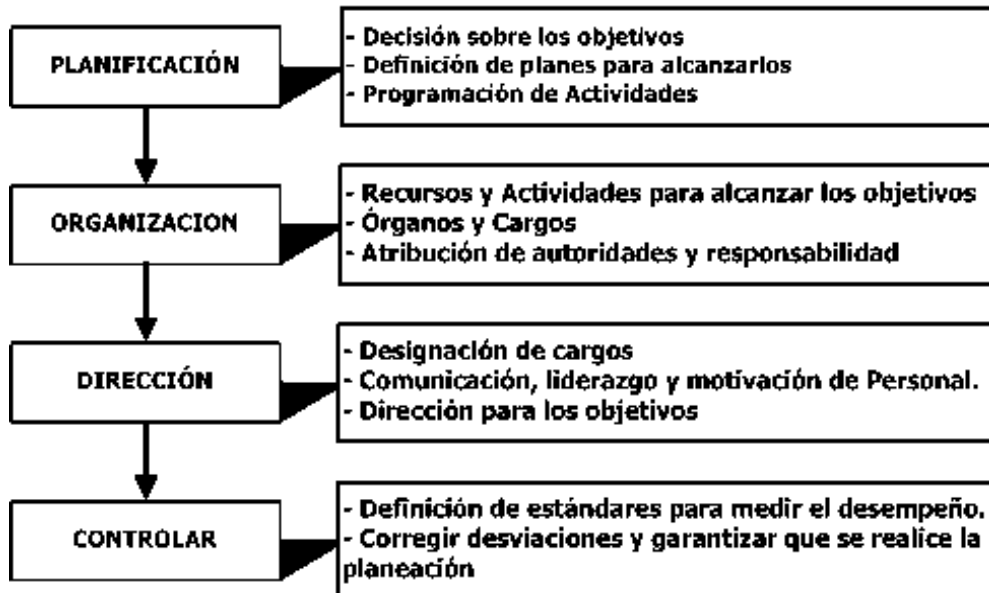
La administración es un proceso bien diseñado y que debe cumplirse de manera eficiente, para que los individuos de una organización puedan llegar a cumplir metas y objetivos comunes

**COULTER, Robbins (2010) Pág. 6, dice: “La administración involucra la coordinación y supervisión de las actividades de otros, de tal forma que éstas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz”.**

La administración cumple un papel esencial dentro de la organización ya que comprende la coordinación y supervisión de las acciones a ejecutarse de manera eficaz y eficiente.

### **Proceso Administrativo**

Los elementos del Proceso Administrativo son



Fuente: Introducción a la Teoría General de la Administración promonegocios.net

## FUNDAMENTOS CONTABLES

Cualquier proyecto que se ponga en marcha, necesariamente debe adoptar un sistema contable adecuado al tipo de actividad a desarrollar. La administración de la laguna del Salado como centro turístico, hará uso de la contabilidad como una herramienta muy importante para llevar al éxito el negocio.

### Definición de Contabilidad

*ZAPATA, Pedro (2008), Pág. 7, dice: “La Contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”.*

Dentro de la organización es indispensable la contabilidad porque se convierte en un elemento importante dentro del sistema de información financiera que abarca datos sobre el patrimonio y su evolución por lo que es de gran utilidad al momento de tomar decisiones.

*BRAVO, MERCEDES (2009), Pág. 1, expresa: “Contabilidad es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”.*

La contabilidad ayuda a identificar, registrar e interpretar la información relativa a las transacciones y acontecimientos de la empresa con el fin de preparar informes que nos muestren la realidad económica de la empresa.

### Ciclo Contable

El ciclo contable se debe desarrollar en el marco de las leyes, principios y normas contables. El ciclo contable contiene: Documento Fuente, Jornalización, Mayorización, Comprobación y Estructuración de informes.

## **Documento Fuente**

Constituye la evidencia escrita que da origen a los registros contables y respalda todas las transacciones que realiza la empresa.

## **Jornalización**

Acto de registrar las transacciones por vez primera en libros adecuados, mediante la forma de asiento contable conforme vaya ocurriendo.

## **Mayorización**

Acción de trasladar sistemáticamente y de manera clasificada los valores que se encuentran journalizados, respetando la ubicación de las cifras, de tal manera que si un valor está en el debe, pasara al debe de la cuenta correspondiente.

## **Comprobación**

Permite resumir la información contenida en los registros realizados en el Libro diario y en el Libro mayor, a la vez que permite comprobar la exactitud de los mencionados registros. Verifica y demuestra la igualdad numérica entre el Debe y el Haber.

## **Estados Financieros**

*ESTUPIÑAN, Rodrigo (2006), Pág. 51, manifiesta: “Son estados financieros aquellos que se preparan al cierre de un periodo para ser conocidos por usuarios indeterminados, con el ánimo principal de satisfacer el interés común del público en evaluar la capacidad del ente económico para generar flujos favorables de fondos, los cuales se deben caracterizar por su concisión, claridad, neutralidad y fácil consulta”.*

Los estados financieros son informes que se presentan al cierre de un ejercicio económico con la finalidad de dar a conocer la situación económica y financiera de la empresa.

### **Balance General o Estado de Situación Financiera**

El estado de situación financiera reporta la estructura de recursos de la empresa de sus principales y cantidades de activos, como de su estructura financiera de sus importantes cantidades de pasivos y capital, los que siempre deben estar en equilibrio bajo el principio de la contabilidad de la partida doble:  $\text{Activos} = \text{Pasivos} + \text{Capital}$ . El balance de una empresa ayuda a los usuarios externos a determinar la liquidez, flexibilidad financiera y capacidad de operación de una empresa y evaluar la información sobre su desempeño de producción de ingresos durante el periodo.

### **Estado de Resultados**

El estado de resultados, o de pérdidas y ganancias resume los resultados por ingresos y egresos operacionales y no operacionales de un ente económico durante un ejercicio o en periodos intermedios desde enero a la fecha intermedia; sus cuentas se cierran y se cancelan al final del periodo.

### **Estado de cambios en el Patrimonio**

El estado de cambios en el patrimonio revela los cambios que ha experimentado el patrimonio en un ejercicio comparado con el año anterior por aumento o disminución de capital, reparto de dividendos o participaciones, reservas, donaciones, mantenimiento del patrimonio por efecto de la inflación, utilidades o pérdidas del ejercicio y valorizaciones por determinación de los valores actuales de propiedad, planta y equipo.

## **Estado de Flujo de Efectivo**

El estado de flujo de efectivo, o de cambios en la situación financiera con base en el efectivo es el presentar datos relevantes sobre las entradas y desembolsos de efectivo de un ciclo contable mostrando los flujos de efectivo de las operaciones, las inversiones a largo plazo realizadas y su forma de financiación, como sus nuevos aportes y reparto de dividendos, es decir muestra separadamente las tres actividades básicas de una empresa: operativa, inversión y financiación. El objetivo del flujo de efectivo es mostrar el manejo financiero del dinero en un periodo pasado y conocer las causas por las cuales se cumplió o no, con las metas propuestas.

## **Notas a los Estados Financieros**

Los estados financieros deben acompañarse con notas aclaratorias y complementarias en donde se analizan con más detalle algunos conceptos de las cifras que se muestran dentro de los estados financieros contables.

## **EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera se realiza con el fin de saber mediante un análisis exhaustivo la viabilidad o no del proyecto; para el cual se usa las principales técnicas de evaluación que a continuación se detallan.

### **Valor actual neto (VAN)**

*LAWRENCE J. Gitman (2003), Pág. 345 Explica “El valor del dinero en el tiempo se considera una técnica para preparar presupuestos de capital, donde se descuentan los flujos de efectivo de la empresa a una tasa específica”.*

Mediante esta técnica de evaluación financiera nos permite establecer el valor presente de los flujos de efectivos futuros. Nos indica de cierta forma la rentabilidad que va a tener el proyecto y se puede visibilizar si la inversión es favorable o no.

$$\text{VAN: } -II + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^1} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{\text{FNE}}{(1+r)^n}$$

**CRITERIOS DE DECISIÓN:**

Si el VAN >0, se acepta el proyecto.

Si el VAN < 0, se rechaza el proyecto.

Si el VAN es mayor que \$0, la empresa ganara un rendimiento mayor que su costo de capital, tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto los ingresos de los propietarios.

**TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

*JOHN J. Wild (2007), Pág. 348, Expresa “Es la tasa de rendimiento anual compuesta que ganara la empresa si invierte en el proyecto y recibe los flujos positivos de efectivo dados”.*

La tasa interna de retorno es aquella que permite conocer la rentabilidad que genera la inversión al final de su periodo de recuperación.

Su cálculo se realiza sacando el VAN superior e inferior; es decir que debe dar una VAN positivo y un negativo, para luego comparar los datos obtenidos.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

## **COSTO - BENEFICIO**

El costo – beneficio refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

Con el análisis de la relación costo – beneficio se otorgan valores menores, iguales o mayores; esto quiere decir lo siguiente:

$C/B > 1$  significa que los ingresos son mayores que los gastos; entonces el proyecto es aconsejable.

$C/B = 1$ , significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyecto es indiferente.

$C/B < 1$ ; esto quiere decir que los ingresos son menores que los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = \frac{\Sigma \text{Ingresos actualizados}}{\Sigma \text{Gastos actualizados}}$$

## **PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Es el tiempo requerido para recuperar una inversión inicial en un proyecto y se calcula a partir de los flujos positivos de efectivo.

***LAWRENCE J. Gitman (2007), Pág. 354 define: “Es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo”.***

### **CRITERIOS DE DECISIÓN:**

Si el periodo de recuperación de la inversión es *menor* que el periodo de recuperación máximo aceptable, aceptar el proyecto.

Si el periodo de recuperación de la inversión es *mayor* que el periodo de recuperación máximo aceptable, rechazar el proyecto.

La administración determina la duración del periodo de recuperación máximo aceptable.



## PUNTO DE EQUILIBRIO

*LAWRENCE J. Gitman (2003), Pág. 423, Dice “Es el nivel de ventas Necesario para cubrir todos los costos operativos”.*

El punto de equilibrio establece un margen donde los costos, gastos e ingresos son equánimes de forma que expondría que es el punto exacto para no tener ni utilidad ni pérdida.

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

## FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA

*STANTON, Willian J. (2007), Pág. 9 Manifiesta “Es vital para el éxito de las organizaciones, lo cual se refleja en un planteamiento fundamental de los negocios y le da al cliente la máxima prioridad”.*

La mercadotecnia incluye todas las actividades de un negocio que tiene que ver con el flujo de bienes y servicios desde la producción inicial hasta la producción final y el consumidor.

## EI PRODUCTO

*KOTTLER, Philip (2008), Pág. 220. Dice “Un producto es un conjunto de atributos fundamentalmente unidos en una forma identificable”.*

El producto o servicio es un beneficio que satisface una necesidad, se debe tomar en cuenta la calidad ya que este es la pieza principal para llegar a un mercado meta.

Es incondicional tomar todas las precauciones en cuanto al producto o servicio a ofertar, puesto que el cubrirá o se encargara de satisfacer las necesidades del cliente o turista en este caso.

## **EL PRECIO**

*KOTLER, Philip (2004), Pág. 275, Expresa “Es la suma de valores que los consumidores cambian por el beneficio de tener o utilizar un producto o un servicio”.*

*ETZEL, Michael (2007), Pág. 338,. Expresa “Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto”.*

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios, mismo que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de la transacción.

## **PROMOCIÓN**

*GURRÍA, Manuel (2007), Pág. 99, dice: “Es una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica”.*

La promoción, sin importar a quien vaya dirigida, es un intento de influir en las personas, permite que los empresarios puedan llegar a los clientes y dar a conocer los productos o servicios que se están ofertando y como de alguna manera van a satisfacer una necesidad.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Para diseñar un proyecto es indispensable realizar un estudio de mercado, con el fin de cuantificar, con la información suficiente del mercado, la demanda, la oferta y precios. Efectuar las proyecciones para la vida útil del proyecto, destacando el comportamiento de las variables presentes en el mercado turístico, en el entorno geográfico y social. Es necesaria también, la cuantificación de la demanda insatisfecha y buscar el espacio de mercado del servicio que se pretende implantar y poner a disposición de los consumidores. En esta parte del proyecto también se hará un análisis de la competencia y los posibles canales de prestación del servicio.

### **ANTECEDENTES**

El turismo en la provincia del Carchi se ha convertido en una de las oportunidades para generar fuentes de empleo e ingresos, debido a los atractivos culturales y naturales existentes en el lugar y el alto número que existen de viajeros interesados por vivir experiencias de viajes novedosos.

El Cantón Montúfar cuenta con hermosos paisajes y variedad de climas, lo que le hace merecedor, por sus bellezas naturales, a ser visitado por turistas nacionales y extranjeros.

En el Cantón Montúfar, parroquia Cristóbal Colón se encuentra un hermoso lugar paisajístico, como la laguna del Salado, que potencialmente encierra una perspectiva importante de negocio, para lo cual es necesario realizar adecuaciones y equipamiento y convertirla en un proyecto turístico, tomando en cuenta todas las ventajas que el medio natural brinda.

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

### **Objetivo General**

Realizar el estudio de mercado para determinar la factibilidad de atractivos turísticos en la laguna del Salado, a través del análisis y determinación de la oferta, demanda, precios y competencia de los servicios turísticos en el área de investigación.

### **Objetivos específicos**

- a. Identificar la oferta de servicios turísticos en el área de influencia del proyecto.
- b. Analizar la demanda de servicios turísticos del Cantón Montúfar.
- c. Determinar los precios adecuados para el servicio de turismo propuesto por el proyecto.
- d. Conocer las estrategias de servicio para incentivar la demanda del servicio turístico en la zona.

## **VARIABLES E INDICADORES**

### **Oferta**

Tipo de Servicio

Readecuación

Publicidad

Gestión Población

Preferencias

Beneficios a comunidad

Recursos económicos

Aporte comunitario

## **Demanda**

Tipo de atractivos

Gustos y preferencias del turista

Tipo de servicio

Expectativas del servicio

Poder Adquisitivo

Crecimiento del Turismo

Nivel de satisfacción

## **Precios**

Valor del servicio

Determinación del precio

Descuentos

## **Estrategias de Servicio**

Servicio

Precio

Plaza

Publicidad

## MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

### Cuadro N° 11

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÈCNICA	PÙBLICO
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar la oferta de servicios turísticos en el área de influencia del proyecto.</li> </ul>	<b>OFERTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipo de Servicio</li> <li>▪ Readecuación</li> <li>▪ Publicidad</li> <li>▪ Gestión Población</li> <li>▪ Preferencias</li> <li>▪ Beneficios a comunidad</li> <li>▪ Recursos económicos</li> <li>▪ Aporte comunitario</li> <li>▪ Administración Centro Turístico</li> </ul>	Primaria	Encuestas  Y  Entrevista	Pobladores Cristóbal Colón  Alcalde Mun. Montúfar
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analizar la demanda potencial del servicio de turismo, para establecer el pronóstico de ventas del proyecto.</li> </ul>	<b>DEMANDA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tipo de atractivos</li> <li>▪ Gustos y preferencias del turista</li> <li>▪ Tipo de servicio</li> <li>▪ Expectativas del servicio</li> <li>▪ Poder Adquisitivo</li> <li>▪ Crecimiento del Turismo</li> <li>▪ Nivel de satisfacción</li> </ul>	Primaria  Secundaria	Encuesta Turistas  Bibliográfica	La Paz Cascada de Palúz  Bosque de los Arrayanes
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Determinar los precios adecuados para el servicio de turismo propuesto por el proyecto.</li> </ul>	<b>PRECIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Valor del servicio</li> <li>▪ Determinación del precio</li> <li>▪ Descuentos</li> </ul>	Primaria  Secundaria	Encuestas Turistas  Observación Directa	La Paz C. de Palúz  Bosque de Visita Lugares turísticos
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer las estrategias de servicio para incentivar la demanda del servicio turístico en el sector.</li> </ul>	<b>ESTRATEGIAS DEL SERVICIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Servicio</li> <li>▪ Precio</li> <li>▪ Plaza</li> <li>▪ Publicidad</li> </ul>	Secundaria	Opinión de expertos  Bibliográfica	Ing. En Marketing

**FUENTE:** Planteamiento de objetivos, variables e indicadores.

**ELABORACIÓN:** LaAutora

### TÈCNICAS DE PROCEDIMIENTOS Y ANÁLISIS DE DATOS

- a) Determinación de la Población y Muestra
- b) Procesamiento de Datos
- c) Tabulación de Información y sistematización
- d) Estructura de cuadros estadísticos y análisis de resultados.

## **TIPO DE INVESTIGACIÓN EFECTUADA**

En el presente estudio de mercado se utilizó la investigación descriptiva y de campo; es decir, que se buscó los mecanismos correctos y válidos para lograr conocer las características de los consumidores potenciales de servicios turísticos en el Cantón Montúfar.

## **TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

La investigación se ha realizado en base a diferentes técnicas de investigación de campo para la recopilación de información tanto primaria como secundaria, siendo las utilizadas en su momento las siguientes:

### **Encuestas**

Una de las encuestas planificadas se aplicó a los pobladores o residentes en la parroquia Cristóbal Colón, perteneciente al cantón Montúfar, por la razón fundamental de que es en esta jurisdicción parroquial donde se encuentra ubicada la laguna del Salado, lugar de poca afluencia turística por falta de mantenimiento.

Otra encuesta estuvo dirigida a recabar información sobre los lugares turísticos del Cantón Montúfar y la situación de atención y afluencia de turistas a estos lugares.

### **Entrevistas**

La entrevista se aplicó al Alcalde del I. Municipio de Montúfar, con el fin de conocer el tipo de gestiones, presupuesto asignado, condiciones actuales de la laguna y evaluaciones referentes al tema de estudio.

### **Observación**

A demás de la técnica de la entrevista también se aplicó la de

observación directa a los distintos centros turísticos localizados en el Cantón Montúfar y la provincia de Imbabura.

### **Diseño y validación de instrumentos**

Para que la presente investigación cumpla con los objetivos trazados; en primer lugar se diseñaron los formularios de encuestas dirigidas a los pobladores y turistas, se realizó la prueba piloto de estos instrumentos, rectificación y precisión de las preguntas de las encuestas y finalmente se aplicaron las encuestas a la muestra de población establecida para el presente estudio de mercado.

## **POBLACIÓN Y MUESTRA PARA EL ESTUDIO DE MERCADO**

### **Población investigada**

Para la presente investigación se tomará como universo a la población de la parroquia Cristóbal Colón compuesta por 2.943 habitantes, perteneciente al Cantón Montúfar, la más cercana a la Laguna del Salado.

**Cuadro N° 12**

<b>PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: POBLACIÓN SEGÚN GÉNERO</b>		
<b>GÉNERO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Hombres	1.449	49,24 %
Mujeres	1.494	50,76 %
<b>Total</b>	<b>2.943</b>	<b>100,00 %</b>

**FUENTE:** INEC, Censo de Población. Noviembre, 2010

**ELABORACIÓN:** La Autora.

Será suficiente para el estudio planteado encuestar a un miembro por familia, por lo tanto al número de habitantes de la parroquia se le aplicó la media de miembros de familia que maneja el INEC, que es del orden de 3.71, como se observa en el cuadro estadístico siguiente:



**Cuadro N° 13**

<b>PROVINCIA DEL CARCHI: PROMEDIO DE PERSONAS POR HOGAR, SEGÚN CANTONES</b>			
<b>Nombre del Cantón</b>	<b>Total de personas</b>	<b>Total de hogares</b>	<b>Promedio personas por hogar</b>
TULCÁN	85.452	22.797	3,75
BOLÍVAR	14.346	4.117	3,48
ESPEJO	13.306	3.697	3,60
MIRA	12.149	3.299	3,68
<b>MONTÚFAR</b>	<b>30.477</b>	<b>8.223</b>	<b>3,71</b>
SAN PEDRO DE HUACA	7.613	2.003	3,80

**FUENTE:** INEC, Censo de Población. Noviembre, 2010

**ELABORACIÓN:** La Autora.

$$N = 2.943 / 3.71 = 793$$

Resultando un aproximado de 793 familias que habitaran la parroquia de Cristóbal Colón, jurisdicción en la cual se encuentra la Laguna del Salado. De este número de familias por ser bastante grande, se le aplicó la fórmula de la muestra, con el fin de obtener el número de unidades para la aplicación de la encuesta planificada.

**Fórmula:**

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

n =	Número de unidades a determinarse			
N =	Universo o población a estudiar	793		
N - 1	Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades	792		
E =	Límite aceptable de error de muestra 5%	0,05	E <sup>2</sup> :	0,0025
Z <sup>2</sup> =	Nivel de confianza	1,96	Z <sup>2</sup>	3,8416
d <sup>2</sup> =	Varianza de la población, valor constante	0,5	d <sup>2</sup>	0,25

$$n = \frac{(793) (0.25)(1.96)^2}{(0.05)^2(793-1)+(0.25)}$$

$$n = \frac{761,5972}{2,9404}$$

**n= 259**

De una población a investigarse de 2.943 personas (Según Censo del 2010) en la Parroquia Cristóbal Colón, se determinó una muestra de 259 y se tomara encuesta a un miembro por familia.

En la toma de datos se incluirá a potenciales turistas tanto nacionales como extranjeros, que serán localizados en tres centros del Cantón Montúfar: La Paz, Bosque de los Arrayanes y Cascada de Palúz. Para estos sitios el registro de visitantes por mes es el siguiente:

### Cuadro N° 14

#### CANTÓN MONTÚFAR: NÚMERO TURISTAS POR MES Y LUGAR

LUGAR	FRECUENCIA VISITANTES	%
Gruta de La Paz	6.000	95,62
Bosque de los Arrayanes	225	3,59
Cascada de Paluz	50	0,80
<b>TOTAL</b>	<b>6.275</b>	<b>100.00</b>

**FUENTE:** Responsables de Ingreso de Turistas. Noviembre, 2011.

**ELABORACIÓN:** La Autora.

Cálculo de Muestra:

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

n =	Número de unidades a determinarse			
N =	Universo o población a estudiar	6.275		
N - 1	Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades (N - 1):	6.274		
E =	Límite aceptable de error de muestra 5%	0,05	$E^2:$	0,0025
Z <sup>2</sup> =	Nivel de confianza	1,96	$Z^2$	3,8416
d <sup>2</sup> =	Varianza de la población, valor constante de	0,5	$d^2$	0,25

$$n = \frac{(6.275)(0.25)(1,96)^2}{(0.05)^2(6.274) + (0.25)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{6.026,51}{16.6454} \quad n = 362$$

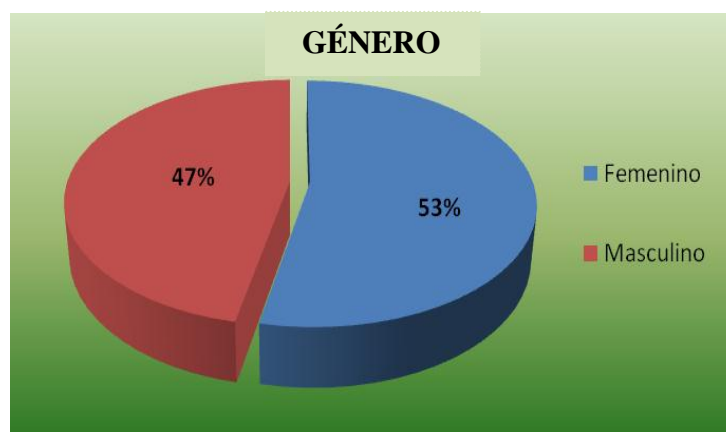
## TABULACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A POBLADORES DE LA PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN

CUADRO N° 15

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Femenino	138	53,28
Masculino	121	46,72
TOTAL	259	100,00

GRÁFICO No. 2



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

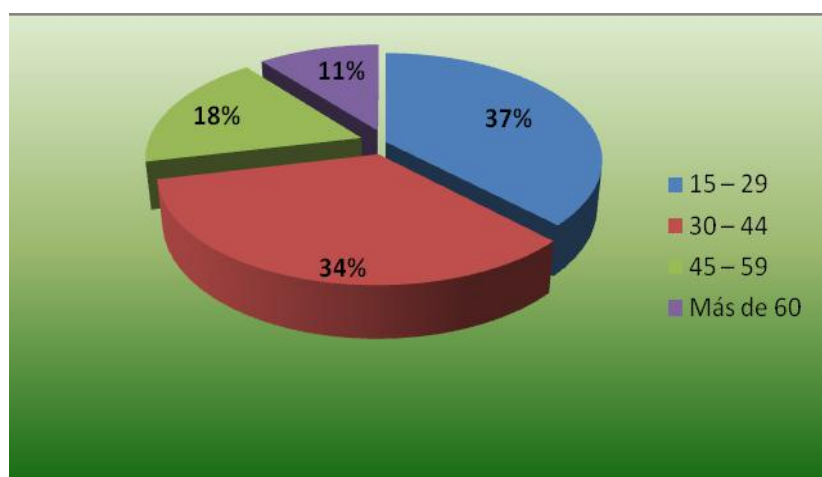
### ANÁLISIS:

Del total de encuestados la mayoría fueron mujeres. Tendencia que se responde a los promedios locales y nacionales de la existencia de un mayor número de mujeres. No obstante, este dato no es muy interesante, cuanto la información recopilada sobre el proyecto en elaboración.

**CUADRO N° 16**

<b>PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: EDAD DE LOS ENCUESTADOS</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
15 – 29	97	37,45
30 – 44	88	33,98
45 – 59	46	17,76
Más de 60	28	10,81
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 3  
EDAD**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

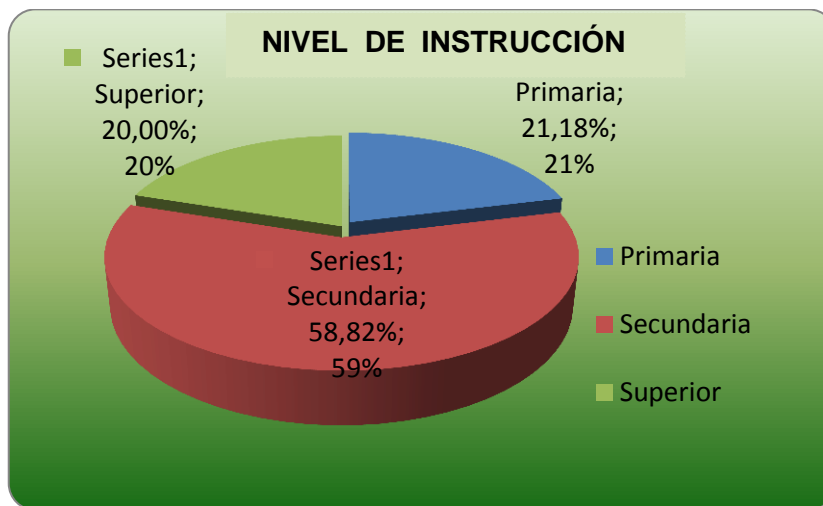
### **ANÁLISIS:**

Casi la totalidad de las personas encuestadas fueron mayores de edad, lo que significa que los datos e informaciones proporcionadas, de acuerdo a las preguntas de la encuesta aplicada, son verídicas y confiables. Con esta información se ha podido realizar el estudio de las diferentes variables analizadas en el presente estudio de mercado.

**CUADRO N° 17**

<b>PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUESTADOS</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Primaria	54	20,85
Secundaria	154	59,46
Superior	51	19,69
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 4**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La autora

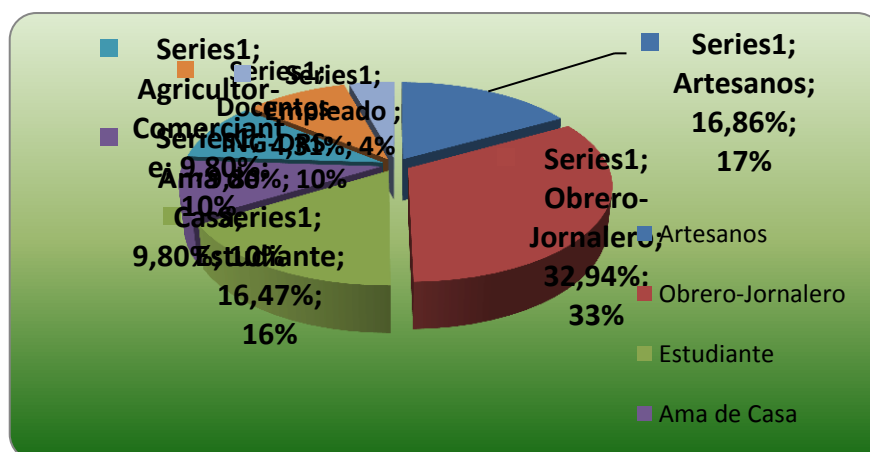
### **ANÁLISIS:**

También ayudan a la configuración de datos e información confiable, el nivel de instrucción de los habitantes. Así, las personas encuestadas en su mayoría son de educación secundaria y superior. Por lo que se puede afirmar que la información por ellos proporcionada tiene la correspondiente confiabilidad como para realizar los análisis respectivos al estudio de mercado que se está desarrollando.

**CUADRO N° 18**

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LOS ENCUESTADOS		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Artesanos	43	16,60
Obrero-Jornalero	88	33,98
Estudiante	42	16,22
Ama de Casa	25	9,65
Agricultor-Comerciante	25	9,65
Docentes-ING-DRS	25	9,65
Empleados	11	4,25
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 5  
ACTIVIDAD ECONÓMICA**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Un dato técnico adicional fue consultarle al encuestado sobre el tipo de actividad económica que desarrolla diariamente como ocupación y fuente de ingresos de su familia. Información y datos importantes para continuar con la configuración teórica del presente estudio de mercado, a fin de

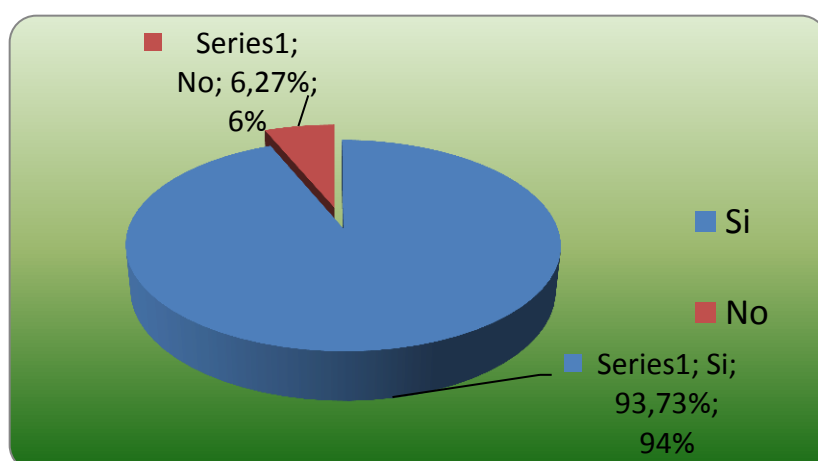
sentar las primeras bases de factibilidad del proyecto de readecuación de atractivos turísticos en la laguna del Salado.

**1. ¿Considera usted que la Laguna del Salado debería ser readecuada para recibir mayor cantidad de turistas?**

**CUADRO N° 19**

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: READECUACIÓN LAGUNA DEL SALADO.		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	243	93,82
No	16	6,18
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 6  
READECUACIÓN LAGUNA DEL SALADO**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Casi la totalidad de los moradores encuestados, se pronunciaron a favor de la readecuación e implementación de atractivos turísticos en la laguna del Salado. Considerando que este paisaje natural cercano a la parroquia Cristóbal Colón le pertenece a esta población y quieren que sea un lugar

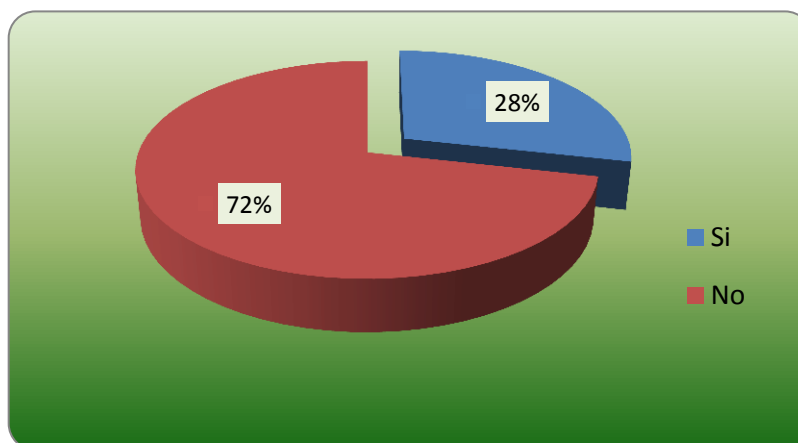
de mayor afluencia turística, pues esperan con ello mejorar sus condiciones de vida.

**2. ¿Sabe Ud. de algún tipo de publicidad que se haya realizado para dar a conocer este centro turístico?**

**CUADRO N° 20**

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: PUBLICIDAD		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	73	28,19
No	186	71,81
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 7  
PUBLICIDAD**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

De igual forma casi la totalidad de los pobladores de Cristóbal Colón encuestados, manifestaron que no conocen de ningún tipo de publicidad acerca de la laguna del Salado. Mientras que la minoría recuerda que años atrás lo hicieron en radio y en vallas publicitarias. De esta manera



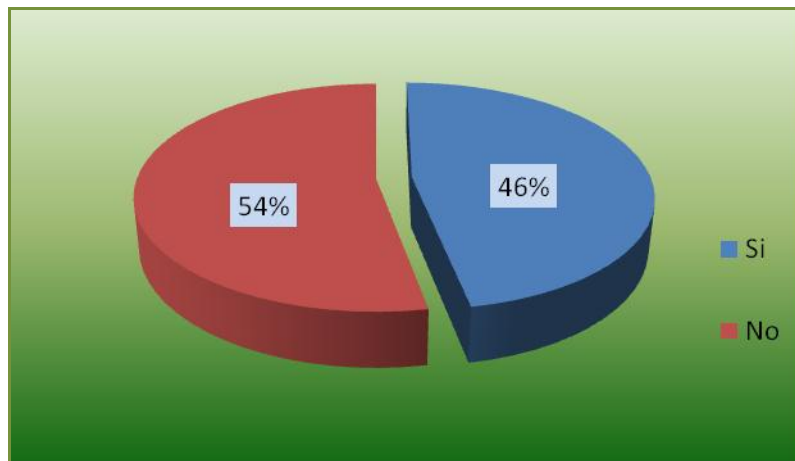
se pudo comprobar la falta de promoción en el cantón Montúfar sobre sus lugares turísticos; la cuál aumentaría la afluencia de visitantes.

**3. ¿La población ha hecho algún tipo de gestión o pedido para mejorar las condiciones de la Laguna del Salado?**

**CUADRO N° 21**

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: GESTIÓN DE LA POBLACIÓN		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	120	46,33
No	139	53,67
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 8  
GESTIÓN DE LA POBLACIÓN**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Los resultados a esta pregunta, nos muestran que la mayoría de pobladores no ha realizado ningún tipo de gestión para mejorar las

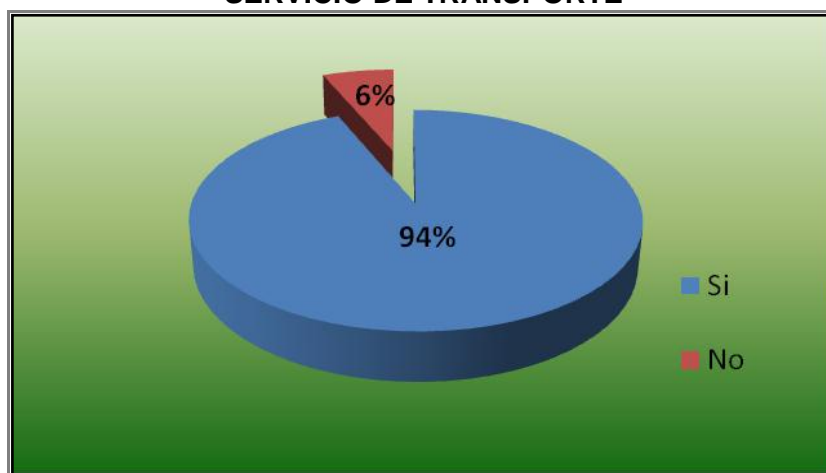
condiciones de la Laguna del Salado, esto se debe a la falta de organización por parte de ellos.

**4. ¿Considera necesario que se establezca un servicio de transporte desde y hasta la Laguna del Salado?**

**CUADRO N° 22**

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: SERVICIO DE TRANSPORTE		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	243	93,73
No	16	6,27
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 9  
SERVICIO DE TRANSPORTE**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Actualmente, al no haber un flujo importante de turistas hacia la laguna del Salado, no existe por tanto un servicio de transporte público. Al respecto los moradores de la parroquia y del sector se pronuncian claramente porque se establezca turnos de desde y hasta la laguna del Salado. Situación que facilitaría el acceso a los visitantes; empezando a justificarse de esta manera las readecuaciones y mejoras en el lugar.

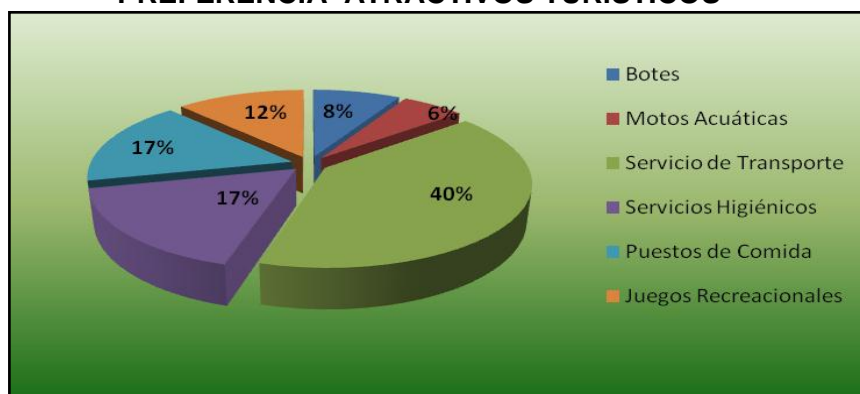
Igualmente será importante mejorar la carretera que conduce al lugar en estudio en su totalidad.

**5. Valore en una escala de 1 a 5 según su grado de preferencia. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos le gustaría que se implante en la Laguna del Salado?**

**CUADRO N° 23**

<b>PREFERENCIA ATRACTIVOS TURÍSTICOS</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Botes	21	8,24
Motos Acuáticas	15	5,88
Servicio de Transporte	107	40,39
Servicios Higiénicos	43	16,86
Puestos de Comida	42	16,47
Juegos Re Creacionales	31	12,16
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 10**  
**PREFERENCIA ATRACTIVOS TURÍSTICOS**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Queda claro que la población de la parroquia Cristóbal Colón es la más interesada para que la laguna del Salado sea rehabilitada, mediante la ejecución de un proyecto bien diseñado, con el fin de contar con una mayor y permanente afluencia de turistas. Por ello se les consultó sobre

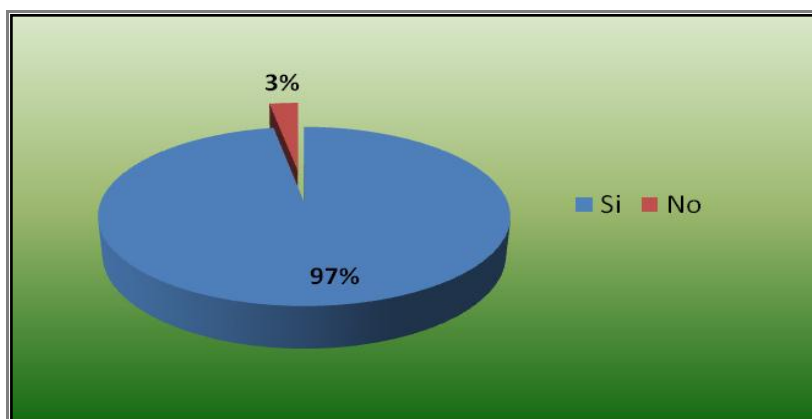
la preferencia de atractivos turísticos a implantarse en el lugar. Entre los principales y prioritarios considerados por la población son: servicio de transporte, puestos de comida y servicios higiénicos, mientras que con un menor porcentaje se encuentran los juegos recreacionales, botes y motos acuáticas. De esta manera nos podemos dar cuenta que los habitantes del sector apoyan la propuesta del presente proyecto.

**6. ¿Cree que la readecuación de la Laguna del Salado traerá beneficios a la comunidad?**

**CUADRO N° 24**

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: BENEFICIOS A LA COMUNIDAD		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	252	97,25
No	7	2,75
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 11  
BENEFICIOS A LA COMUNIDAD**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Prácticamente la totalidad de los moradores de la parroquia Cristóbal Colón manifestaron que la readecuación de la laguna del Salado, sí traerá beneficios a los nativos del sector. Considerando que al aumentar el

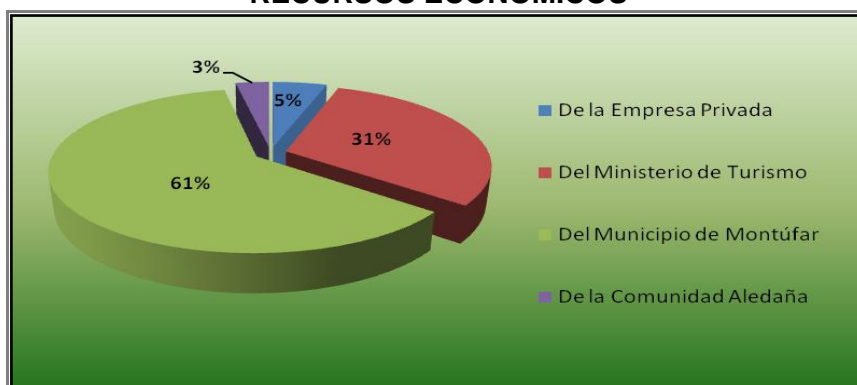
número de visitantes también se incrementarían fuentes de trabajo, actividades de comercio y otras oportunidades para los habitantes.

**7. ¿A su criterio de dónde deben provenir los recursos económicos para la readecuación de la mencionada Laguna?**

**CUADRO N° 25**

<b>PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: RECURSOS ECONÓMICOS</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
De la Empresa Privada	13	5,10
Del Ministerio de Turismo	78	30,59
Del Municipio de Montúfar	160	61,18
De la Comunidad Aledaña	8	3,14
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 12  
RECURSOS ECONÓMICOS**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

En razón de que la laguna del Saldo pertenece a la parroquia Cristóbal Colón y ésta al Cantón Montúfar, los moradores encuestados aseguraron que las fuentes de financiamiento o presupuesto para la readecuación e implementación de atractivos turísticos en este lugar, debe provenir del Municipio o del Ministerio de Turismo. Situación que consideran es la más acertada y justa, puesto que estos organismos gubernamentales destinan cierta cantidad de su presupuesto a invertir en este tipo de

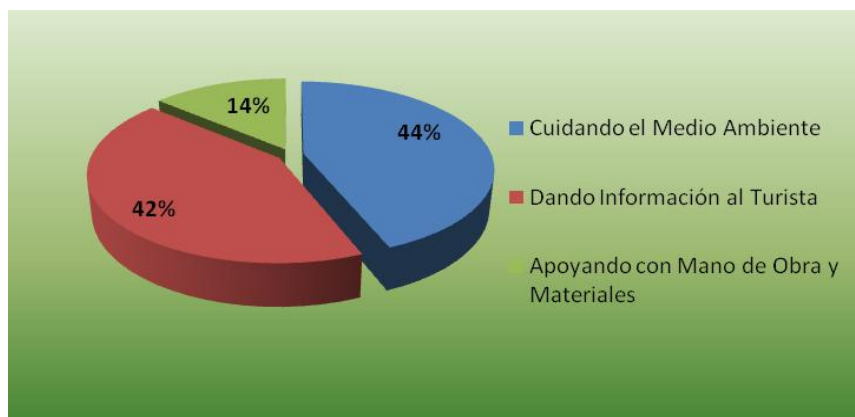
proyectos. Al contrario, es baja la respuesta sobre si la empresa privada y la comunidad sean los gestores, financistas y ejecutores del proyecto.

**8. ¿Cómo poblador de la parroquia Cristóbal Colón de qué forma aportaría en el Proyecto de readecuación de la Laguna del Salado?**

**CUADRO N° 26**

PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN: APORTE COMUNITARIO		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Cuidando el Medio Ambiente	116	43,92
Dando Información al Turista	108	42,35
Apoyando con Mano de Obra y Materiales de la Zona	35	13,73
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 13  
APORTE COMUNITARIO**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Según el cuadro anterior la Comunidad figuraba como un mínimo aporte en cuanto a recursos se refiere, pero al preguntarles cuál sería su aporte en el proyecto, manifestaron en su gran mayoría ayudando a cuidar el medio ambiente y dando información al turista; lo cual es muy importante puesto que su ayuda e incidencia para que esta acción se cristalice está dada por otros aspectos, pero no menos importantes que los antes indicados. Queda claro de esta manera que la comunidad no está

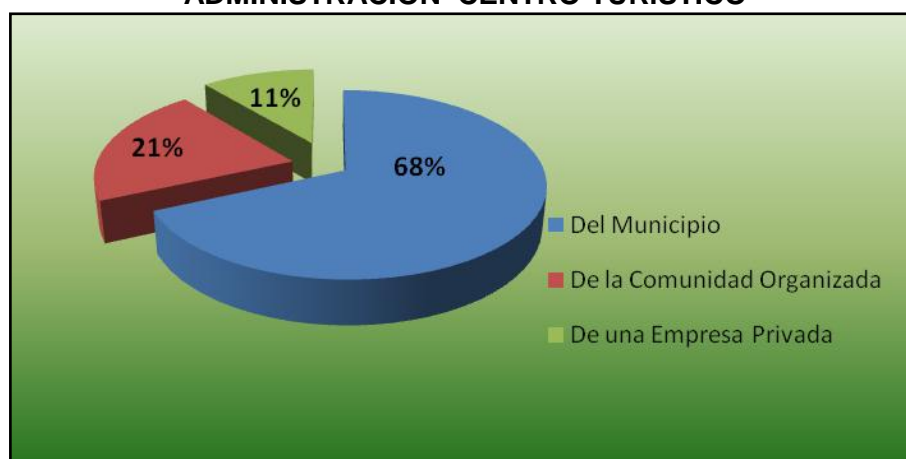
interesada en aportar con mano de obra y materiales de ningún tipo que represente dinero; al contrario que quiere conseguir mejoras en sus vidas.

**9. ¿La administración del nuevo Centro Turístico en qué manos debe estar a su criterio?**

**CUADRO N° 27**

PARROQUIA CRISTÒBAL COLÒN: ADMINISTRACIÒN DEL CENTRO TURÌSTICO		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Del Municipio	178	68,24
De la Comunidad Organizada	53	20,78
De una Empresa Privada	28	10,98
<b>TOTAL</b>	<b>259</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 14**  
**ADMINISTRACIÓN CENTRO TURÍSTICO**



**FUENTE:** Encuesta a Pobladores. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

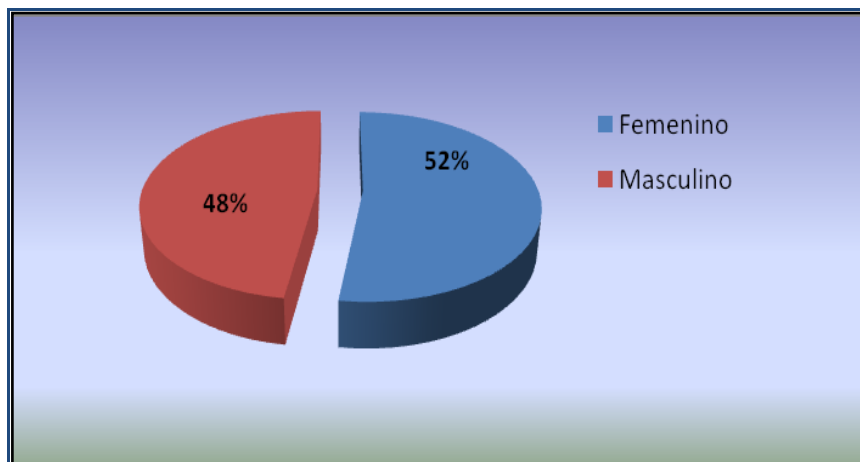
Entre que sea fuente de financiamiento y entidad administradora del proyecto, existe una estrecha relación. Así lo manifestaron los encuestados, quienes coinciden en una gran mayoría, que es el Municipio quien se debe encargar de la administración del centro turístico. No obstante, también es importante la respuesta de que la comunidad debe participar también en la administración del lugar.

## RESULTADOS DE ECUESTAS APLICADAS A TURISTAS

**CUADRO N° 28**

CANTÓN MONTÚFAR: GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Femenino	189	52,21
Masculino	173	47,79
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 15**  
**GÉNERO**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

### **ANÁLISIS:**

Según la muestra calculada para la aplicación de encuestas a turistas en el Cantón Montúfar, fueron 362 personas encuestadas en los centros turísticos de la Paz, Cascada de Paluz y Bosque de los Arrayanes. De este total un 52% corresponden a mujeres y un 48% fueron hombres. En aspecto género la recopilación de datos por medio de la encuesta tuvo la característica de ser equitativa. De esta forma los resultados obtenidos

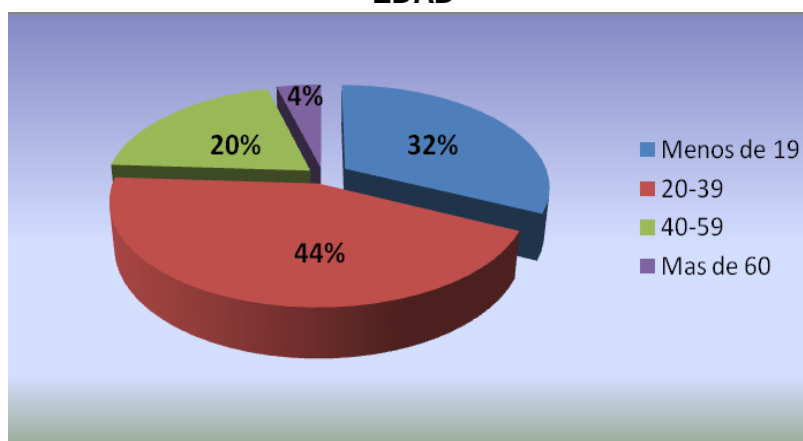


tienen la particularidad de ser confiables y responden a opiniones tanto de hombre como de mujeres.

**CUADRO N° 29**

<b>CANTÓN MONTÚFAR: EDAD DE LOS ENCUESTADOS</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Menos de 19	116	32,04
20-39	159	43,92
40-59	72	19,89
Mas de 60	15	4,14
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 16**  
**EDAD**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

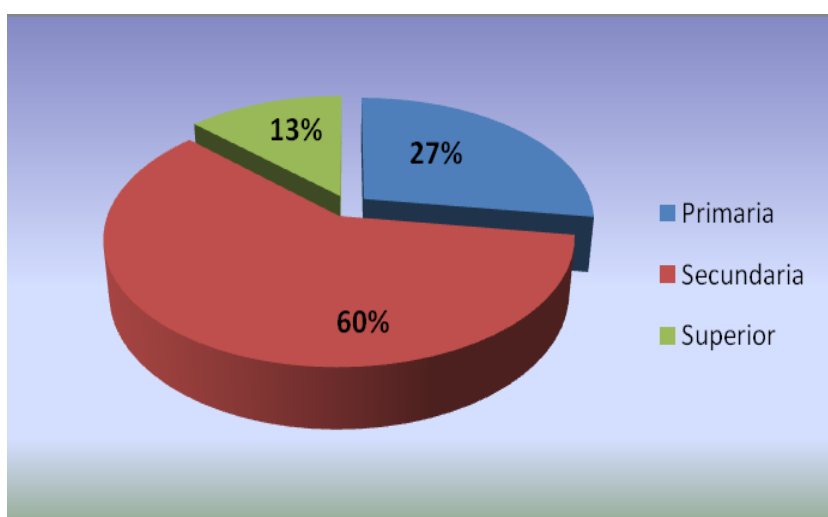
Del total de turistas abordados con la encuesta planificada, la gran mayoría están comprendidos entre los 19 y 39 años de edad. Como se observa en el cuadro estadístico anterior se encuentra algo distribuida la toma de datos entre los diferentes grupos o rangos de edad. Particularidad que garantiza que la información y datos alcanzados tienen la confiabilidad necesaria y suficiente como para efectuar los análisis que corresponden a esta parte de la elaboración del Proyecto de

readecuación de la laguna del Salado y convertirla en un importante centro turístico del cantón Montúfar.

**CUADRO N° 30**

<b>CANTÓN MONTÚFAR: NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LOS ENCUESTADOS</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Primaria	99	27,35
Secundaria	216	59,67
Superior	47	12,98
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 17  
NIVEL DE INSTRUCCIÓN**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

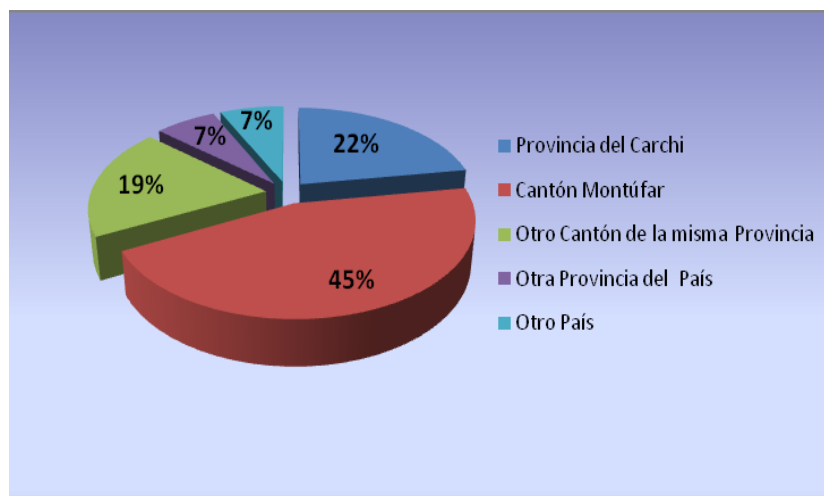
Más de las dos terceras partes de los turistas encuestados para el presente proyecto, corresponde a personas con una instrucción secundaria y superior. Este hecho, importante para la confiabilidad de los datos obtenidos, hacen que la información recogida sirva positivamente

para realizar los análisis y estimaciones sobre la demanda del servicio turístico que prestaría la laguna del Salado, cuando se concluyan los trabajos de readecuación como los que plantea el presente estudio

**CUADRO N° 31**

<b>CANTÓN MONTÚFAR: LUGAR DE PROCEDENCIA</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Provincia del Carchi	81	22,38
Cantón Montúfar	163	45,03
Otro Cantón de la misma Provincia	69	19,06
Otra Provincia del País	24	6,63
Otro País	25	6,91
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 18**  
**LUGAR DE PROCEDENCIA**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

### **ANÁLISIS:**

En el cuadro estadístico anterior se registra una información muy importante para todo proyecto turístico, cual es el de conocer la procedencia de los visitantes. Por ejemplo en el caso de los resultados obtenidos, la mayoría son personas que provienen de la misma provincia. Dato importante pero no suficiente para el desarrollo del proyecto; puesto

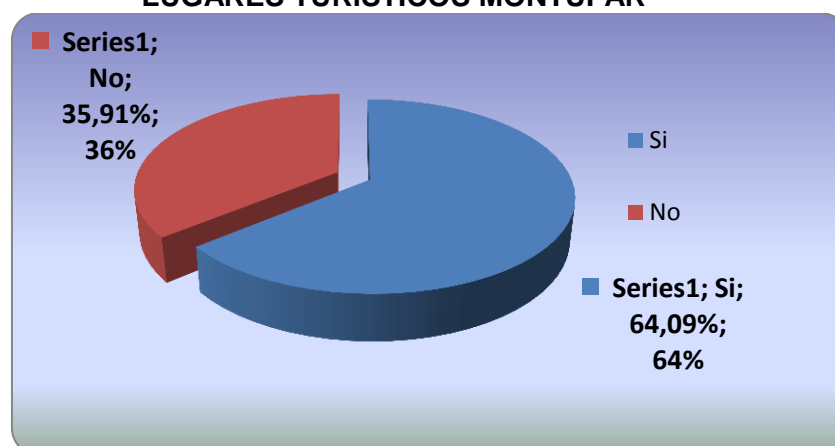
que habrá que promocionar el lugar una vez readechado y en funcionamiento, para que el número de turistas de otras provincias del país y extranjeros aumente, permitiendo en conjunto contribuir al crecimiento y desarrollo de la readequación.

### 1. ¿Conoce que atractivos turísticos tiene el Cantón Montúfar?

**CUADRO N° 32**

CANTÓN MONTÚFAR: LUGARES TURÍSTICOS MONTÚFAR		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	232	64,09
No	130	35,91
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 19**  
**LUGARES TURÍSTICOS MONTÚFAR**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

### ANÁLISIS:

Según los resultados a esta pregunta, existe un considerable porcentaje de personas que conocen los lugares turísticos del cantón Montúfar; esto se deduce a que la gran mayoría de turistas pertenecen a la provincia del Carchi. Mientras que en un menor porcentaje pero no menos importante, desconocen lo mencionado y una de las causas para que esto ocurra puede ser generalmente por la falta de

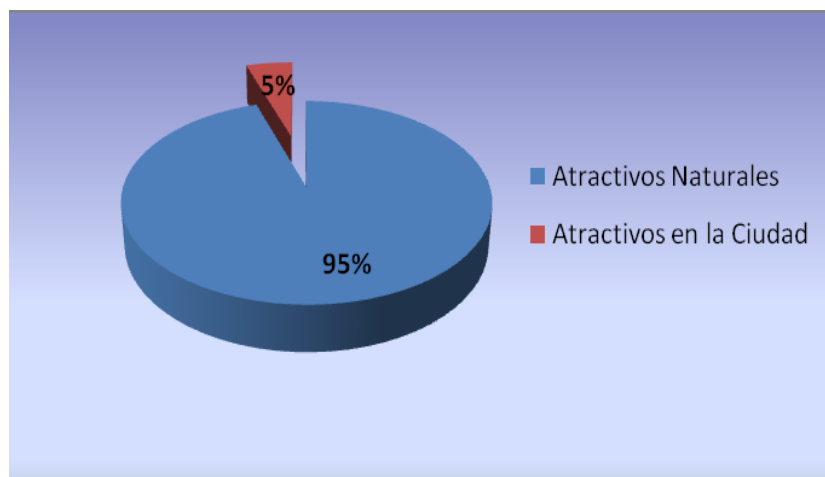
canalización de recursos económicos en promoción y publicidad. Por tal razón la importancia de que en este proyecto se tome en cuenta las estrategias y recursos para difundir información sobre la rehabilitación de la Laguna del Salado dentro y fuera de la Provincia.

## 2. ¿Qué tipo de atractivos turísticos le gustaría visitar?

**CUADRO N° 33**

CANTÓN MONTÚFAR: TIPO DE ATRACTIVOS		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Atractivos Naturales	344	95,03
Atractivos en la Ciudad	18	4,97
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 20**  
**TIPO DE ATRACTIVOS**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

### **ANÁLISIS:**

El cuadro estadístico antepuesto deja ver un problema, pues la mayoría de encuestados manifiestan su agrado por visitar atractivos naturales; sin embargo, algunos de estos se encuentran descuidados y otros

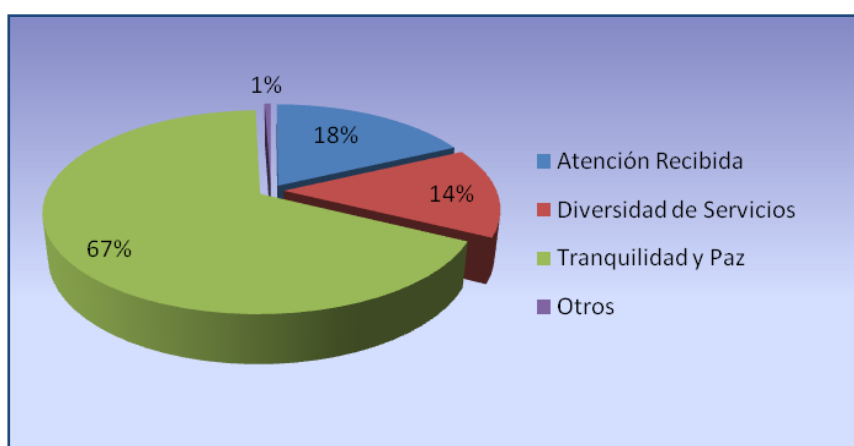
abandonados. Las personas al vivir en la ciudad buscan tranquilidad e incrementan sus deseos por conocer paisajes naturales que les permitan contrarrestar el estrés. Por ello el proyecto en desarrollo busca ofrecer al turista un lugar de distracción, con servicios indispensables que hagan posible una feliz estadía y permitan un pronto regreso al lugar.

### 3. ¿En un servicio turístico cuál es el aspecto que más le atrae?

**CUADRO N° 34**

<b>CANTÓN MONTÚFAR: PREFERENCIA</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Atención Recibida	65	17,96
Diversidad de Servicios	52	14,36
Tranquilidad y Paz	243	67,13
Otros	2	0,55
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 21  
PREFERENCIA**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

### **ANÁLISIS:**

Los resultados que trae el cuadro estadístico anterior hacen notar que para el turista todos los servicios son muy importantes, pero el que más destaca es la tranquilidad y paz que busca encontrar. A pesar de estar

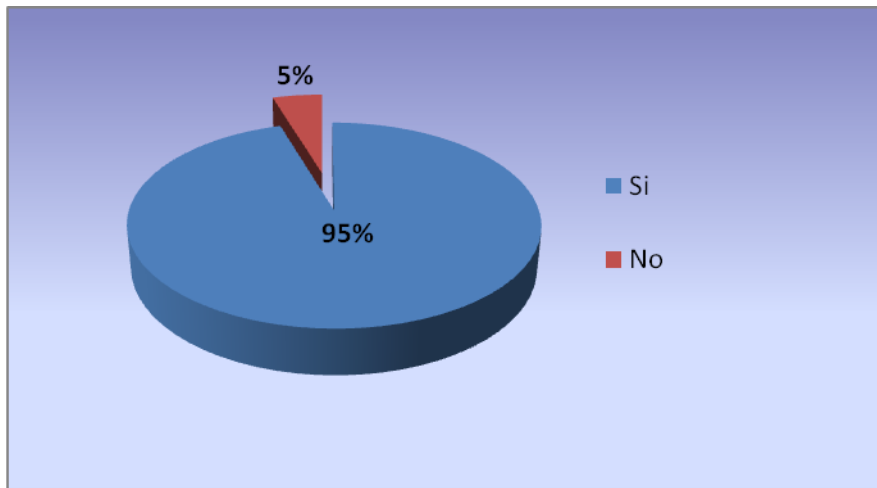
hablando de atractivos o lugares eco turísticos, a veces es muy difícil brindar el sosiego, quietud o descanso. De ahí que el proyecto a implementarse como resultado del presente estudio, tendrá que ser cuidadoso en ofrecer este aspecto tan importante sin ninguna clase de elementos adversos.

**4. ¿Considera Usted que el Cantón Montúfar tiene posibilidades de ampliar el turismo?**

**CUADRO N° 35**

CANTÓN MONTÚFAR: CRECIMIENTO DEL TURISMO		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	345	95,30
No	17	4,70
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 22  
CRECIMIENTO DEL TURISMO**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

El cantón Montúfar al contar con importantes lugares, combinaciones paisajísticas de cultivos, bosques, agua entre otros; es propicio para desarrollar el turismo. Por eso será que los encuestados manifiestan muy

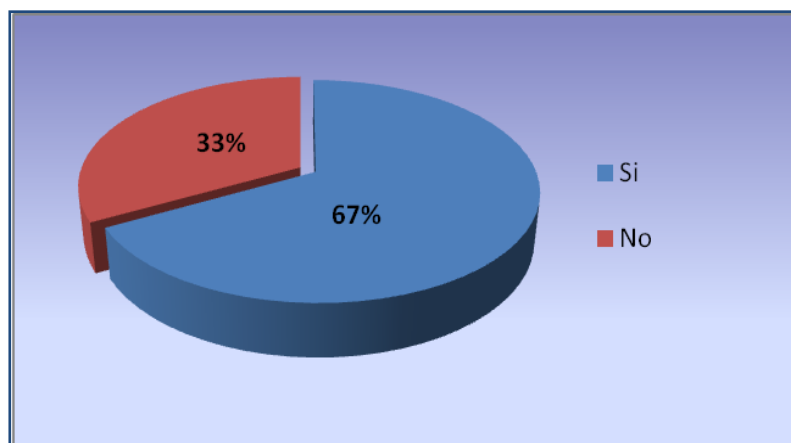
convencidos de que la región si tiene posibilidades de ampliar o mejorar lo antes mencionado. Este aspecto que se está analizando desde ya demuestra que el proyecto es factible; puesto que la provincia del Carchi y en si el cantón son aptos para desarrollar propósitos como el que se plantea.

**5. ¿Ha escuchado o conoce Ud. la Laguna del Salado?**

**CUADRO N° 36**

CANTÓN MONTÚFAR: CONOCIMIENTO DEL LUGAR TURÍSTICO		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Si	243	67,13
No	119	32,87
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 23**  
**CONOCIMIENTO DEL LUGAR TURÍSTICO**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Según la información proporcionada por el cuadro estadístico, existe más de una tercera parte de los encuestados que no conocen sobre la



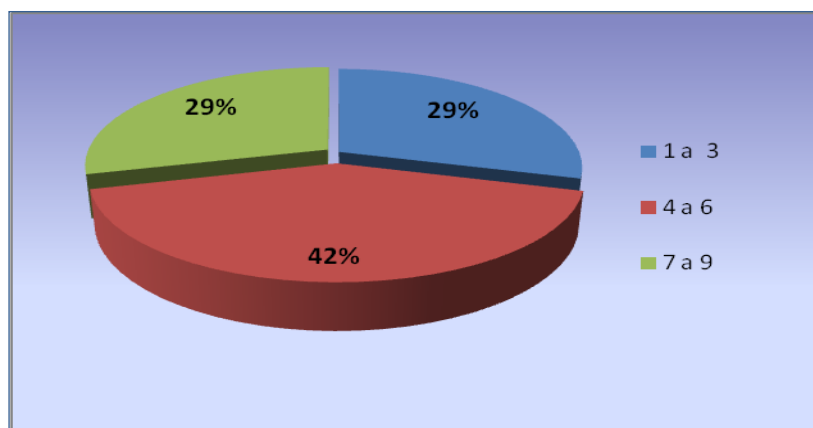
existencia de la laguna del Salado. Una posible razón a tal situación, es que este sitio no se encuentra en las condiciones adecuadas por la falta de mantenimiento; además, es notoria la escasa publicidad. Para contrarrestar este problema, la administración del centro turístico deberá implementar políticas y mecanismos para difundir el lugar.

**6. ¿En promedio de los integrantes de su familia a cuántos les gustaría hacer turismo en la naturaleza?**

**CUADRO N° 37**

CANTÓN MONTÚFAR: GUSTO POR EL TURISMO		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
1 a 3	106	29,28
4 a 6	151	41,71
7 a 9	105	29,01
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 24  
GUSTO POR EL TURISMO**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora

**ANÁLISIS:**

El cuadro y gráfico estadístico precedente nos muestra que familias ya sean grandes o pequeñas, desde el punto de vista número de miembros gustan hacer turismo en la naturaleza. Es decir, las familias en alguna

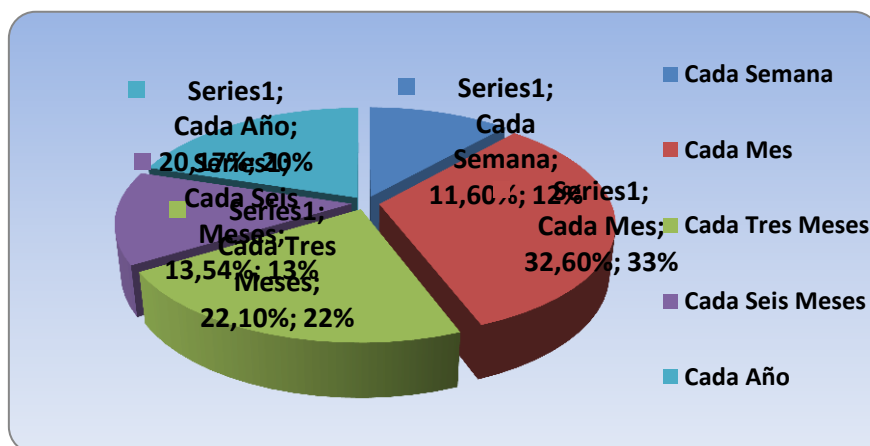
momento abandonan sus hogares con el fin de visitar atractivos naturales, en búsqueda de la tranquilidad y paz. El problema es que a pesar de la creciente demanda, no hay lugares suficientes ni completamente adecuados con estas características en el cantón Montúfar. Frente a esta problemática se ha formulado llevar a cabo la ejecución del presente proyecto, que busca satisfacer la demanda observada.

**7. ¿Con que frecuencia salen hacer turismo los miembros de su familia?**

**CUADRO N° 38**

CANTÓN MONTÚFAR: FRECUENCIA		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Cada Semana	42	11,60
Cada Mes	118	32,60
Cada Tres Meses	80	22,10
Cada Seis Meses	49	13,54
Cada Año	73	20,17
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 25  
FRECUENCIA**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011  
**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

El principal problema que se vislumbra en la información entregada en el cuadro estadístico anterior, es que casi el 60 % de los encuestados salen

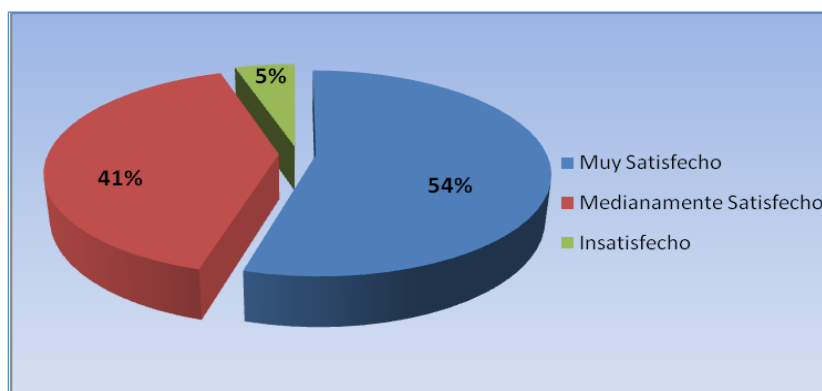
de turismo en una frecuencia de entre tres, seis y un año. La posible causa de esta problemática es que las condiciones económicas y ante pocas facilidades de hacer turismo, la gente se demora en planificar y hacer turismo. Si se trata de analizar el efecto de este problema, es que los miembros familiares que trabajan no pueden lograr el descanso que cada semana, cada quince días o a lo mucho cada mes, requiere para recomfortarse en energía para continuar con las actividades de trabajo.

**8. ¿Qué tan satisfecho esta con los servicios recibidos durante sus visitas de turismo?**

**CUADRO N° 39**

<b>CANTÓN MONTÚFAR: NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Muy Satisfecho	197	54,42
Medianamente Satisfecho	147	40,61
Insatisfecho	18	4,97
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 26  
NIVEL DE SATISFACCIÓN**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Los visitantes al ser preguntados sobre el nivel de satisfacción de los servicios turísticos recibidos, un 41 % manifestó que se sienten medianamente satisfechos y un 5 % insatisfechos. Las causas fundamentales a esta problemática es la falta de capacitación y don de

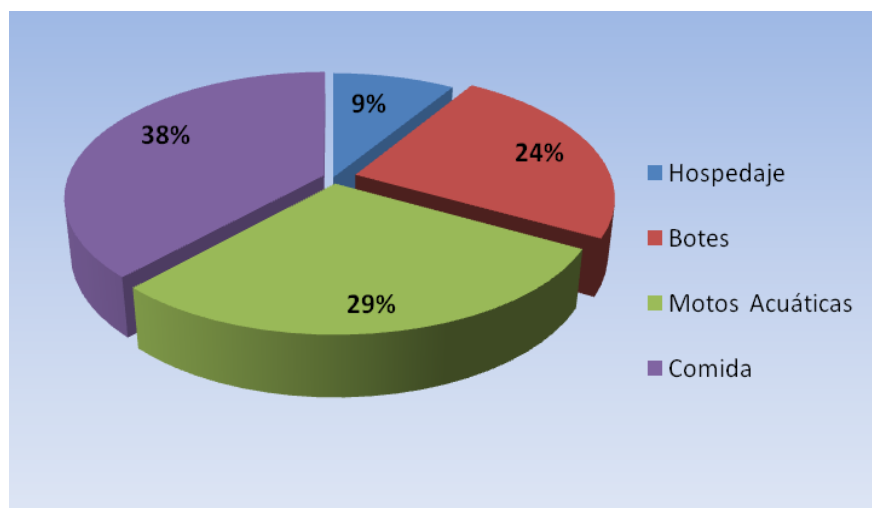
gente que deben tener los empleados; además los pocos implementos y equipamiento son insuficientes para hacer una estadía agradable a las personas. El efecto de esta situación es negativa para el desarrollo de la actividad turística. Visto estas circunstancias la administración del nuevo proyecto debe gestionar todos los servicios y la capacitación a su personal para satisfacer las necesidades de las personas visitantes.

**9. ¿Cuál de los siguientes servicios a implantarse preferiría al visitar la Laguna?**

**CUADRO N° 40**

PREFERENCIA SERVICIOS TURISTICO		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Hospedaje	33	9,00
Botes	87	24,00
Motos Acuáticas	105	29,00
Comida	137	38,00
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 27**  
**PREFERENCIA SERVICIOS TURÍSTICOS**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

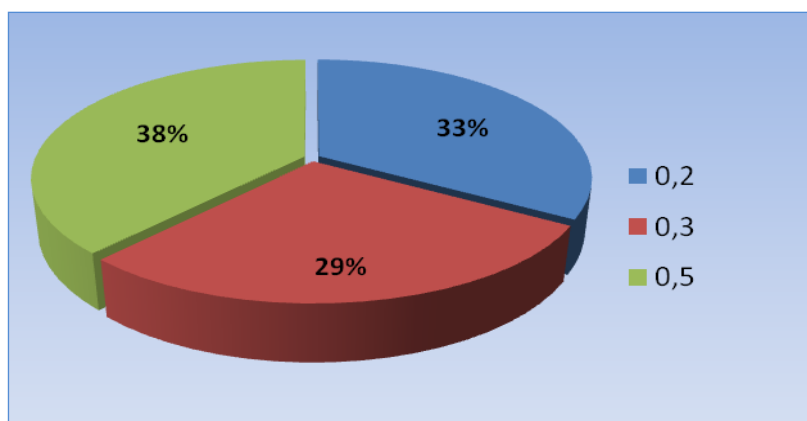
Quien más que los turistas que permanentemente visitan sitios y lugares pueden manifestar sus preferencias, así podemos darnos cuenta que la mayoría de ellos prefiere utilizar el servicio de restaurante; puesto que es una prioridad el alimento, para luego dedicarse a la distracción y diversión que le proporcionan las motos acuáticas y botes; mientras que en un menor porcentaje esta el hospedaje por posible presencia de turistas locales.

**10. ¿Cuál de las siguientes tarifas estaría de acuerdo a cancelar en el peaje al ingreso de la Laguna?**

**CUADRO N° 41**

CANTÓN MONTÚFAR: PRECIO		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
0.20	121	33,43
0.30	103	28,45
0.50	138	38,12
<b>TOTAL</b>	<b>362</b>	<b>100,00</b>

**GRÁFICO No. 28  
PRECIO**



**FUENTE:** Encuesta a Turistas. Noviembre, 2011

**ELABORACIÓN:** La Autora.

**ANÁLISIS:**

Pensando en la auto sostenibilidad del proyecto a implantarse, a los encuestados se les preguntó sobre el pago de tarifas o peaje de ingreso a

la laguna del Salado. Al respecto las dos terceras partes se pronunciaron que no tendrían dificultades en pagar sobre los 30 centavos de dólar como contribución para el mantenimiento de este lugar turístico. El problema fundamental sobre este aporte es la forma técnica de su recaudación, los controles y el presupuesto de inversión de esos recursos, puesto que los turistas siempre estarán atentos al resultado o destino que se den de sus aportes cada vez que ingresa a este lugar.

## **RESULTADOS DE ENTREVISTA APLICADA**

**Nombre:** Dr. Juan Acosta

**Cargo:** Alcalde del Ilustre Municipio de Montúfar

**Fecha:** 5 de diciembre 2011

### **¿Qué gestiones ha realizado el Municipio de Montúfar para readecuar la Laguna del Salado como un Centro Turístico?**

- Realizar Proyecto con Gobierno Provincial del Carchi para la implementación de lugar turístico Laguna el Salado.
- Creación Asociación del Ejido.
- Convenio con FOSIN para canchas.

Además se ha invertido en los años 2010 – 2011 lo siguiente:

Alcantarillado	\$ 100.000,00
Acueducto	20.000,00
Cerrado (vereda), Bordillos	30.000,00
Alumbrado	20.000,00
Agua Potable	10.000,00
Canchas Deportivas	10.000,00
Estacionamiento – Ampliación	<u>10.000,00</u>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 200.000,00</b>

### **¿Qué porcentaje del presupuesto asignado al Municipio es destinado al mantenimiento de los centros turísticos del Cantón Montúfar?**

Doscientos mil (\$200.000) dólares en presupuesto 2010-2011

**¿Qué cantidad fue asignada según el último presupuesto al mejoramiento de la Laguna del Salado?**

Cien mil dólares (\$100,000)

**¿Cada qué tiempo la Laguna del Salado recibe mantenimiento por parte del personal encargado? Y que beneficios se ha obtenido?**

Una vez al año con personal Municipal

**¿Cuenta el Municipio con personal especializado en el manejo y conservación de los Recursos Naturales?**

Si, el Departamento de Ambiente y Producción.

Departamento de Participación ciudadana – Unidad de Turismo.

**¿Se ha encargado el Municipio de Montúfar de promocionar sus Centros Turísticos? Y si lo ha hecho que tipo de publicidad se utilizó?**

En el año 2009 realizamos publicidad en 80%, en Radio, TV y Material impreso.

En el año 2010 – 2011 en un 20%, por la implementación de infraestructura, tanto en radio, TV UTN Patrimonio.

**¿Cómo aportaría la Comunidad aledaña de darse un Proyecto de readecuación e implementación de atractivos turísticos en la Laguna del Salado?**

La Asociación El Ejido, en el mantenimiento, atención de manera conjunta con el Municipio.

**¿El qué capacidad estaría el Municipio de Montúfar para invertir en la readecuación de la Laguna del Salado como Centro Turístico?**

Si estamos en capacidad de invertir para el año 2012 – 2013, (\$ 200,000.00) en el mejoramiento.

**¿En qué condiciones estaría la Comunidad para administrar la posible prestación de servicios turísticos en la Laguna del Salado?**

Le haría falta capacitación a la organización para que se de una buena atención.

**¿Considera necesario obtener financiamiento de alguna Institución Privada?**

Si, El Ministerio de Turismo.

**OBSERVACIÓN DIRECTA**

Mediante la observación se pudo comprobar que el acceso hacia la laguna del Salado se encuentra en medianas condiciones, necesita ser mejorado. La distancia desde la panamericana norte hacia la laguna es relativamente corto 4 KM. Características muy importantes para que fluya el turismo, este rincón natural ofrece al visitante nacional y extranjero paz, frescura, regocijo y contacto directo con el paisaje, disfrutando de su flora y fauna. Al cristalizarse el proyecto que se plantea, puede fácilmente convertirse en uno de los más importantes atractivos del Cantón Montúfar y la provincia del Carchi. De la realidad constatada, existe muy buena acogida por parte de las personas en especial para visitas de fines de semana y feriados; aunque de igual manera no dejan de manifestar su inconformidad por la falta de servicios turísticos en la Laguna del Salado; ya que dicen no encontrar lo necesario en el lugar antes mencionado.

**IDENTIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

El proyecto de readecuación e implementación de atractivos turísticos en la laguna del Salado tiene como finalidad brindar un buen servicio, incrementado atractivos que llamen la atención del visitante. De esta forma poder satisfacer a la población y atraer a los turistas que estén de paso por la ciudad de San Gabriel y la zona norte del país; garantizándoles plena seguridad, confort y mucha tranquilidad. La



información que contempla el Cuadro Estadístico Nro. 3.13, resume los datos de la población del lugar, que conoce las preferencias de los turistas. En este sentido, para el nuevo proyecto eco turístico Laguna del Salado quedan identificados y caracterizados los servicios de la siguiente manera:

#### **CUADRO N° 42**

<b>LAGUNA DEL SALADO: IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS</b>
Hospedaje
Botes
Motos Acuáticas
Comida (Restaurante)

**FUENTE:** Cuadro Estadístico 3.30

**ELABORACIÓN:** La Autora.

El proyecto se caracteriza por la plantear la readecuación total, implementación y ejecución de nuevos servicios, que se constituyan verdaderamente en atractivos turísticos de gran valor para los visitantes nacionales y extranjeros que gustan disfrutar del paisaje natural en su más alta expresión. Estos servicios estarán enfocados en satisfacer las necesidades de las personas, además podrán relajarse y disfrutar de un ambiente natural rodeado de absoluta tranquilidad.

### **ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

#### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

En la actualidad se ha evidenciado mucho el crecimiento del ecoturismo, por tal razón un lugar que ofrezca alternativas ecológicas se convierte en un atractivo ideal para todos los amantes de la naturaleza y el medio ambiente.

Los factores que afectan en su mayor parte la demanda son: tamaño de la población, situación económica, preferencias, gustos, precios de accesibilidad y consumo en este caso de los centros turísticos.

De la escasa información sobre la demanda por servicios turísticos, se obtuvieron los siguientes datos que corresponden a los años 2010 y 2011. Con la fórmula del monto o interés compuesto se ha logrado la tasa de crecimiento del período y de un año.

**CUADRO N° 43**

<b>CARCHI: NÚMERO DE TURISTAS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>NUMERO</b>	<b>% PERÍODO</b>	<b>% AL AÑO</b>
<b>2010</b>	272.745	.....	.....
<b>2011</b>	345.000	0,2649	0,0331

FUENTE: [WWW.sisepuedeecuador.com](http://WWW.sisepuedeecuador.com)

ELABORACIÓN: La autora

Con esta tasa de crecimiento del número de turistas que demandan servicios correspondientes a este sector económico, se puede hacer la estimación de turistas. No obstante, también vale analizar lo que ocurre con la tasa de crecimiento poblacional del último Censo realizado en 2010.

**CUADRO N° 44**

<b>C. MONTÚFAR: TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	
<b>Sexo</b>	<b>Tasa Crecimiento</b>
<b>Hombre</b>	0,79%
<b>Mujer</b>	0,67%
<b>Total</b>	<b>0,73%</b>

FUENTE: INEC, Censo de 2010

ELABORACIÓN: La autora

## **PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

A no dudarlo, la demanda por servicios turísticos tiene como principal factor el crecimiento poblacional, que para el caso de la provincia del Carchi, según el Censo de 2010 es de 0.81% y del Cantón Montúfar es aún menos: 0.73%. Como se ve la tasa de crecimiento poblacional es relativamente baja y se trata de una tasa interna de crecimiento poblacional que no contempla la afluencia de turistas extranjeros que visitan la provincia, sus cantones, parroquias y sitios turísticos de esta región. Por ello, resulta más conveniente utilizar la tasa de crecimiento de 3,31 % calculada a partir de los registros de turistas del año 2010 y 2011.

Según las encuestas a turistas realizadas para el presente estudio, el 95,03% prefiere hacer turismo (natural). Por consiguiente, al igual que las personas se desplazan a visitar la Gruta de La Paz, Cascada de Paluz y Bosque de los Arrayanes como centros atractivos del Cantón Montúfar, también un gran porcentaje visitarán la Laguna del Salado. Con las características que plantea el presente proyecto y tratando de ubicar el interés por visitar la laguna del Salado, se les preguntó a los visitantes que ubicamos según la muestra, en los tres lugares indicados del trabajo de campo; los cuales el 93,73% manifestaron estar de acuerdo en la readecuación e implementación de la laguna.

Información importante recabada en el trabajo de campo nos muestra que la demanda por servicios turísticos en el Cantón Montúfar en un mes es de 6.275 personas aproximadamente, según lo registrado en el Cuadro Nro. 3.4 del presente estudio. A este número lo más apropiado fue aplicarle la tasa de crecimiento turístico resultante del cálculo de los únicos datos proporcionados de los años 2010 y 2011 para la provincia del Carchi. Según estos cálculos de la tasa de crecimiento de turistas de 3,31% se aplicó a las 6.275 personas registrados a noviembre de 2011.

#### **CUADRO N° 45**

### C. MONTÚFAR: PROYECCIÓN DEMANDA TURÍSTICA

PERÍODO	TURISTAS CANTÓN MONTÚFAR por mes	POBLACIÓN META DEL SALADO 33 % al mes	TURISTAS LAGUNA DEL SALADO por año
Año Base(2011)	6275	2092	25100
1	6483	2161	25931
2	6697	2232	26790
3	6919	2306	27677
4	7148	2383	28594
5	7385	2462	29540

**FUENTE:** Cuadros Estadísticos 3.4; 3.18

**ELABORACIÓN:** La Autora

En el cantón Montúfar y según datos estadísticos se determina que la población de turistas a noviembre de 2011 que visitaron La Gruta de La Paz, La Cascada de Paluz y el Bosque de los Arrayanes alcanzó el número de 6.275 personas. Se ha tomado como población meta a ser atendida en el nuevo proyecto de la laguna del Salado solamente una tercera parte del total, o sea, un 33.33 % de los turistas que visitan los atractivos mencionados. Se espera que el nuevo centro turístico a funcionar de acuerdo con todas las especificaciones del proyecto creará su propia demanda, tomando en cuenta que cada lugar tiene sus atractivos únicos y particulares.

## ANÁLISIS Y COBERTURA DE MERCADO

### ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta turística en el Cantón Montúfar se centra especialmente en tres lugares de paisaje natural: Gruta de La Paz, Cascada de Paluz y el Bosque de los Arrayanes. A esta oferta de turismo se sumaría con la readecuación correspondiente la laguna del Salado.

Se podría decir que la oferta en el sector turístico, es la capacidad de prestación de productos y servicios que se dispone a brindar; en este caso el nuevo proyecto readecuación Laguna del Salado, ocupará un importante lugar dentro del mercado local del Cantón Montúfar.

La laguna del Salado, en un principio pretende ofrecer sus servicios a todo el Cantón Montúfar y las personas que visiten la Provincia del Carchi, aprovechando que es un lugar cercano a la panamericana norte y con una vía en medianas condiciones que será mejorada en un corto plazo. Este sitio pretende ser rehabilitado, pues con estas características no tiene competencia a nivel Provincia.

Por las respuestas dadas en las encuestas realizadas a los pobladores del Cristóbal Colón, podemos afirmar que están muy interesados en que el lugar sea rehabilitado, de esta manera ellos están dispuestos a colaborar en la prestación u oferta de productos y servicios que necesitan disfrutar los turistas que llegarán a este lugar. Al respecto, el Cuadro Estadístico Nro. 3,14 está el pronunciamiento directo de los pobladores aledaños, quienes expresaron en un 97,25 % que la readecuación del lugar traerá beneficios a la comunidad. De lo cual se desprende que los habitantes del sector están dispuestos a colaborar

y una de las formas de hacerlo es ayudando a cuidar el medio ambiente y dando información al turista; pues el proyecto beneficiará a todos.

**CUADRO N° 46**  
**LAGUNA DEL SALADO: IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS**

<b>OFERTA DE ATRACTIVOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Botes	10
Motos Acuáticas	3
Hospedaje (cabañas)	4
Comida (Restaurant)	1

**FUENTE:** Cuadro Estadístico 3.13

**ELABORACIÓN:** La Autora.

## **COBERTURA DEL MERCADO**

La cobertura de mercado se la ha registrado en el Cuadro Estadístico Nro. 3.34, aspirando que del total de turistas que a noviembre de 2011 visitaron atractivos del Cantón, el nuevo proyecto de la laguna del Salado capte de este mercado un 33,33 %, o sea la tercera parte de las personas que visitan los otros lugares.

## PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se tomó en cuenta la capacidad total de que tendrá el nuevo lugar turístico en la prestación de servicios.

**CUADRO N° 47**  
**L. DEL SALADO: OFERTA POTENCIAL**  
**DE SERVICIOS A TURISTAS**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA DE SERVICIOS A TURISTAS AL AÑO</b>
<b>2012</b>	25932
<b>2013</b>	26784
<b>2014</b>	27672
<b>2015</b>	28596
<b>2016</b>	29544

**FUENTE:** Cuadros Estadísticos 3.34

**ELABORACIÓN:** La Autora

Según la información y forma de cálculo, la proyección de la demanda y la proyección de la oferta en el mismo sector son equilibradas, el incremento de turistas y la necesidad por nuevos servicios, por ejemplo hospedaje en el lugar será considerada demanda insatisfecha y la administración del Centro tendrá que gestionar la oferta de servicios requerida por las personas que gustan de la estadía en un centro de turismo natural y aprovechar que hoy en día las personas optan por visitas que conlleve estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de un lugar distinto al de la ciudad.

## ANÁLISIS DE PRECIOS

De acuerdo a la investigación realizada se puede establecer que los

posibles clientes están dispuestos a pagar los servicios de acuerdo a su nivel de ingreso y optan por pagar los precios medios ya que están de acuerdo en que si se desea un buen servicio tienen que pagar por ello.

Los precios de los distintos servicios a ofertar estarán casi al mismo nivel de similares lugares turísticos, no solamente del Cantón sino de la provincia. En lo referente a los puestos de comidas o restaurante se buscara productos de calidad para que el cliente se sienta satisfecho. En definitiva todos los servicios internos de la laguna estarán regidos por el libre mercado, tomando en cuenta en brindar servicios de calidad.

Siendo la obra principal la readecuación física e implementación de atractivos en la laguna del Salado, esta tarea será además la preocupación futura de la administración y para obtener los recursos con los cuales se puede sustentar y ser sostenible en el tiempo dicho proyecto; se tendrá que cobrar un peaje al ingreso de la laguna. Al respecto, se plantea lo siguiente

**CUADRO N°48**  
**VALOR DE TARIFA O PEAJE AL INGRESO**

PEAJE	TIPO VEHÍCULO	VEHÍCULOS AL MES	ESTIMACIÓN AL AÑO
0.5	Particulares	180	1,080

**FUENTE:** Investigación Directa – Cuadro Estadístico 3.31

**ELABORACIÓN:** La Autora

Por ser importantes todas las respuestas a las alternativas planteadas a los turistas en la encuesta aplicada, se pudo tomar en cuenta esos valores de peaje, únicamente tratando de operar con una tarifa de vehículos particulares que ingresen al centro turístico. Se debe indicar que dichas cantidades o peajes tiene que ser reajustadas cada año, según sea la tasa de inflación general del país. De esta forma la administración del centro turístico asegurará fondos económicos para

hacer el mantenimiento y posibles ampliaciones de servicios que deban ser ofertados a los turistas.

## **ESTRATEGÍAS COMERCIALES**

### **Producto o Servicio**

La readecuación e implementación de la Laguna de Salado estará enfocada en un proyecto que brinda servicios y compuesto por factores importantes como:

- La calidad en el servicio, su infraestructura en buen estado, profesionales calificados, comida típica, nuevos servicios.
- Se mantendrá un control en el cuidado de los servicios que se ofrecerá en la Laguna
- La readecuación de los servicios se los realizara dependiendo a los gustos y preferencias de los turistas.

### **Precio**

Para la aplicación de precios se realiza a través de la investigación aplicada a la competencia, además se considera los costos de cada uno de los servicios.

- El precio será considera en un nivel medio, porque el servicio que el centro turístico brindara será de calidad en todos sus aspectos.
- Los precios dependerán de los servicios que el turista desea utilizar
- Se realizaran descuentos especiales dependiendo el numero de cliente que acudan



- Existirán precios especiales para las personas que son conocidos como clientes

### **Publicidad**

La publicidad consiste en comunicar, informar, dar a conocer o recordar al principal cliente la nueva opción de servicios turísticos que se encuentra en la provincia

- Se obsequiará regalos por la adquisición del servicio sobre todo en fechas especiales.
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- crear sorteos o concursos entre nuestros clientes fijos para incentivar el consumo del servicio frecuentemente.
- Publicar anuncios en diarios, revistas o Internet, brindando
- Crear boletines tradicionales o electrónicos en la página de turismo.
- Crear puestos de degustación con platos típicos.
- Crear actividades o eventos dentro del centro turísticos para que el cliente se sienta más satisfecho en los servicios.

### **Plaza o distribución**

Algunas estrategias que podemos aplicar, relacionadas a la plaza o distribución del servicio:

- Ofrecer nuestro servicio vía internet, llamadas telefónica, envió de correo.
- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro servicio
- Ubicar nuestro servicio solamente en los puntos de venta que sean convenientes para el tipo de servicios(distribución selectiva)
- Además ofrecer el servicio solamente en un solo punto de venta que sea exclusivo (distribución exclusiva)

## **CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO**

Después del análisis de las variables demanda, oferta y precio, se determina que existe un mercado potencial para la readecuación e implementación de nuevos atractivos turísticos en la Laguna del Salado, ya que este tipo de servicios son aceptados y llaman cada día más la atención de los turistas.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

En este capítulo se realizará un análisis técnico, del lugar en donde se desarrolla el proyecto, se tomará en cuenta ciertos parámetros que son indispensables, además tiene el objetivo de diseñar una propuesta que permita dar la utilización conveniente y de manera eficiente a los recursos disponibles.

Para el estudio técnico se analizará los siguientes aspectos

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- Ingeniería del proyecto
- Presupuesto de inversiones

### **LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO**

Dentro de la localización óptima del proyecto se analiza la macro y microlocalización, son bases fundamentales para la determinación y el estudio del lugar en donde se desarrolla el proyecto

### **Macrolocalización**

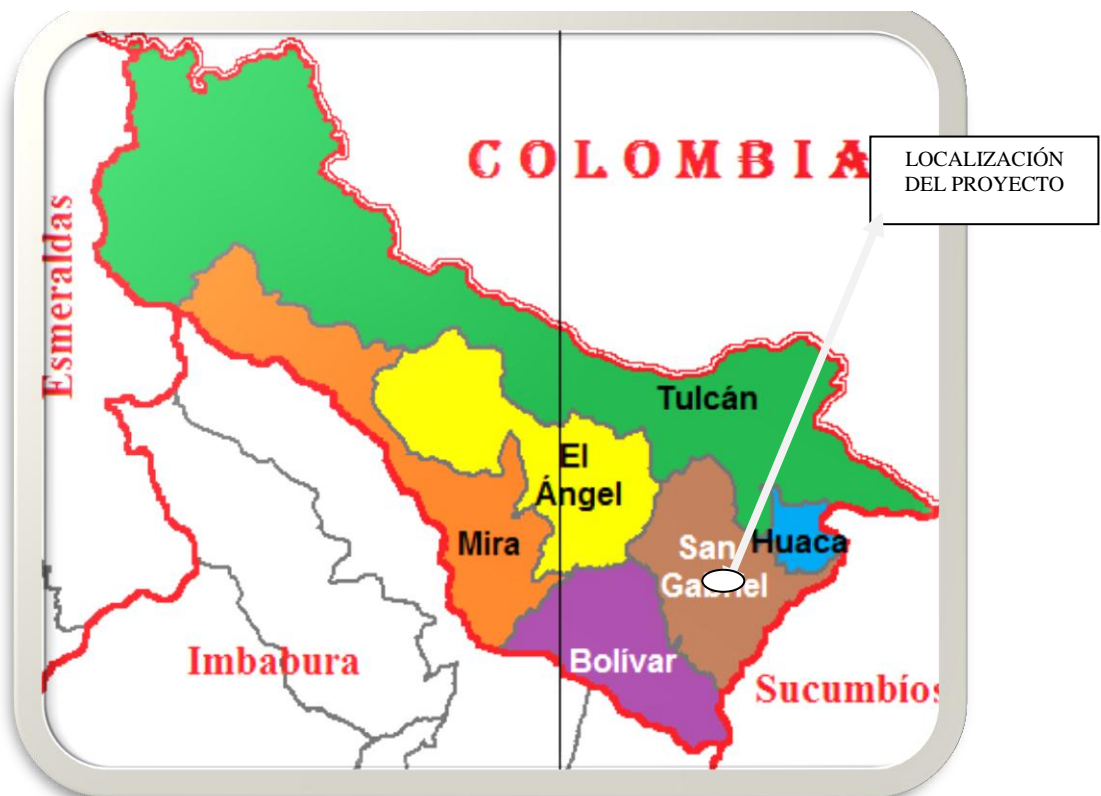
La macrolocalización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto. La macrolocalización del proyecto será:

País: Ecuador.

Provincia: Carchi

Cantón: Montúfar

**ILUSTRACIÓN No. 1**  
**MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI**



FUENTE: Investigación directa  
ELABORADO POR: La Autora

## **MICROLOCALIZACIÓN**

La microlocalización del proyecto será: Parroquia: Cristóbal Colón  
Sector: Laguna del Salado.

### **ILUSTRACIÓN No. 2 SECTOR LAGUNA DEL SALADO**



Fuente: Internet

Elaborado por: La autora

Hermosa e impresionante laguna, sus transparentes aguas la convierten en un lugar propicio para encontrar la paz y la tranquilidad. Se encuentra a tan solo 4 kilómetros de la ciudad de San Gabriel cantón Montúfar.

En el lugar antiguamente pantanoso fue aprovechado para embalsar sus aguas. Se alimentan del río Totoral o San Miguel.

### **Ubicación**

Está localizado a 45 kilómetros de Tulcán y a 4 kilómetros de la ciudad de San Gabriel cantón Montúfar.

### **Extensión**

Este hermoso sitio turístico tiene 500 metros de largo por 200 metros de ancho y con una extensión de 24 has.

### **Clima**

La laguna El Salado presenta una temperatura promedio de 12 grados centígrados.

### **Fauna**

Las especies animales que se han podido observar en los alrededores de la laguna son: colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa.

- *Especies Simbólicas:* Las especies simbólicas se caracterizan por tangaras, patos, colibríes, lechuzas, quacza, tórtolas, tuqunas, mirlos y quilicos.

### **Flora**

En lo que respecta a la flora encontramos varias especies vegetales que llama la atención de turistas, está compuesta por: sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos.

- *Plantas Nativas*: Las plantas nativas de esta laguna son eucaliptos, pinos, encino, acacias, pastos, zuros, plantas de taxo, capulí, molle y orquídeas.

A continuación el análisis de los factores que benefician el desarrollo del proyecto, en dicho lugar:

#### **a) Existencia de Vías de comunicación y de medios de transporte**

El Cantón Montúfar al Igual que la parroquia Cristóbal Colon cuentan con vías en perfectas condiciones que son aptas para la transportación a las sectores más lejanos esto favorece al turismo porque sus visitantes se movilizan sin ningún problema.

#### **b) Facilidades de infraestructura y servicios públicos básicos**

La parroquia cuenta con los servicios básicos necesarios para la prestación de servicios entendiéndose como tales: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono, servicio de recolección de basura etc. Los mismos servirán como apoyo para los servicios requeridos en la laguna.

#### **c) Atractivos turísticos**

La laguna del salado es reconocida como un lugar turístico desde hace muchos años atrás, es por ello que se a visto la necesidad de dar mejorías al lugar brindando servicio de calidad.

### **TAMAÑO DEL PROYECTO.**

#### **FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO**

Se analizará los siguientes factores que son importantes para poner en marcha el proyecto.

### a) Demanda.

La demanda es uno de los factores primordiales que se analiza porque depende de la cantidad de turistas que lleguen al lugar a adquirir los servicios que se ofrece para poder mantener el proyecto, sin que presente problemas a futuro.

De acuerdo al estudio de mercado efectuado, existe un mercado potencial significativo que puede aprovechar el proyecto.

**CUADRO No. 49**  
**MERCADO POTENCIAL PARA EL PROYECTO**

PERÍODO	POBLACIÓN META DEL SALADO 33 % al mes	TURISTAS LAGUNA DEL SALADO por año
Año Base(2011)	2092	25100
1	2161	25931
2	2232	26790
3	2306	27677
4	2383	28594
5	2462	29540

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La autora

### b) Disponibilidad de recursos financieros

La disponibilidad de recursos financieros incide en el tamaño del proyecto, así como el origen de esos recursos; puesto que estos serán cubiertos por el Municipio del cantón Montúfar que tiene destinado la partida presupuestaría Nro. 41-75-01-99-37, por un valor de 130.000 USD y 50.000 USD donados por el Consejo Provincial del Carchi.

### **c) Disponibilidad de mano de obra**

El sector cuenta con todo tipo de mano de obra porque la parroquia en los últimos tiempos le ha dado mucha importancia a la educación los padres de familia se han preocupado por dar un mejor porvenir a sus hijos, por tal razón se dispone con la mano de obra necesaria para el desarrollo del proyecto.

### **d) Disponibilidad de Insumos y materiales**

Para el abastecimiento tanto de insumos como ingredientes para la preparación de los alimentos y materiales para mantenimiento del lugar no existe ninguna complicación porque tanto la parroquia como el cantón poseen todos lo que se requiera y además quedan a unos pocos minutos de la laguna del salado lo que es una ventaja positiva.

### **Capacidad del proyecto**

Tomando en consideración la gran acogida de la propuesta por parte de la población que requiere de servicios turísticos, el proyecto tendrá la siguiente capacidad instalada

El servicio alternativo de hospedaje, el cual va dirigido a turistas nacionales y extranjeros tendrá una capacidad de 20 personas distribuidas en 4 cabañas con 5 plazas cada una

El restaurante tendrá una capacidad para 90 personas

El parqueadero 50 vehículos

## **INGENIERÍA DEL PROYECTO**

### **DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS FÍSICOS**



La readecuación e implementación de servicios en la Laguna del Saldo abarcará un perímetro de 5000 m<sup>2</sup> entre construcciones, adecuaciones y espacios verdes:

**CUADRO No. 50**  
**DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS FÍSICOS**

<b>ÁREA</b>	<b>M<sup>2</sup></b>
Administrativa	65
Alojamiento	80
Restaurante	120
Recreación	350
Parqueadero	150
Espacios verdes	4235
<b>TOTAL</b>	<b>5000</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La autora

## **DISEÑO DE INSTALACIONES**

Para poner en funcionamiento es importante contratar un ingeniero civil que realice los planos de los diseños para la readecuación de la Laguna del Saldo. Dentro del proyecto se plantea ofrecer servicios, adicionales alojamiento y restaurante, de manera que el turista se relacione con la naturaleza y con la vida cotidiana del campo mientras descansa y se pasea, a continuación un prototipo del diseño de las instalaciones.

## **DISEÑO DE INSTALACIONES**

# COMPLEJO TURÍSTICO "LAGUNA DEL SALADO"



PROYECTO DE GRABACION DEL PLAN DE DISEÑO DE LA OBRA

### **Proceso del servicio**

Se dará a conocer el proceso de los servicios que se brindara en la Laguna del Salado.

### **Recepción de turistas**

Para recepatar turistas se promocionara a través de la dirección de turismo, dando a conocer los servicios que están disponibles en la laguna del salado además se creara un pagina web donde se identifique como uno de los lugares alternativos para visitar.

### **Descripción de los servicios**

Para mejor conocimiento de los turistas a su llegada se les entregara un tríptico donde se detalle los servicios y los costos respectivos de cada uno de ellos, además se agregara los descuentos que se realizan por temporadas

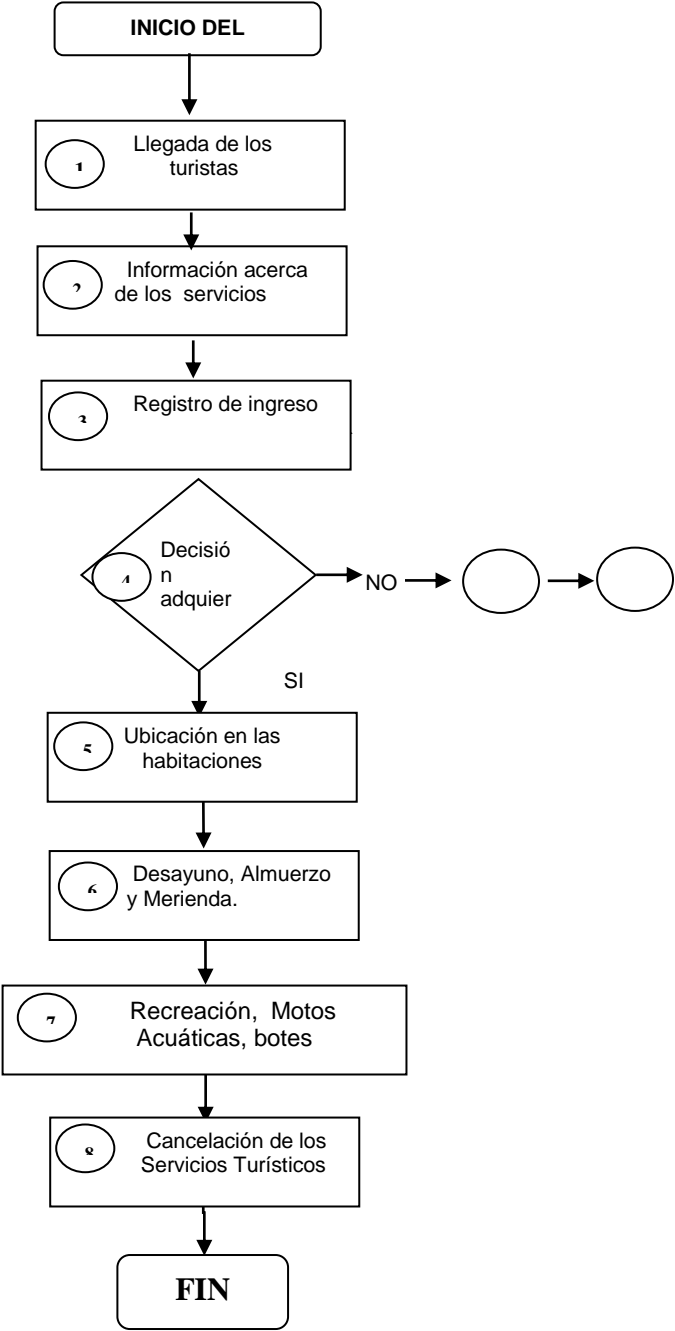
### **Pago por el servicio**

El cobro por los servicio se lo realizara de manera efectivo, entregando su factura correspondiente que servirá como un respaldo para realizar las respectivas declaraciones fiscales.

### **Entrega del servicio**

Para la entrega del servicio depende del turista que servicio desea recibir, lo único que el guía hará es sugerir las diferentes opciones con las que se dispone.

# DIAGRAMA DE FLUJO DE SERVICIO EN GENERAL



## PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

### INVERSIÓN FIJA

#### Requerimiento de Terreno

Para realizar el proyecto se necesita una extensión de terreno de 5000m<sup>2</sup>, el mismo que está valorada según el avalúo catastral del municipio en 8000, donde se distribuirá las diferentes áreas de servicio.

#### Infraestructura Civil

**CUADRO No. 51  
INFRAESTRUCTURA CIVIL**

ÁREA	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Administrativa	65	185	12025
Alojamiento	80	250	20000
Restaurante	120	170	20400
Recreación	350	95	33250
Parqueadero	150	55	8250
<b>TOTAL</b>			<b>93925</b>

FUENTE: Investigación directa  
ELABORADO POR: La Autora

#### Vehículo

**CUADRO No. 52  
VEHÍCULO**

VEHICULO	DETALLE	AÑO	TOTAL
Camioneta motor 2700 cc 4x4	Mazda Cabina Simple	año 2012	19500
<b>TOTAL</b>			<b>19500</b>

FUENTE: Investigación directa  
ELABORADO POR: La Autora

## Muebles y Enseres

**CUADRO No. 53  
MUEBLES Y ENSERES**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Camas de 2 plazas	8	180	1440
Cama de 1 plaza	12	145	1740
Veladoras	5	65	325
Roperos	5	40	200
Cómodas	4	160	640
Espejos	4	48	192
Sofás	5	140	700
Sillones	4	120	480
Mesas Baul	4	40	160
Lámparas de pie	5	25	125
Mesas cuadradas comedor	25	70	1750
Sillas	100	20	2000
Lámparas de velador	6	15	90
<b>TOTAL</b>			<b>9842</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

## Maquinaria y Equipo

La maquinaria y los equipos que se van a necesitar para brindar los servicios son:

**CUADRO No. 54****MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	Cantidad	Costo	Total
Cocina industrial	2	350	700
Horno industrial	1	180	180
Plancha freidora	1	150	150
Asistente de cocina	1	270	270
Refrigeradora	1	950	950
Horno Microondas	1	120	120
Lavadora	1	500	500
Secadora	1	800	800
Aspiradora	1	120	120
Televisores	6	400	2400
Equipo de Sonido	1	400	400
Teléfono	5	65	325
Motos acuáticas	3	4200	12600
Botes	10	450	4500
<b>Total</b>			<b>24015</b>

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORADO POR: La Autora

**Equipo de Computación****CUADRO No. 55****EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computadora	2	750	1500
Impresora multifunción	1	190	190
<b>TOTAL</b>			<b>1690</b>

ELABORADO POR: La Autora

**Equipo de oficina****CUADRO No. 56****EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	85	170
Calculadora	2	30	60
Caja registradora	1	480	480
<b>TOTAL</b>			<b>710</b>

ELABORADO POR: La Autora

## Menaje

Para brindar un buen servicio, comodidad y confort a los turistas que se hospeden o hagan uso de los diferentes servicios en las instalaciones se requerirá el menaje apropiado tanto para las habitaciones, como para el área de restaurante y otros.

**CUADRO No. 57**  
**MENAJE (Para habitaciones, cocinas)**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Juegos de sabana 2 plazas	25	18	450
Juegos de sabana 1 plazas	25	14	350
Colchón 2 plazas	20	150	3000
Colchón 1 plazas	20	90	1800
Almohada	20	5	100
Cobijas 2 plazas	25	15	375
Cobijas 1 plazas	25	12	300
Colchas 2 plazas	25	15	375
Colchas de 1 plazas	25	14	350
Toallas de baño	10	10	100
Toallas de mano	10	6	60
Toallas de pies	10	6	60
Manteles cuadrados 1x1	10	10	100
Cubremanteles 0.8 x 0.8	10	8	80
Servilletas 0.4 x0.4 (tela)	30	2	60
Platos tendidos grandes	120	0,8	96
Platos soperos	120	0,9	108
Platos medianos	120	0,55	66
Platos postreros	120	0,4	48
Platos y tazas de Café	120	1,1	132
Vasos para agua y jugos	150	0,8	120
Copas para vino	100	1,05	105
Copas para helados	100	1	100
Juegos de cubierto 4 pz	150	3,5	525
Jarra para jugos	50	4,5	225
Ollas cacerolas y sartenes (Juegos)	4	200	800
Implementos de cocina	1	250	250
<b>TOTAL</b>			<b>10.135,00</b>

FUENTE: Investigación Directa  
ELABORADO POR: La Autora



**CUADRO No. 58  
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	8000
Infraestructura	93925
Vehículo	19500
Muebles y enseres	9842
Maquinaria y equipo	24015
Equipo de computación	1690
Equipo de oficina	710
Menaje	10.135,00
Imprevistos 1%	1678,17
<b>TOTAL</b>	<b>169495,17</b>

ELABORADO POR: La Autora

**INVERSIÓN DIFERIDA**

**CUADRO No. 59  
GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Estudios de factibilidad	1300
Tramites de constitución	180
Diseños arquitectónicos	700
Readecuación del lugar	500
<b>TOTAL</b>	<b>2680</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORADO POR: La Autora

**CAPITAL DE TRABAJO**

Se tomará en cuenta el capital de trabajo de 1 mes para dar inicio la gestión de las actividades.

**CUADRO No. 60  
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>6617,03</b>
Materia prima (menú)	4367,21	
Mano de obra	1890,36	
Servicios básicos	110,00	
Consumo de gas	30,00	
Mantenimiento maquinaria y equipo	15,00	
Combustible y mantenimiento vehículo	120,00	
Reposición de menaje	84,46	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>1572,67</b>
Sueldos	1448,92	
Servicios básicos	20,00	
Servicios de comunicación	74,00	
Mantenimiento computación	20,00	
Utiles de oficina	9,75	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>82,50</b>
Publicidad	82,50	
Subtotal		8272,20
Imprevistos 3%		248,17
<b>TOTAL</b>		<b>8520,37</b>

ELABORADO POR: La Autora

El capital de trabajo es de \$ 8.520,37 es el dinero en efectivo con el que hay que contar para empezar a trabajar antes de recibir ingresos.

#### 4.3.1 INVERSIÓN TOTAL

**TABLA No. 61  
INVERSIÓN DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	169.495
Activos Diferidos	2.680
Capital de Trabajo	8.520,37
<b>TOTAL</b>	<b>180.695,54</b>

ELABORADO POR: La Autora

## CAPÍTULO V

### PROPUESTA ESTRATÉGICA

En esta parte del proyecto se definirá los aspectos tanto estratégicos como organizacionales para brindar un servicio de calidad.

#### Aspecto estratégico del proyecto

##### Denominación del proyecto

El proyecto tendrá como nombre **“ATRATIVOS TURÍSTICOS LAGUNA DEL SALADO”**.

Con la readecuación e implementación de atractivos turístico en la Laguna del Salado se conseguirá un lugar que llame la atención tanto de turistas nacionales como extranjeros.

##### Misión

*Ofrecer servicios turísticos de calidad, donde la laguna del salado es el atractivo principal, para que los turistas sientan la comodidad y la calidez, de esta zona Montúfareña.*

##### Visión

*Ser reconocido a nivel nacional en un lapso de 5 años, como un atractivo turístico laguna del Salado, que brindará una variedad de opciones para la distracción y descanso de los turistas tanto nacionales como extranjeros.*

## **Objetivos.**

### **Objetivos**

Readecuación de áreas físicas y mantenimiento constante para mejor satisfacción del turista.

Aplicación de estrategias para la venta publicitaria del lugar turístico

Incremento de servicio de calidad con el fin de atraer a los turistas

Desarrollar el crecimiento turístico en el sector durante el tiempo que se gestionara la actividad

### **Políticas**

Mantener un control constante sobre las necesidades del lugar turístico

Fortalecer la conservación del medio ambiente y las riquezas naturales que presenta el sector.

Contante capacitación al personal que está encargado de recibir a los turista

Estar pendiente de las necesidades de los clientes en el momento preciso

Conservar un ambiente de trabajo en equipo, para el desarrollo de las actividades

### **Principios y Valores**

#### **Principios**

**Conseguir buen clima organizacional.-** Mejora continúa (crearlo entre los empleados): no existe la perfección pero cada día hay que intentar mejorar.

**Eficacia en el control de costes.**-Toda organización que quiera sobrevivir tiene que ser capaz de hacer mucho más con mucho menos (optimizar los recursos que se tienen y con ellos producir más).

**Mejoramiento continuo del servicio.**- La innovación y creación de nuevos servicios hará más atractivo la laguna del salado con el paso del tiempo.

**La gestión debe ser rápida y flexible.**- cuando el cliente tenga algún problema, el empleado debe resolverlo lo más rápido posible y adaptándose a las características de cada tipo de cliente.

## **Valores**

**Liderazgo.**- Demostrar seguridad en el cumplimiento de sus funciones.

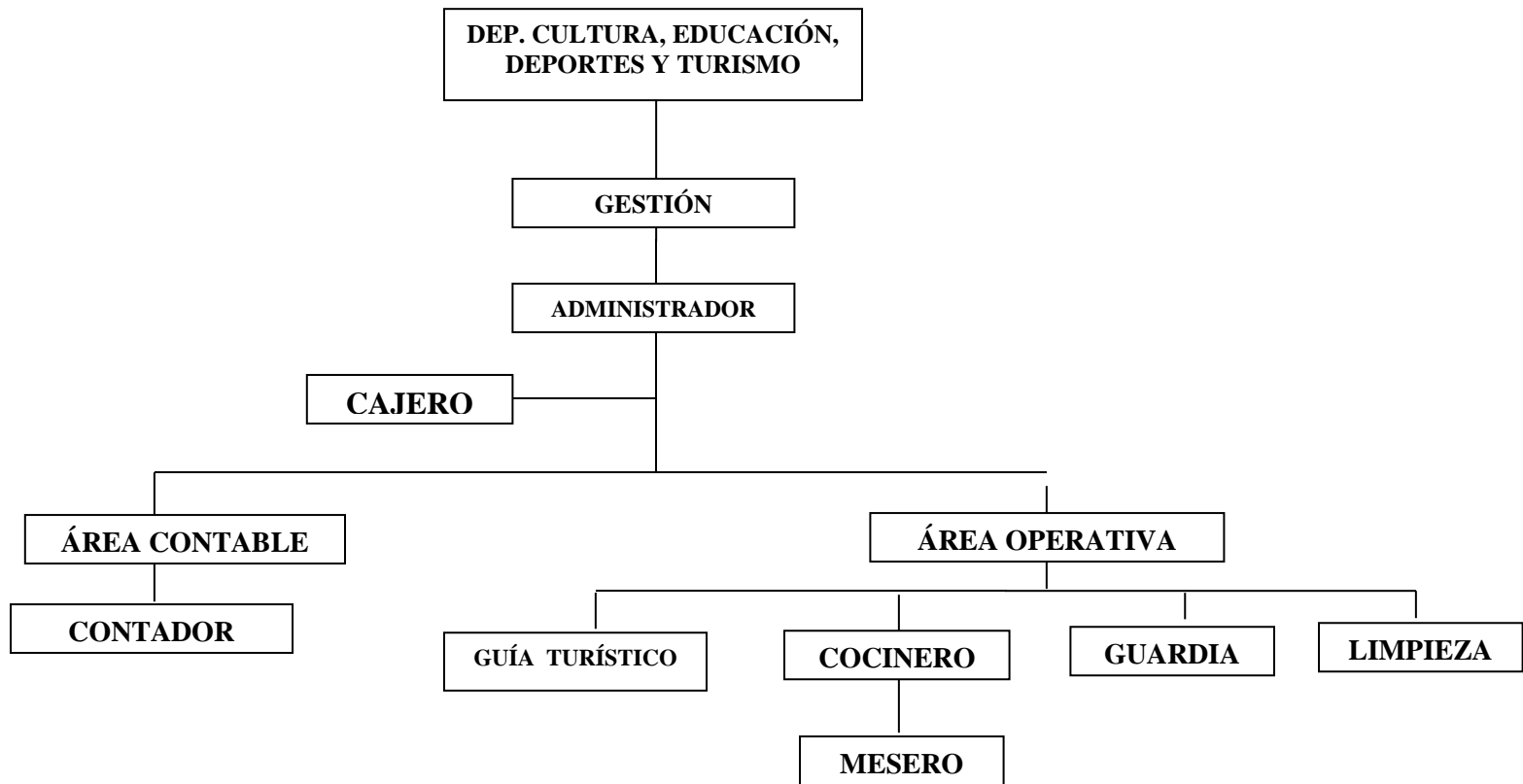
**Responsabilidad.**- Cumplir a tiempo con lo solicitado por los turistas

**Compromiso.**-Demostrar compromiso en los actos realizado para conseguir una buena imagen

**Excelencia.**- Demostrar en su trabajo la eficiencia y efectividad con la que realiza sus actividades.

**Ética.**- Práctica de valores humanos.

**Aspecto organizativo**  
**Organización Estructural**



## **Niveles Administrativos**

### **Nivel directivo**

El nivel ejecutivo es el de mayor grado de autoridad, es el encargado de tomar las decisiones y políticas generales, además de planificar, orientar y dirigir las actividades de la misma.

### **Nivel Auxiliar**

El nivel auxiliar se encarga de realizar las actividades mas especificas como son: contestar teléfonos y tomar mensajes, llevar un registro, llevar correctamente la respectiva documentación.

### **Nivel Operativo**

El nivel operativo es el encargado de ejecutar las actividades básicas del lugar turístico, como brindar una buena atención al cliente, poseer el arte de vender, supervisar, controlar los servicios brindados.

## **Estructura del puesto**

### **Administrador**

El administrador es el representante del centro turístico, será designado por la junta municipal, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, y de control.

**CUADRO No.62  
CARGOS Y FUNCIONES**

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b>	
<b>Administrador</b>	
<b>Departamento:</b>	Administrativo
<b>Salario:</b>	USD. 500,00
<b>Objetivo del cargo:</b>	Optimizar y organizar de manera eficiente y eficaz los recursos.
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formular los planes y programas que debe cumplir el centro Turístico.</li> <li>• Dirigir y coordinar las actividades del centro y velar por la correcta y eficiente marcha del mismo.</li> <li>• Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación correspondiente.</li> <li>• Coordinar los programas de capacitación del personal;</li> <li>• Supervisar el trabajo de todas las dependencias</li> <li>• Ejecutar las decisiones que se tomen en la junta municipal</li> <li>• Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos del lugar.</li> </ul>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instrucción Formal:</b> Estudios en Administración de Empresas, o afines.</li> <li>• <b>Edad:</b> De preferencia de 30 a 35 años.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional, Honestidad y Responsabilidad comprobadas</li> <li>• Capacidad para liderar</li> <li>• Habilidades para negociar</li> <li>• Capacidad para tomar decisiones</li> <li>• Trabajo en equipo a nivel profesional.</li> <li>• Habilidad y capacidad para dirigir personas.</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora



<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b>	
<b>Cajero</b>	
<b>Departamento:</b>	Administrativo
<b>Salario:</b>	USD. 292,00
<b>Objetivo del cargo:</b>	Organizar, controlar y custodiar el efectivo proveniente de la actividad.
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los cobros por los servicios prestados.</li> <li>• Informar los precios de los servicios del centro turístico</li> <li>• Servicio y atención al cliente.</li> <li>• Prepara los documentos e informes que corresponden a la administración.</li> <li>• Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente.</li> <li>• Orientar a los clientes que acuden a la gerencia con buen trato y calidez.</li> </ul>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instrucción Formal:</b> Estudios en carreras administrativas, económicas y secretariado.</li> <li>• <b>Edad:</b> Entre 20 a 25 años.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 1 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Organización</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Vocación de servicio</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b>	
<b>Contador</b>	
<b>Departamento:</b>	Administrativo
<b>Salario:</b>	USD. 350,00
<b>Objetivo del cargo:</b>	Manejar los recursos financieros y bienes del centro turístico con eficiencia.
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar los registros contables del centro y realizar declaraciones fiscales</li> <li>• Elaborar el cronograma de pagos.</li> <li>• Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros.</li> <li>• Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores.</li> <li>• El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos.</li> </ul>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instrucción Formal:</b> Contabilidad Superior y Auditoría</li> <li>• <b>Edad:</b> Entre 24 a 28 años.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Confidencialidad</li> <li>• Organización</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Destreza matemática</li> <li>• Capacidad para resolver problemas</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b>	
<b>Guía Turístico</b>	
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Salario:</b>	USD. 292,00
<b>Objetivo del cargo:</b>	Planificar y dirigir los recorridos para el turista
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordina las actividades que se realizaran durante la visita al sector turístico.</li> <li>• Orientar al turista dentro del área de funcionamiento, controlando que las actividades que se vayan a realizar no tengan ningún riesgo y cuenten con todas las medidas de seguridad.</li> <li>• Planificar y preparar información turística para uso de los visitantes.</li> </ul>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instrucción Formal:</b> Estudios en Turismo</li> <li>• <b>Edad:</b> Entre 24 a 28 años.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 3 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional</li> <li>• Organización</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Dirección de personas</li> <li>• Facilidad para interactuar</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b>	
<b>Cocinero</b>	
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Salario:</b>	USD. 300,00
<b>Objetivo del cargo:</b>	Planificar y coordinar todas las actividades del Restaurant.
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios , así como su almacenamiento oportuno e inventarios.</li> <li>• Coordinar con el área administrativa y contable lo necesario para la producción del servicio.</li> <li>• Velar que los equipos de cocina estén en perfecto estado.</li> <li>• Receptar los pedidos que realizan los meseros.</li> <li>• Preparar el menú.</li> <li>• Registrar los despachos y entregar a la contadora - cajera.</li> <li>• Entregar los pedidos a los meseros.</li> </ul>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instrucción Formal:</b> Estudios en gastronomía.</li> <li>• <b>Edad:</b> Entre 25 a 35 años.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación y Organización</li> <li>• Vocación de servicio</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Conocimientos culinarios</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b>	
<b>Mesero</b>	
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Salario:</b>	USD. 292,00
<b>Objetivo del cargo:</b>	Colaborar con el Cocinero (Chef), en las actividades así requeridas.
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar la bienvenida y atención personalizada a clientes.</li> <li>• Asignar una mesa buscando siempre la comodidad del cliente.</li> <li>• Informar al cliente sobre el menú del día.</li> <li>• Registrar adecuadamente los pedidos y pasar inmediatamente a cocina</li> <li>• Mantener limpias las mesas y cuidar del aseo integral del local.</li> <li>• Colaborar en la preparación del menú del día.</li> </ul>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instrucción Formal:</b> Bachiller, conocimientos de gastronomía.</li> <li>• <b>Edad:</b> Entre 20 a 30 años.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de trabajo en equipo</li> <li>• Vocación de servicio</li> <li>• Capacidad organizativa</li> <li>• Excelentes Relaciones Humanas</li> <li>• Discreción y honestidad comprobadas</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora

<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:</b>	
<b>Guardia</b>	
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Salario:</b>	USD. 292,00
<b>Objetivo del cargo:</b>	Cuida los bienes del centro y presta ayuda a los visitantes.
<b>II. FUNCIONES:</b>	
<p>Debe utilizar los procesos que permita maximizar el control y además debe garantizar la seguridad de los turistas Mantener el control de ingreso de los turistas</p> <p>Cuidar las instalaciones</p> <p>Realizar un inventario permanente de los intereses activos del lugar</p> <p>Dar aviso sobre cualquier situación que ponga en peligro los activos.</p>	
<b>III. PERFIL</b>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Instrucción Formal:</b> Bachiller.</li> <li>• <b>Edad:</b> Entre 20 a 35 años.</li> <li>• <b>Experiencia:</b> Mínimo 1 años en cargos similares.</li> </ul>	
<b>Profesionales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organización</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Monitoreo y control</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales</li> </ul>	

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora

## I. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:

### Limpieza

**Departamento:** Producción

**Salario:** USD. 292,00

**Objetivo del cargo:** Mantener limpia y organizada las Instalaciones del Centro turístico.

## II. FUNCIONES:

Mantener limpias cada una de las Instalaciones que conforman el Centro Turístico

Colaborar en labores encomendadas en el Restaurant.

Lavado y cambio de sábanas, cobijas de habitaciones en Cabañas

Limpieza de todos los artículos de habitaciones.

Cuidado responsable de equipos y utensilios utilizados en sus funciones diarias.

Dar aviso sobre cualquier situación o anomalía encontrada en su trabajo.

## III. PERFIL

### Profesionales:

- **Instrucción Formal:** Instrucción Primaria, secundaria.
- **Edad:** Entre 20 a 35 años.
- **Experiencia:** Mínimo 1 años en cargos similares.

### Profesionales:

- Organización
- Trabajo en equipo y Vocación de servicio.
- Buenas relaciones interpersonales
- Honestidad y Honradez comprobadas

**Fuente:** Investigación directa

**Elaboración:** La autora

## **Aspecto legal de funcionamiento**

Para el funcionamiento del proyecto se tiene que presentar una serie de requisitos como son:

### **El registro único de contribuyente (RUC)**

#### **Requisitos**

Cédula de representante legal

Copia de certificado de votación

Recibo de pago de agua, luz, teléfono

### **Patente municipal**

#### **Requisitos**

Recibo del último pago del impuesto predial

Copia del RUC

Documentos personales del representante legal

### **Permiso de funcionamiento**

#### **Requisitos**

Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.

Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.

Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.



## CAPÍTULO VI

### ESTUDIO FINANCIERO

#### PRESENTACIÓN

En este capítulo se encuentra toda la información financiera como: inversiones, ingresos, costos, gastos, estados proforma, los cuales son la base para aplicar la respectiva evaluación y determinar si el proyecto es factible, cuyo antecedente permite avizorar si se puede generar recursos para su sustentabilidad.

#### ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

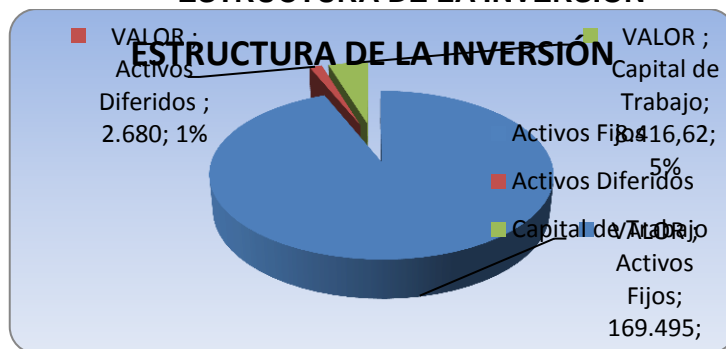
La inversión total para dar inicio a las actividades, está compuesta de:

**CUADRO No.63**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	169.495
Activos Diferidos	2.680
Capital de Trabajo	8.520,37
<b>TOTAL</b>	<b>180.695,54</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: La autora

**GRÁFICO No.29**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**



Elaborado por: La autora.

## INGRESOS.

Los ingresos se encuentran representados por la venta de los servicios del proyecto identificado en el estudio de mercado según la preferencia del turista.

**CUADRO No.64**  
**DINÁMICA DEL FLUJO TURÍSTICO PARA EL PROYECTO**

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO TURÍSTICO DEL PROYECTO</b>	<b>Hospedaje 9%</b>	<b>Botes 24%</b>	<b>Motos Acuáticas 29%</b>	<b>Comida 38%</b>
1	25931	2334	6223	7520	9854
2	26790	2411	6430	7769	10180
3	27677	2491	6642	8026	10517
4	28594	2573	6863	8292	10866
5	29540	2659	7090	8567	11225

**Fuente:** Estudio de mercado Pregunta 9.

**Elaborado por:** La Autora

## PROYECCIÓN DE INGRESOS

Como se puede observar en los cuadros siguientes, el ingreso consolidado para el primer año de funcionamiento es de 147849,46 dólares como ingreso bruto, para el 5 año de 207861,12 dólares (los precios de los servicios crecen en función de la inflación).

**CUADRO No.65**  
**INGRESO POR PEAJE**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Peaje					
No. Vehículos	2160,00	2232	2305	2382	2461
Precio	0,50	0,53	0,56	0,59	0,62
<b>Total</b>	<b>1080,00</b>	<b>1176,00</b>	<b>1280,53</b>	<b>1394,35</b>	<b>1518,29</b>

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO No.66  
INGRESO POR SERVICIO DE HOSPEDAJE Y ALIMENTACIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Hospedaje</b>					
No. Turistas	2334	2411	2491	2573	2659
Precio	15,00	15,81	16,66	17,56	18,51
<b>Subtotal</b>	<b>35006,85</b>	<b>38119,49</b>	<b>41508,21</b>	<b>45199,18</b>	<b>49216,04</b>
<b>Alimentación</b>					
No. Turistas	2334	2411	2491	2573	2659
Precio	10,00	10,54	11,11	11,71	12,34
<b>Subtotal</b>	<b>23337,90</b>	<b>25412,99</b>	<b>27672,14</b>	<b>30132,78</b>	<b>32810,70</b>
<b>Total</b>	<b>58344,75</b>	<b>63532,49</b>	<b>69180,35</b>	<b>75331,96</b>	<b>82026,74</b>

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO No.67  
INGRESO POR SERVICIO DE BOTES**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Botes</b>					
No. Turistas	6223	6430	6642	6863	7090
Precio	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
<b>Total</b>	<b>18670,32</b>	<b>20330,40</b>	<b>22137,71</b>	<b>24106,23</b>	<b>26248,56</b>

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO No.68  
INGRESO POR SERVICIO DE MOTOS ACUÁTICAS**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Motos acuáticas</b>					
No. Turistas	7520	7769	8026	8292	8567
Precio	6,00	6,32	6,67	7,03	7,40
<b>Total</b>	<b>45119,94</b>	<b>49131,79</b>	<b>53499,47</b>	<b>58256,72</b>	<b>63434,01</b>

**Fuente:** Estudio de mercado

**Elaborado por:** La Autora

## INGRESO POR SERVICIO DE RESTAURANTE

**CUADRO No.69**  
**INGRESO POR SERVICIO DE RESTAURANTE**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Comida (almuerzos)					
No. Turistas	9854	10180	10517	10866	11225
Precio	2,50	2,64	2,78	2,93	3,09
<b>Total</b>	<b>24634,45</b>	<b>26824,83</b>	<b>29209,48</b>	<b>31806,83</b>	<b>34633,51</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

**CUADRO No.70**  
**INGRESOS CONSOLIDADOS**

SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Peaje	1080,00	1176,00	1280,53	1394,35	1518,29
Hospedaje con alimentación	58344,75	63532,49	69180,35	75331,96	82026,74
Botes	18670,32	20330,40	22137,71	24106,23	26248,56
Motos acuáticas	45119,94	49131,79	53499,47	58256,72	63434,01
Comida (almuerzos)	24634,45	26824,83	29209,48	31806,83	34633,51
<b>TOTAL</b>	<b>147849,46</b>	<b>160995,49</b>	<b>175307,54</b>	<b>190896,08</b>	<b>207861,12</b>

Elaborado por: La Autora

## EGRESOS

En esta parte se encuentran detalladas las erogaciones que se efectuaran para ofertar los servicios

## COSTOS OPERATIVOS

Son todos los costos tanto directos como indirectos que son indispensables para efectuar los servicios pronosticados.

## Materia prima

En los costos operativos la materia prima se estableció tomando en cuenta el número de turistas al año y la estadía, ya que representan al número de menús que necesita preparar para efectuar el trabajo.

El costo unitario de cada menú se estableció mediante un análisis de los componentes de cada uno (ver anexo), los cuales crecen al ritmo de la inflación del 2011 que es del 5,4%

**CUADRO No.71  
COSTO UNITARIO DEL MENÚ**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Cantidad de turistas	12188	12591	13008	13439	13884
Costo de alimentación unit.	4,30	4,53	4,78	5,03	5,31
<b>TOTAL</b>	<b>52406,55</b>	<b>57066,29</b>	<b>62139,33</b>	<b>67664,84</b>	<b>73678,24</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

### **Mano de obra**

Dentro de la mano de obra a requerir se encuentra el cocinero, mesero, guía turístico, limpieza, y guardia, los cuales serán contratados exclusivamente para la prestación del servicio.

**CUADRO No.72  
SUELDO UNIFICADO MENSUAL**

<b>SUELDO UNIFICADO MENSUAL</b>					
<b>PERSONAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Cocinero	300,00	329,70	362,34	398,21	437,63
Mesero	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Guía turístico	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Limpieza	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Guardia	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
<b>MENSUAL</b>	<b>1468,00</b>	<b>1613,33</b>	<b>1773,05</b>	<b>1948,58</b>	<b>2141,49</b>
<b>ANUAL</b>	<b>17616,00</b>	<b>19359,98</b>	<b>21276,62</b>	<b>23383,01</b>	<b>25697,93</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO No.73  
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	17.616,00	19.359,98	21.276,62	23.383,01	25.697,93
Aporte Patronal	2.140,34	2.352,24	2.585,11	2.841,04	3.122,30
Fondos de Reserva		1.613,33	1.773,05	1.948,58	2.141,49
Decimo Tercero	1.468,00	1.613,33	1.773,05	1.948,58	2.141,49
Decimo Cuarto	1.460,00	1.604,54	1.763,39	1.937,97	2.129,82
Total costo de mano de obra	22.684,34	26.543,43	29.171,23	32.059,18	35.233,04

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**Costos indirectos de operación**

Estos costos se establecieron tomando en cuenta los servicios a ofertar, los cuales crecen en base a la inflación identificada anteriormente.

✓ **Servicios básicos**

**CUADRO No.74  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
Luz	720,00	758,88	799,86	843,05	888,58
Teléfono	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
<b>TOTAL</b>	<b>1320,00</b>	<b>1391,28</b>	<b>1466,41</b>	<b>1545,60</b>	<b>1629,06</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Consumo de gas**

**CUADRO No.75  
CONSUMO DE GAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Consumo de gas	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Mantenimiento maquinaria y equipo**

**CUADRO No.76  
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>189,72</b>	<b>199,96</b>	<b>210,76</b>	<b>222,14</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Combustible y mantenimiento vehículo**

**CUADRO No.77  
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y mantenimiento vehículo	1440,00	1517,76	1599,72	1686,10	1777,15

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Reposición de menaje**

Para establecer la reposición del menaje se saco el 10% del valor total de menaje.

**CUADRO No.78  
REPOSICIÓN DE MENAJE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Reposición de menaje	1013,50	1068,23	1125,91	1186,71	1250,80

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS**

**CUADRO No.79  
RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	52407	57066	62139	67665	73678
Mano de Obra	22684,34	26543,43	29171,23	32059,18	35233,04
Servicios Básicos	1320,00	1391,28	1466,41	1545,60	1629,06
Consumo de gas	360,00	379,44	399,93	421,53	444,29
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
Combustible y mantenimiento vehículo	1440,00	1517,76	1599,72	1686,10	1777,15
Reposición menaje	1013,50	1068,23	1125,91	1186,71	1250,80
Imprevistos 3%	2382,13	2644,68	2883,07	3143,24	3427,04
<b>TOTAL</b>	<b>81786,53</b>	<b>90800,83</b>	<b>98985,56</b>	<b>107917,96</b>	<b>117661,76</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Los costos operativos para el primer año de funcionamiento son de \$81.786,53 y para el quinto año es de \$. 117.661,76.

**GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Los gastos administrativos, están proyectados anualmente según la tasa de crecimiento del 5,4 % del 2011.

✓ **Sueldos administrativos**

**CUADRO No.80  
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	500,00	549,50	603,90	663,69	729,39
Cajero -Recibidor Pag.	292,00	320,91	352,68	387,59	425,96
Contadora	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
MENSUAL	1142,00	1255,06	1379,31	1515,86	1665,93
ANUAL	<b>13704,00</b>	<b>15060,70</b>	<b>16551,70</b>	<b>18190,32</b>	<b>19991,17</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora



**CUADRO No.81  
PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	13.704,00	15.060,70	16.551,70	18.190,32	19.991,17
Aporte Patronal	1.665,04	1.829,87	2.011,03	2.210,12	2.428,93
Fondos de Reserva		1.255,06	1.379,31	1.515,86	1.665,93
Decimo Tercero	1.142,00	1.255,06	1.379,31	1.515,86	1.665,93
Decimo Cuarto	876,00	962,72	1.058,03	1.162,78	1.277,89
Total sueldos administrativos	17.387,04	20.363,41	22.379,39	24.594,95	27.029,85

Elaborado por la: La Autora

✓ **Servicios básicos**

**CUADRO No.82  
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	60,00	63,24	66,65	70,25	74,05
Luz	180,00	189,72	199,96	210,76	222,14
<b>TOTAL</b>	<b>240,00</b>	<b>252,96</b>	<b>266,62</b>	<b>281,02</b>	<b>296,19</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ **Servicios de comunicación**

**CUADRO No.83  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio de teléfono	600,00	632,40	666,55	702,54	740,48
Servicio de internet	288,00	303,55	319,94	337,22	355,43
<b>TOTAL</b>	<b>888,00</b>	<b>935,95</b>	<b>986,49</b>	<b>1039,76</b>	<b>1095,91</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ Útiles de oficina

**CUADRO No.84  
ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resma de papel bond	12	4,00	48,00	50,59	53,32	56,20	59,24
Carpetas archivadoras	10	2,00	20,00	21,08	22,22	23,42	24,68
Grapadora	2	1,50	3,00	3,16	3,33	3,51	3,70
Perforadora	2	3,00	6,00	6,32	6,67	7,03	7,40
Útiles varios	1	40,00	40,00	42,16	44,44	46,84	49,37
<b>TOTAL</b>			<b>117,00</b>	<b>123,32</b>	<b>129,98</b>	<b>137,00</b>	<b>144,39</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ Mantenimiento computación

**CUADRO No.85  
MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

✓ RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

**CUADRO No.86  
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	17387,04	20363,41	22379,39	24594,95	27029,85
Servicios básicos	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
Servicios de comunicación	888,00	935,95	986,49	1039,76	1095,91
Mantenimiento computación	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
Útiles de oficina	117,00	123,32	129,98	137,00	144,39
<b>TOTAL</b>	<b>18872,04</b>	<b>21928,60</b>	<b>24029,10</b>	<b>26333,74</b>	<b>28862,54</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Los gastos administrativos ascienden a **\$18.872,04** para el primer año de funcionamiento de la pequeña empresa y el quinto año **\$ 28.862,54**

## **GASTOS DE VENTAS**

Los gastos de venta corresponden a los sueldo en ventas y publicidad que se efectuara para hacer conocer el servicio a nivel local. Estas erogaciones crecen anualmente tomando en cuenta a la inflación del 2011 que es el 5,4%.

### ✓ **Publicidad**

**CUADRO No.87  
PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Prensa escrita	240,00	252,96	266,62	281,02	296,19
Radio	480,00	505,92	533,24	562,03	592,38
Hojas volantes	120,00	126,48	133,31	140,51	148,10
Pagina web	150,00	158,10	166,64	175,64	185,12
<b>TOTAL</b>	<b>990,00</b>	<b>1043,46</b>	<b>1099,81</b>	<b>1159,20</b>	<b>1221,79</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

## **FINANCIAMIENTO**

Para llevar a cabo la gestión del proyecto se obtendrá un crédito en el Banco del Estado de:

Datos;

Préstamo: 20.000 dólares

Años: 5 años

Tasa de interés: 8%

Pagos: Trimestrales

**CUADRO No.88  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Trimestre	Cuota	Intereses	amortización	amortizado	pendiente
<b>0</b>					20.000,00
<b>1</b>	1.223,13	400,00	823,13	823,13	19.176,87
<b>2</b>	1.223,13	383,54	839,60	1.662,73	18.337,27
<b>3</b>	1.223,13	366,75	856,39	2.519,12	17.480,88
<b>4</b>	1.223,13	349,62	873,52	3.392,64	16.607,36
<b>5</b>	1.223,13	332,15	890,99	4.283,62	15.716,38
<b>6</b>	1.223,13	314,33	908,81	5.192,43	14.807,57
<b>7</b>	1.223,13	296,15	926,98	6.119,41	13.880,59
<b>8</b>	1.223,13	277,61	945,52	7.064,94	12.935,06
<b>9</b>	1.223,13	258,70	964,43	8.029,37	11.970,63
<b>10</b>	1.223,13	239,41	983,72	9.013,09	10.986,91
<b>11</b>	1.223,13	219,74	1003,40	10.016,49	9.983,51
<b>12</b>	1.223,13	199,67	1023,46	11.039,95	8.960,05
<b>13</b>	1.223,13	179,20	1043,93	12.083,89	7.916,11
<b>14</b>	1.223,13	158,32	1064,81	13.148,70	6.851,30
<b>15</b>	1.223,13	137,03	1086,11	14.234,81	5.765,19
<b>16</b>	1.223,13	115,30	1107,83	15.342,64	4.657,36
<b>17</b>	1.223,13	93,15	1129,99	16.472,62	3.527,38
<b>18</b>	1.223,13	70,55	1152,59	17.625,21	2.374,79
<b>19</b>	1.223,13	47,50	1175,64	18.800,85	1.199,15
<b>20</b>	1.223,13	23,98	1199,15	20.000,00	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

**GASTOS FINANCIEROS**

Son los intereses por el crédito.

**CUADRO No.89  
GASTO INTERES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	1499,90	1220,24	917,52	589,85	235,17

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

**DEPRECIACIONES**

Para obtener la depreciación se aplicó los porcentajes en base a la ley:

**CUADRO No.90  
DEPRECIACIONES**

<b>ACTIVO FIJO DEPRECIABLE</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Infraestructura	93925	4696,25	4696,25	4696,25	4696,25	4696,25
Equipo de Computación	1.690,00	563,33	563,33	563,33		
Renovación de equipo de Computación	1.781,26				593,75	593,75
Equipo de Oficina	710,00	71,00	71,00	71,00	71,00	71,00
Maquinaria y equipo	24.015,00	2401,5	2401,50	2401,50	2401,50	2401,50
Muebles y Enseres	9.842,00	984,2	984,2	984,2	984,2	984,2
Vehículo	19.500,00	3900	3900	3900	3900	3900
<b>TOTAL</b>	<b>131.963,26</b>	<b>12.616,28</b>	<b>12.616,28</b>	<b>12.616,28</b>	<b>12.646,70</b>	<b>12.646,70</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**AMORTIZACIÓN DIFERIDOS**

Para la amortizar los activos diferidos se aplicó el 20% cada año según la ley.

**CUADRO No.91  
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR INICIAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN ANUAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Activo Diferidos	2.680,00	20%	536	536	536	536	536

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**RESUMEN DE EGRESOS**

**CUADRO No.92  
RESUMEN DE EGRESOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Costos Operativos	81786,53	90800,83	98985,56	107917,96	117661,76
Gastos Administrativos	18872,04	21928,60	24029,10	26333,74	28862,54
Gastos de Ventas	990,00	1043,46	1099,81	1159,20	1221,79
Gastos por depreciación	12616,28	12616,28	12616,28	12646,70	12646,70
Gastos de Amortización	536	536	536	536	536
Gastos Financieros	1499,90	1220,24	917,52	589,85	235,17
<b>TOTAL</b>	<b>116300,75</b>	<b>128145,41</b>	<b>138184,27</b>	<b>149183,45</b>	<b>161163,96</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La autora

Los egresos totales en el primer año ascienden a \$116.300,75 y en el quinto año son de \$161.163.96

## ESTADOS FINANCIEROS

Con la información presupuestada se estableció los siguientes estados financieros.

### ✓ BALANCE DE ARRANQUE O SITUACIÓN INICIAL

Este balance representa el total de activos y pasivos con los que inicia el proyecto

**CUADRO No.93  
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

ACTIVO			PASIVO		
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>8.520,37</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		<b>20.000,00</b>
Caja – Bancos	8.520,37		Préstamo por pagar	20.000,00	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>169.495,17</b>	<b>CAPITAL</b>		<b>160.695,54</b>
Terreno	8.000,00		Inversión propia	160.695,54	
Infraestructura	93.925,00				
Equipo de Computación	1.690,00				
Equipo de oficina	710,00				
Muebles y enseres	9.842,00				
Maquinaria y equipo	24.015,00				
Menaje	10.135,00				
Vehículo	19.500,00				
Otros	1.678,17				
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			<b>2.680,00</b>		
Gastos de constitución	2.680,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>180.695,54</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>180.695,54</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

## ✓ ESTADO DE RESULTADOS

Con el estado de resultados se puede apreciar la utilidad neta proyectada del proyecto.

**CUADRO No.94  
ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	147.849,46	160.995,49	175.307,54	190.896,08	207.861,12
Costos Operativos	81.786,53	90.800,83	98.985,56	107.917,96	117.661,76
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>66.062,93</b>	<b>70.194,66</b>	<b>76.321,98</b>	<b>82.978,12</b>	<b>90.199,36</b>
Gastos Administrativos	18.872,04	21.928,60	24.029,10	26.333,74	28.862,54
Gastos de Ventas	990,00	1.043,46	1.099,81	1.159,20	1.221,79
Depreciación	12.616,28	12.616,28	12.616,28	12.646,70	12.646,70
Amortización Diferidos	536,00	536,00	536,00	536,00	536,00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>33.048,61</b>	<b>34.070,32</b>	<b>38.040,79</b>	<b>42.302,48</b>	<b>46.932,33</b>
Gastos Financieros Intereses	1.499,90	1.220,24	917,52	589,85	235,17
<b>Utilidad neta proyectada</b>	<b>31.548,71</b>	<b>32.850,08</b>	<b>37.123,27</b>	<b>41.712,63</b>	<b>46.697,15</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

Para el primer año de actividades la utilidad neta proyecta es de \$31.548,71y en el quinto año \$46.697,15

## ✓ Estado de flujo de caja

El flujo de caja representa la dinámica del proyecto tanto entradas y salidas de efectivo.

**CUADRO No.95  
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Inversión Inicial	-180.695,54					
(=) Utilidad Neta		31.548,71	32.850,08	37.123,27	41.712,63	46.697,15
Depreciación		12.616,28	12.616,28	12.616,28	12.646,70	12.646,70
Valor de Rescate						88.321,00
Otros						
<b>(=) Total Ingresos</b>		<b>44.165,00</b>	<b>45.466,37</b>	<b>49.739,55</b>	<b>54.359,33</b>	<b>147.664,86</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago al Principal		3.392,64	3.672,30	3.975,02	4.302,68	4.657,36
Reinversión					1.781,26	
<b>(=) Total Egresos</b>		<b>3392,637174</b>	<b>3672,299584</b>	<b>3975,01517</b>	<b>6083,944257</b>	<b>4657,36381</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-180.695,54</b>	<b>40.772,36</b>	<b>41.794,07</b>	<b>45.764,54</b>	<b>48.275,39</b>	<b>143.007,50</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El flujo de caja neto para el primer año es \$40.772,36 y en el quinto año es de \$143.007,50

## **EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto para esto se aplicó evaluadores que toman en cuenta el valor de dinero en el tiempo como son: el TIR, el VAN, PRI, C/B.

## **DETERMINACIÓN DE COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTOS MEDIO.**

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4, 6% y la tasa activa del 8%.



**CUADRO No.96  
INVERSIONES**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	160.695,54	88,93	4,60	409,09
Capital Financiado	20.000,00	11,07	8,00	88,55
<b>TOTAL</b>	<b>180.695,54</b>	<b>100,00</b>	<b>12,60</b>	<b>497,63</b>

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** La Autora

**Ck=** 4,98%

Tasa de rendimiento medio para obtener esta tasa se aplicó la siguiente fórmula:

**Datos:**

Ck(valor ponderado)= 4,98%

If(Inflación)= 5,40%

TRM=  $((1+Ck)(1+If)- 1)$

TRM= 0,1065

**TRM= 10,65%**

**ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO**

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, teóricamente para decidir si el proyecto es factible, se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

**CUADRO No.97  
ANÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 10,65%	ENTRADAS ACTUALES
0	-180.695,54			-180.695,54
1		40.772,36	0,90	36.849,69
2		41.794,07	0,82	34.138,99
3		45.764,54	0,74	33.785,72
4		48.275,39	0,67	32.210,53
5		143.007,50	0,60	86.238,05
<b>VAN</b>				<b>42.527,45</b>

**Fuente:** Flujo de caja

**Elaborado por:** La Autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots\dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

**VAN= 42.527,45**

EL VAN del proyecto es de \$**42.527,45** por tanto es factible

### **ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO**

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos relativos o porcentuales.

**CUADRO No.98  
ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>ENTRADAS EN EFECTIVO</b>	<b>FACTOR 10,65%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>	<b>FACTOR 18%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>
0	-180.695,54		-180.695,54		-180.695,54
1	40.772,36	0,90	36849,69	0,85	34.552,85
2	41.794,07	0,82	34138,99	0,72	30.015,85
3	45.764,54	0,74	33785,72	0,61	27.853,71
4	48.275,39	0,67	32210,53	0,52	24.899,91
5	143.007,50	0,60	86238,05	0,44	62.509,89
<b>VAN</b>			<b>42.527,45</b>		<b>-863,33</b>

**Fuente:** Flujo de caja

**Elaborado por:** La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

$$TIR = 10,65 + (18 - 10,65) \frac{42.527,45}{42.527,45 - (-863,33)}$$

**TIR=17,83%**

El TIR del proyecto es de 17,83% lo que representa rentabilidad del proyecto en términos relativos.

## ANÁLISIS DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

✓ PRI con valores constantes

**CUADRO No.99  
FLUJOS ACTUALIZADOS**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	40.772	0,904	36.849,7
2	41.794	0,817	34.139,0
3	45.765	0,738	33.785,7
4	48.275	0,667	32.210,5
5	143.007	0,603	86.238,1

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

**CUADRO No.100  
TIEMPO DE RECUPERACIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	<b>180.695,54</b>	36.849,69	<b>36.849,69</b>	1	Año
2		34.138,99	<b>34.138,99</b>	2	Años
3		33.785,72	<b>33.785,72</b>	3	Años
4		32.210,53	<b>32.210,53</b>	4	Años
5		86.238,1	43.710,60	6	Mes

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: La Autora

El análisis del PRI con valores constantes se recupera en 4 años 6 mes, en este caso el periodo de recuperación es más real.

## ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO

**CUADRO No.101  
ANÁLISIS DEL COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 10,65	FNE ACTUALIZADOS
1	40.772,36	0,90	36.849,69
2	41.794,07	0,82	34.138,99
3	45.764,54	0,74	33.785,72
4	48.275,39	0,67	32.210,53
5	143.007,50	0,60	86.238,05
			223.222,99

Fuente: Investigación directa Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{223.222,99}{180.591,79}$$

$$C/B = 1,24$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se generara 0.24 centavos de dólar.

## RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO No.102  
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

<b>EVALUADOR</b>	<b>CRITERIO DE EVALUACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>RESULTADO</b>
TRM =		10,65%	
VAN =	VAN > 0	42.527,45	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	17,83%	Aceptable
PRI=		4,6	Años bueno
C/B =	R C/B > 1	1,24	Aceptable

En conclusión analizados todos los puntos del capítulo se determina que el proyecto tiene un alto grado de factible en las condiciones estudiadas.

## CAPÍTULO VII

### IMPACTOS DEL PROYECTO

Con la readecuación e implementación de atractivos turísticos que serán gestionados en la Laguna del Salado del Cantón Montúfar se originaran algunos impactos que es necesario analizarlos.

Impacto socio-económico

Impacto comercial

Impacto ambiental

Impacto educativo

Para el análisis de impactos se plantea la siguiente matriz de valoración:

**CUADRO No. 103**

#### MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La autora

## IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

CUADRO No. 104

### MATRIZ DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Bajar el índice de migración					X			1
Estabilidad laboral						X		2
Mejoramiento de la economía cantonal						X		2
<b>TOTAL</b>					1	4		5

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Socio - económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{1 + 2 + 2}{4} = \frac{5}{4}$$

$$NI = 1.25$$

### ANÁLISIS:

El impacto que ocasiona el proyecto es medio positivo a continuación se analiza cada una de los indicadores que intervienen.

Con la ejecución de este proyecto se benefician directamente las comunidades del sector porque se presenta mejores oportunidades de trabajo por el incremento de turistas que a diario visitaran este lugar, lo que contribuirá directa e indirectamente a que el sector sea reconocido a nivel nacional e internacional.

### **Bajar el índice de migración**

Uno de los aspectos más importantes que ocasionan el proyecto es bajar el índice de migración de las personas del sector a otros lugares a buscar nuevas oportunidades de trabajo, con el renovado centro turístico se lograra crear fuentes de trabajo para los habitantes; puesto que se podrá crear negocios complementarios de servicios, factor importante para lograr mantener la integridad familiar.

### **Estabilidad laboral**

El impacto que genera el proyecto de readecuación e implantación es brindar una estabilidad laboral a las personas que tienen la oportunidad de formar parte de la administración y operatividad del atractivo turístico del cantón Montúfar. Además ayudará con los ingresos de las familias siendo un factor importante ya que da lugar a otras actividades económicas y de esta manera se logrará cubrir varias necesidades.

### **Mejoramiento de la economía cantonal**

En la actualidad el turismo se ha vuelto una fuente de desarrollo económico a nivel nacional, por tal razón el impacto que ocasiona es el mejoramiento de la economía cantonal por el incremento de turista que se tendrá.

## IMPACTO COMERCIAL

CUADRO No. 105

### MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Satisfacción del cliente						X		2
Precios razonables del servicio							X	3
Servicio y atención de calidad						X		2
Mejoramiento de niveles competitivos						X		2
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Comercial} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{2 + 3 + 2 + 2}{4} = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

### ANÁLISIS:

El impacto comercial genera efectos medio positivos a continuación se analiza a cada uno de los indicadores.

#### Satisfacción del cliente

El nuevo atractivo turístico con la readecuación que se realizara a la laguna del Salado atraerá con mayor facilidad a los turistas ofreciendo mejores servicios para mayor satisfacción de los visitantes tanto nacionales como internacionales. E ahí la importancia del servicio que



se ofrecerá pues este será de calidad y permitirá que el turista regrese con frecuencia al lugar.

### **Precios razonables del servicio**

Los precios de los nuevos servicios estarán de acuerdo a las capacidades de pago del turista, además los precios serán establecidos dependiendo a la competencia actual de los demás centros turísticos existentes en la región.

### **Servicio y atención de calidad**

El impacto comercial genera un nivel medio positivo porque el centro turístico estará destinado a ofrecer servicios especiales de alta calidad para satisfacción del turista.

### **Mejoramiento de niveles competitivos**

Con la readecuación que se realice a la Laguna del Salado se podrá competir con los centros turísticos del sector, porque se incrementara mejores servicios para la atracción del visitante. Al momento de elegir el lugar tendrá mucho peso La Laguna del Salado pues este será un lugar en el que se encontrará distracción, diversión y relax.

La mejora continua es importante para que los servicios turísticos estén siempre en busca de la calidad.

## IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No. 106  
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos sólidos			X					-1
Conservación de la naturaleza						X		2
Contaminación auditiva		X						-2
<b>TOTAL</b>		-2	-1			2		-1

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{-1 + 2 - 2}{3} = \frac{-1}{3}$$

$$NI = -0,33$$

### ANÁLISIS:

#### Manejo de desechos sólidos

Se aplicara un manejo especial a los desechos sólidos con la intención de no contaminar el medio ambiente, el mismo hecho de que es un proyecto que tiene relación con la naturaleza el nivel de afectación será muy mínimo en el entorno. Se reciclarán la mayoría de desechos sólidos y a los que no se pueda darle un nuevo uso, se arrojarán a los tachos de basura para depositarlos en el recolector.

#### Conservación de la naturaleza

El proyecto a realizarse en la laguna del Salado tiene la finalidad de

mantener y conservar la naturaleza del sector, siempre con respeto a la flora y fauna existente. Para esto se implementara avisos educativos alrededor de la Laguna y basureros adecuadamente ubicados.

### Contaminación auditiva

Se tomara en cuenta dentro del desarrollo del proyecto, evitar la contaminación auditiva ya que es un problema que afecta en la actualidad. Los turistas necesitan de tranquilidad y paz que no encuentran en la ciudad, por ello contribuirá a una estadía placentera.

### IMPACTO EDUCATIVO

**CUADRO No. 107  
IMPACTO EDUCATIVO**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Capacitación continua						X		2
Adquirir conocimientos							X	3
Desarrollo del turismo							X	3
<b>TOTAL</b>						2	6	8

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{2 + 3 + 3}{3} = \frac{9}{3}$$

$$NI = 2,6 = 3$$

### ANÁLISIS:

#### Capacitación continúa

Con la aplicación del proyecto se mantendrá en continua capacitación

tanto al personal del servicio como a las personas del sector, dando a conocer la importancia de la conservación de este centro turístico y por ende el medio ambiente.

### Adquirir conocimientos

Este proyecto tiene mucho interés, en la generación de conocimientos para socializar al turista sobre el lugar y la actividad. El visitante identificará las costumbres de los pueblos de la provincia del Carchi.

### Desarrollo del turismo

Con su ampliación en servicios se mejorara el crecimiento turístico en la Laguna del Salado, además genera mayores ingresos que ayudarán a un mantenimiento continuo del lugar y así conservarlo en óptimas condiciones.

## IMPACTO GENERAL

CUADRO No. 108

### MATRIZ DE IMPACTO GENERAL

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
SOCIO-ECONÓMICO					X			1
COMERCIAL						X		2
AMBIENTAL				X				-0.33
EDUCATIVO							X	3
<b>TOTAL</b>			-1			4	3	5.67

Elaborado por: La autora

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$Sumatoria = \frac{1 + 2 - 0.33 + 3}{4} = \frac{5.67}{4}$$

$$NI = 1,42$$

### **ANÁLISIS:**

Con los datos obtenidos en el impacto general se determina que la readecuación e implementación de atractivos turísticos en la Laguna del Salado genera efectos medio positivos, porque beneficia tanto a las personas del sector como al cantón Montúfar de varias maneras, principalmente por el factor económico porque se observara mejores ingresos y un crecimiento en el aspecto turístico.

Los impactos ambientales son bajos en los cuales se debe trabajar para mejorarlos día a día. A medida que el proyecto se consolide se harán las inversiones necesarias para que los impactos ambientales mejoren

## CONCLUSIONES

En el desarrollo del estudio se analizaron varios aspectos, los cuales demuestran altas posibilidades de éxito, entre los hallazgos se tiene:

A través del diagnóstico realizado a los habitantes del lugar se llegó a determinar que el sector cuenta con un sitio adecuado para implementar los atractivos sugeridos en el presente proyecto, la falta de Organización y participación ciudadana no ha permitido el crecimiento y desarrollo del lugar y por ende el incremento de fuentes de trabajo en la comunidad.

El estudio de mercado fue fundamental porque permitió conocer la oferta y la demanda de los servicios que ofrecen los centros turísticos de la provincia, además se identificó el mercado objetivo al cual va dirigido este proyecto, también se consideraron precios, servicios nuevos que se debe implementar en el lugar para que sea más atractivo.

El estudio técnico fue el factor más importante para determinar los requerimientos como: infraestructura en edificación de cabañas, restaurante, oficinas, parqueadero y demás implementos de ingeniería civil que el proyecto requiere de acuerdo a los servicios que este brinde.

Con el análisis financiero se determinó que el proyecto dejara grandes ingresos a favor del proyecto como al sector mismo, por la cantidad de visitas turísticas que tendrá durante todo el año. Esto se lo determinó a través de los indicadores financieros.

El plantear como estará organizado el proyecto es fundamental para un buen desarrollo y control en las diferentes áreas de trabajo, para conocer el equipo que estará responsable en conseguir las metas.

De acuerdo al análisis de impactos, se determinó que es favorable su implementación; ya que en este capítulo se logró determinar los efectos positivos y negativos que surgirán al implementar el centro turístico.

La actividad turística es una gran oportunidad no sola para generar recursos financieros sino también para transmitir tanto a nivel regional, nacional e internacional la riqueza y atractivos naturales que posee el Cantón Montúfar.

## RECOMENDACIONES

Aplicar en la brevedad posible la readecuación e implementación de atractivos turísticos en la Laguna del Salado, para que comience a generar ingresos tanto al cantón como a la comunidad. De esta manera se podrá alcanzar un mayor reconocimiento local, regional, nacional e internacional.

El Centro turístico deberá ser un ejemplo de productividad a través de la correcta aplicación de marketing, utilizando estrategias de comercialización. Una buena estrategia será utilizar publicidad y promoción basada en resultados es decir de las buenas experiencias de los turistas permitirá atraer mayor cantidad de visitantes. Además Informar a través de anuncios publicitarios la implementación de los nuevos servicios en la Laguna del Salado.

Aprovechar al máximo los factores con los que cuenta el lugar en donde se desarrollará el proyecto, buscar los mecanismos necesarios para dar inicio en la brevedad posible su readecuación.

Contar con la inversión suficiente para comenzar pronto con el trabajo ya que día a día aumenta más el turismo y el comportamiento de los indicadores de evaluación financiera cambia paulatinamente conforme a la economía del País.

Llevar un control permanente del movimiento económico que va adquiriendo, es decir de los ingresos y egresos que se está obteniendo, también es conveniente medir en qué condiciones se está logrando las metas.

Los impactos ambientales son los más bajos, y en los que se debe trabajar. Se recomienda realizar las inversiones necesarias para que



dichos impactos mejoren, al igual que se deben aplicar medidas para evitar efectos secundarios en el entorno del sector.

Se debe considerar una mayor inversión en cuanto a publicidad y promoción; ya que estas son la principal herramienta para alcanzar los objetivos propuestos por el Centro Turístico.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**GURRÍA**, Manuel. Introducción al Turismo. Ed. 2007.

**JIMÉNEZ**, Luis. Mercado Turístico. Ed. 2010.

**URBINA**, Baca. Evaluación de Proyectos. Ed. 2006.

**ASCANIO**, Alfredo. Turismo y Patrimonio Cultural. Ed. 2009

**KOONTZ**, Harold. Administración una perspectiva global y empresarial.  
Ed. 2008

**COULTER**, Robbins. Administración. Ed. 2010

**ZAPATA**, Pedro. Contabilidad General y Costos. Ed. 2008

**BRAVO**, MERCEDES. La Contabilidad. Ed. 2009

**ESTUPIÑAN**, Rodrigo. Análisis Financiero y de Gestión. Ed. 2006

**LAWRENCE J**, Gitman. Principios de la Administración Financiera. Ed.  
2003

**JOHN J. Wild**. Análisis de Estados Financieros. Ed. 2007

**STANTON**, Willian J. Fundamentos de Marketing. Ed. 2007

**KOTTLER**, Philip. Principios de Marketing. Ed. 2008

**KOTLER, Philip**. Investigación de mercados, un enfoque aplicado. Ed.  
2004.

**ETZEL, Michael.** Los Fundamentos de Marketing. Ed. 2007

**GURRÍA, Manuel.** Introducción al Turismo. Ed. 2007

**BERNAL, C.** Metodología de la Investigación Científica Ed. 2006

**VILLARROEL, Jorge.** Investigación científica, Edición Actualizada

**BRAVO, Mercedes,** Contabilidad General, Cuarta edición, Quito – 2001

**BURBANO, Jorge,** Presupuesto, tercera edición, Colombia – 2005

**JÁCOME, Walter,** Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria – Ibarra Ecuador. Ed. 2005

**FEDERACIÓN DE CONTADORES DEL ECUADOR,** Normas ecuatorianas de contabilidad (NEC)

**HARGADON, Bernard,** Principios de contabilidad, Edit. Norma, 4ª Edición, Bogotá, Colombia

**ANEXOS**

**ANEXO A:**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**PROYECTO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO DE LA PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**ENCUESTA A LOS POBLADORES**

***Instrucciones:***

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque con una sola “X” en el paréntesis según corresponda su respuesta.
- En las preguntas abiertas en las que se les pide su opinión conteste utilizando solo el espacio asignado.

***Cuestionario:***

1. ¿Considera usted que la Laguna del Salado debería ser rehabilitada para recibir mayor cantidad de turistas?

SI  NO

Porque.....

2. ¿Sabe Ud. de algún tipo de publicidad que se haya realizado para dar a conocer este centro turístico?

SI  NO

Cuál.....

3. ¿La población ha hecho algún tipo de gestión o pedido para mejorar las condiciones de la Laguna del Salado?

SI  NO

4. Considera necesario que se establezca un servicio de transporte desde y hasta la Laguna del Salado?

SI  NO

5. Valore en una escala de 1 a 5 según su grado de preferencia. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos le gustaría que se implante en la Laguna del Salado?

- Botes
- Motos Acuáticas
- Servicio de Transporte
- Servicios Higiénicos
- Puestos de Comida
- Juegos Recreacionales

6. ¿Cree que la readecuación de la Laguna del Salado traerá beneficios a la comunidad?

SI  NO

Porque.....

7. ¿A su criterio de dónde deben provenir los recursos económicos para la readecuación de la mencionada Laguna?

- De la empresa privada
- Del Ministerio de Turismo
- Del Municipio de Montúfar
- De la Comunidad aledaña
- Otra. Cuál? .....

8. ¿Cómo poblador de la parroquia Cristóbal Colón de qué forma aportaría en el Proyecto de readecuación de la Laguna del Salado?

- Cuidando el medio Ambiente
- Dando información al turista
- Apoyando con mano de obra y materiales de la zona
- Otro. Cuál? .....

9. La administración del nuevo Centro Turístico en qué manos debe estar a su criterio?

- Del Municipio
- De la Comunidad Organizada
- De una empresa privada
- Otra. Cuál? .....

**Datos Técnicos:**

Género: ..... Edad: .....

Nivel de Instrucción: .....

Actividad Económica: .....

Sector o Barrio de Residencia: .....

Observaciones:

**ANEXO B:**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**PROYECTO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO DE LA PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**ENCUESTA A TURISTAS**

***Instrucciones:***

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque con una sola “X” en el paréntesis según corresponda su respuesta.
- En las preguntas abiertas en las que se les pide su opinión conteste utilizando solo el espacio asignado.

***Cuestionario:***

1. ¿Conoce que atractivos turísticos tiene el Cantón Montúfar?

- Si  
 No

2. ¿Qué tipo de atractivos turísticos le gustaría visitar?

- Atractivos naturales  
 Atractivos en la ciudad

3. ¿En un servicio turístico cuál es el aspecto que más le atrae?

- Atención recibida  
 Diversidad de servicios  
 Tranquilidad y Paz  
 Otro. Cuál? .....

4. ¿Considera Usted que el Cantón Montúfar tiene posibilidades de ampliar el turismo?

- Si  
 No

5. ¿Ha escuchado o conoce Ud. la Laguna del Salado?

Si

No

6. ¿En promedio de los integrantes de su familia a cuántos les gusta hacer turismo en la naturaleza?

1-3

4-6

7-9

7. ¿Con qué frecuencia salen hacer turismo los miembros de su familia?

Cada semana

Cada mes

Cada tres meses

Cada seis meses

Cada año

8. ¿Qué tan satisfecho está con los servicios recibidos durante sus visitas de turismo?

Muy Satisfecho

Medianamente Satisfecho

Insatisfecho

9. ¿Cuál de los siguientes servicios a implantarse prederiría al visitar la Laguna?

Hospedaje

Botes

Motos Acuáticas

Comida

10. Cuál de las siguientes tarifas estaría de acuerdo a cancelar en el peaje al ingreso de la Laguna?

\$0.20

\$0.30

\$0.50

**Datos Técnicos:**

Género: ..... Edad: .....

Nivel de Instrucción: .....

Lugar de Procedencia: .....





**ANEXO C:**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**PROYECTO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA READECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA LAGUNA DEL SALADO DE LA PARROQUIA CRISTÓBAL COLÓN, CANTÓN MONTÚFAR, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**ENTREVISTA: AUTORIDADES MUNICIPALES**

**Nombre:**.....

**Cargo:** .....

**Fecha:** .....

1. ¿Qué gestiones ha realizado el Municipio de Montúfar para readecuar la Laguna del Salado como un Centro Turístico?

.....  
.....  
.....

2. ¿Qué porcentaje del presupuesto asignado al Municipio es destinado al mantenimiento de los centros turísticos del Cantón Montúfar?

.....  
.....  
.....

3. ¿Qué cantidad fue asignada según el último presupuesto al mejoramiento de la Laguna del Salado?

.....  
.....  
.....

4. ¿Cada que tiempo la Laguna del Salado recibe mantenimiento por parte del personal encargado? Y que beneficios se ha obtenido?

.....  
.....  
.....

---

5. ¿Cuenta el Municipio con personal especializado en el manejo y conservación de los Recursos Naturales?

.....  
.....  
.....

6. ¿Se ha encargado el Municipio de Montúfar de promocionar sus Centros Turísticos? Y si lo ha hecho que tipo de publicidad se utilizó?

.....  
.....  
.....

---

7. Cómo aportaría la Comunidad aledaña de darse un Proyecto de readecuación e implementación de atractivos turísticos en la Laguna del Salado.

.....  
.....  
.....

8. En qué capacidad estaría el Municipio de Montúfar para invertir en la readecuación de la Laguna del Salado como Centro Turístico?

.....  
.....  
.....

9. En qué condiciones estaría la Comunidad para administrar la posible prestación de servicios turísticos en la Laguna del Salado?

.....  
.....  
.....

10. ¿Considera necesario obtener financiamiento de alguna Institución Privada?

.....  
.....  
.....

**ANEXO DETERMINACIÓN DEL COSTO UNITARIO POR  
ALIMENTACIÓN (MATERIA PRIMA E INSUMOS)**

**DESAYUNO**

<b>COSTEO Y ESTANDARIZACIÓN DE RECETAS</b>			
<b>Nombre del plato:</b>		Desayuno Continental	<b>Nro. Pax 10</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Producto</b>	<b>Costo Total</b>
500,00	gramos	Pan	2,80
100,00	gramos	Café, té o chocolate	1,45
100,00	gramos	Mantequilla	1,15
100,00	gramos	Mermelada	1,75
1.000,00	gramos	Pulpa de Fruta	2,50
2.500,00	gramos	Leche	2,30
		<b>Costo total</b>	11,95
		<b>Costo Porción</b>	1,20
		<b>P.V.P</b>	2,50

**ALMUERZO**

<b>COSTEO Y ESTANDARIZACIÓN DE RECETAS</b>			
<b>Nombre del plato:</b>		Sancocho	<b>Nro. Pax 10</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Producto</b>	<b>Costo Total</b>
4,00	unidades	Choclos	0,64
4,00	unidades	yucas pequeñas	0,30
2,00	unidades	Verde	0,40
1,00	libra	Alverja	1,00
2,00	unidades	zanahorias amarillas	0,10
200,00	gramos	Arroz	0,25
1.000,00	gramos	carne con hueso	1,25
1,00	diente	Ajo	0,05
2,00	unidades	Cebolla	0,10
2,00	ramas	Culantro	0,03
2,00	unidad	Cebolla perla	0,10
		<b>Costo total</b>	4,22
		<b>Costo Porción</b>	0,42
		<b>P.V.P</b>	0,95

<b>COSTEO Y ESTANDARIZACIÓN DE RECETAS</b>			
<b>Nombre del plato:</b>		e corvina	<b>Nro. Pax 10</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Producto</b>	<b>Costo Total</b>
1.500,00	gramos	Corvina	4,50
1,00	funda	Apañadura	0,50
1,00	sobre	Comino	0,05
0,25		Aceite	0,30
2,00	libras	Arroz	0,80
1,00	libra	Lenteja	0,55
2,00	unidades	plátano verde	0,25
3,00	unidades	tomate riñón	0,25
2,00	unidades	cebolla paitena	0,10
2,00	unidades	limón pequeño	0,10
		<b>Costo total</b>	7,40
		<b>Costo Porción</b>	0,74
		<b>P.V.P</b>	1,45

<b>COSTEO Y ESTANDARIZACIÓN DE RECETAS</b>			
<b>Nombre del plato:</b>		Jugo de maracuyá	<b>Nro. Pax 10</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Producto</b>	<b>Costo Total</b>
8,00	unidades	maracuyá	0,50
0,50	libra	azúcar	0,14
2,00	litros	agua	0,18
		<b>Costo total</b>	0,82
		<b>Costo Porción</b>	0,08
		<b>P.V.P</b>	0,10

## PLATO A LA CARTA

<b>COSTEO Y ESTANDARIZACIÓN DE RECETAS</b>			
<b>Nombre del plato:</b>		Chuleta a la plancha	<b>Nro. Pax 10</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Producto</b>	<b>Costo Total</b>
4.000,00	gramos	Chuleta a la plancha	13,00
500,00	gramos	Papas	3,20
1.500,00	gramos	Arroz	1,85
150,00	gramos	legumbres	1,55
		<b>Costo total</b>	19,60
		<b>Costo Porción</b>	1,96
		<b>P.V.P</b>	5,00

## RESUMEN DE COSTOS UNITARIOS DEL MENÚ

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>
<b>DESAYUNOS</b>	1,20	2,50
<b>ALMUERZOS</b>	1,24	2,50
<b>PLATOS A LA CARTA</b>	1,96	5,00
<b>TOTAL</b>	4,40	10,00

## ANEXO COSTOS Y GASTOS MENSUALES

- **COSTOS DE OPERACIÓN**

### SERVICIOS BÁSICOS

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agua	20	240
Luz	60	720
Teléfono	30	360
<b>TOTAL</b>		<b>1320</b>

### CONSUMO DE GAS INDUSTRIAL

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Consumo de gas	30	360
<b>TOTAL</b>		<b>360</b>

**MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Mantenimiento maquinaria y equipo	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>180</b>

**COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Combustible	90	1080
Mantenimiento vehículo	30	360
<b>TOTAL</b>		<b>1440</b>

- GASTOS ADMINISTRATIVOS**

**SERVICIOS BÁSICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Agua	5	60
Luz	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>240</b>

**SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Servicio de teléfono	50	600
Servicio de internet	24	288
<b>TOTAL</b>		<b>888</b>

**MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Mantenimiento computación	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>		<b>240,00</b>

- **GASTOS DE VENTAS**

**PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Prensa escrita	60,00	240,00
Radio	120,00	480,00
Hojas volantes	30,00	120,00
Pagina web	12,50	150,00
<b>TOTAL</b>	<b>222,50</b>	<b>990,00</b>

**ANEXO: TENDENCIA DEL CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO**

<b>AÑO</b>	<b>SUEDO BÁSICO</b>	$i = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2007	200	
2008	218	0,09
2010	240	0,10
2011	264	0,10
2012	292	0,11
<b>TOTAL</b>		$\Sigma i = 0,397$

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,397}{4} = 0,099$$

$$i = 9,9\%$$

GRUTA DE LA PAZ



BOSQUE DE LOS ARRAYANES





CASCADA DE PALÚZ



IGLESIA MATRIZ



## ORGÁNICO ESTRUCTURAL MUNICIPIO DE MONTÚFAR

