



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**TURISMO ECOLÓGICO EN EL CANTÓN MONTÚFAR Y SU
INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

AUTOR: GALEAS. A, Mayra. A.

DIRECTORA: Econ. Kenia Maigua

Ibarra, Julio 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de Investigación nace de una motivación personal el cual está encaminado a conocer el “Turismo ecológico en el cantón Montúfar y su incidencia en el desarrollo local”, esta investigación se la realizó a través de información documental y bibliográfica sobre temas relacionados al trabajo investigado, así como el cantón Montúfar, sus costumbres, tradiciones, economía, población, turismo ecológico, los diferentes sitios turísticos existentes en él, la situación actual del turismo, así mismo se definió el tipo de metodología a emplearse, determinándose así la población sujeto de estudio, con lo cual se realizó un análisis de las opiniones por parte de los directivos del Departamento de Educación Cultura, Deportes y Turismo del cantón Montúfar así como también de los Turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el cantón, y de sus habitantes. Una vez realizado el análisis se pudo determinar el problema de la Investigación, para lo cual se adoptaron las estrategias más idóneas las cuales ayudarán a dar una posible solución al mismo, logrando así el desarrollo del sector turístico del cantón Montúfar en beneficio de su población.

EXECUTIVE SUMMARY

This research is made in order to know the ecological tourism in the Montufar canton and the effects in the local development. It was made through documents and bibliographic information about topics related to this investigated work. Such as the Montufar canton, its customs, traditions, its economy and its populations, the ecological tourist, the different touristic places which are in Montufar, and the present situation of the tourism among others. In additions it was defined the type of methodology which was applied. Determining the population matter of study, with it, it was made analysis of the director's opinions, of the departments of education, culture, sports, and tourism of the Montufar canton, as well as the national and foreign tourists' opinions who visit the canton and also of its inhabitants. After making the analysis it could determine the problem of the research. And were used the best strategies for giving solution to the problem, of this way, to get the development of the touristic sector of the Montufar canton in favor of its population.

AUTORÍA

Yo, **Mayra Alexandra Galeas Andino**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Mayra Alexandra Galeas Andino

C.I. 040127807-2

CERTIFICADO DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada, Mayra Alexandra Galeas Andino, para obtener el título de INGENIERA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, cuyo tema es : **TURISMO ECOLÓGICO EN EL CANTÓN MONTÚFAR Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL.** Considerando que el presente trabajo reúne los 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..... a losdías del mes dedel.....

ECON. KENIA MAIGUA
DIRECTORA DE TESIS

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

Yo, **Mayra Alexandra Galeas Andino**, con cédula de identidad Nro. 040127807-2, 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 autor (es) del trabajo de grado denominado: **“TURISMO ECOLÓGICO EN EL CANTÓN MONTÚFAR Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS** 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.

(Firma):

Nombre: Mayra A. Galeas Andino

Cédula: 040127807-2

Ibarra, a los _____ días del mes de _____ del 2011

AUTORIZACIÓN DEL 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 complementos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, decencia y extensión de la Universidad.

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

DATOS INFORMATIVOS			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040127807-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Galeas Andino Mayra Alexandra		
DIRECCIÓN:	Av. Atahualpa y Pío V Guzmán		
EMAIL:	galeasmayra@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062290-448	TELÉFONO MÓVIL	088041738

DATOS DE LA OBRA		
TÍTULO:		
AUTOR:	Mayra Alexandra Galeas Andino	
FECHA:		
PROGRAMA:	PREGRADO	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Economía – Mención Finanzas	
DIRECTOR:	Econ. Kenia Maigua	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Mayra Alexandra Galeas Andino, con cédula de identidad N°040127807-2, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales del trabajo descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizado 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

El autor 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 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.....días del mes de..... del 2011

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Mayra Galeas

C.C. 040127807-2

BIBLIOTECA

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre:

Cargo: JEFE DE

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A mí DIOS por darme la vida

*A la memoria de mi inolvidable Padre
JOSÉ VICENTE GALEAS NARVÁEZ*

*A mi querido Hijo
JHOEL MATEO POZO GALEAS*

*A mi Madre por su gran amor y
comprensión, por estar a mi lado en
todo momento, por guiarme con sus
sabios consejos en el transcurso de mi
vida.*

*A mis hermanos y al resto de mi familia
por su apoyo incondicional.*

Mayra Galeas

AGRADECIMIENTO

Agradezco de corazón a la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, especialmente a mis maestros que con sus sabias enseñanzas han sabido enriquecer mis conocimientos.

Un sincero agradecimiento a la economista Kenia Maigua Directora de este proyecto, por haberme guiado durante el desarrollo de la investigación.

A las personas e Instituciones que aportaron con sus conocimientos e ideas para poder desarrollar de manera positiva la investigación presentada.

Mayra Galeas

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación está direccionado al Turismo ecológico del Cantón Montúfar, el cual está desarrollado en cinco capítulos.

CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.- Para la realización de este capítulo se recogió información histórica y actual acerca del turismo ecológico en el cantón Montúfar, en el cual se encuentra el planteamiento del problema así como su situación actual, la prospectiva del mismo, los objetivos generales y específicos.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA.- Este capítulo describe la metodología de investigación que se utilizó para el desarrollo del trabajo como: tipo, diseño, métodos, e instrumentos de investigación.

CAPÍTULO III DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO.- Este capítulo es el más importante en el desarrollo de la investigación puesto que se determina la población, muestra, para realizar las encuestas dirigidas a los Turistas y habitantes del Cantón así como también una entrevista dirigida a los Directivos del Dpto. Educación, Cultura, Deportes y Turismo, en este capítulo se procesan y analizan los resultados de la investigación, llegando a la determinación del problema

CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO.- En este capítulo se clasifica el contenido científico expresado por diferentes autores citando la fundamentación teórica relacionada al tema de investigación, los cuales contribuyen al desarrollo del mismo.

CAPÍTULO V PROPUESTA.- Este capítulo consta de la propuesta que es “Plan de difusión y Promoción de los distintos lugares turísticos ecológicos del cantón Montúfar”, la cual contiene la Matriz de Selección de Alternativas, objetivos, estrategias, actividades, responsable y tiempo para así lograr el óptimo desarrollo del sector.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
Executive Summary	iii
Autoría	iv
Certificación del Asesor	v
Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado a favor de la Universidad Técnica del Norte	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	vii
Autorización de uso a favor de la Universidad	viii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice General	xiii
Índice de Cuadros	xxi
Índice de Imágenes	xxiii
Índice de Gráficos	xxiv
Índice de Mapas	xxv
Introducción	26
Justificación	26
Objetivos de la Investigación	27
Tipo de investigación realizada	28

CAPITULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	29
Antecedentes del problema	29
Situación Actual del Problema	30
Prospectiva del Problema	31
Formulación del Problema	32

Objetivos del Diagnóstico	32
Objetivo General	32
Objetivos Específicos	32
Variables	33
Variable Dependiente	33
Variable Independiente	33
Definición Operacional de las Variable	33
Desarrollo Local	33
Turismo Ecológico	33

CAPITULO II

METODOLOGÍA	35
Tipo de estudio de la Investigación	35
Diseño de la Investigación	35
Métodos	36
Método de Análisis	36
Método de Síntesis	36
Técnicas de Investigación	37
Fuentes de Información Primaria	37
Encuesta	38
Entrevista	38
Fuentes de Información Secundaria	39
Internet	39
Instrumentos de Investigación	39
Cuestionario	40
Análisis de la validez y confiabilidad de los instrumentos	40
Validez	40
Confiabilidad	41
Procesamiento para la recolección y análisis de datos	41
Aplicación de los Instrumentos	41

Tabulación y análisis de la información	41
Elaboración de tablas y cuadros estadísticos	41

CAPÍTULO III

DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO	42
Antecedentes	42
Objetivos	43
General	43
Específicos	43
Variables Diagnósticas e Indicadores	43
Turismo	43
Promoción	44
Infraestructura	44
Políticas Locales	44
Matriz de Relación Diagnóstica	45
Identificación de la Población	46
Universo 1: Dpto de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar	46
Universo 2: Habitantes del Cantón Montúfar y Turistas tanto locales como extranjeros	46
Cálculo de la muestra de los habitantes del Cantón Montúfar	48
Cálculo de la muestra de turistas locales y extranjeros	50
Diseño de los instrumentos de recolección de datos	53
Análisis, validez y confiabilidad de los datos	53
Diagnóstico de la Población	54
Introducción	54
Ubicación y Superficie	54
La Provincia del Carchi	54
Montúfar “Ciudad de la eterna Primavera”	57
Características de Montúfar	57
San Gabriel	58

Teatro Municipal	60
Principales elementos de su cultura	61
Costumbres y Tradiciones	61
La Producción en Montúfar	62
Número de habitantes del cantón Montúfar	63
Composición por sexo de las Parroquias del cantón Montúfar	64
Migración: Movilidad, Procedencia y Permanencia	65
Estructura del empleo	65
Distribución de la población por rama de actividad	66
Población económicamente activa	67
PEA y PEI en el cantón Montúfar por sexo	67
Vivienda	68
Características de vivienda en las parroquias del cantón Montúfar	69
Educación	70
Niveles de instrucción	71
Actividades productivas	71
Agricultura	71
Producción agrícola en las parroquias del cantón Montúfar	72
Ganadería	73
Importancia de la producción agropecuaria	74
Industrias	75
Turismo y atractivos turísticos	76
Turismo y producción	77
Análisis de la demanda turística	78
Análisis de la oferta turística	80
Planta de servicios turísticos del cantón Montúfar	81
Lugares Turísticos existentes en el Cantón	83
Bosque de los Arrayanes	83
Cascada de Guadir	85
Cascada de Paluz	86
Grua de la Paz	88

Laguna del Salado	90
Pilar de Athal	92
Análisis del Turismo ecológico en el cantón Montúfar y cómo éste incide en su desarrollo local	93
Análisis de los Instrumentos de Investigación	98
Entrevista realizada al Dpto. de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar	98
Cuadros, Gráficos y análisis de las encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Montúfar	102
Análisis general de la encuesta dirigida a los habitantes del Cantón Montúfar	127
Cuadros, Gráficos y análisis de las encuestas realizadas a los Turistas tanto nacionales como extranjeros	128
Análisis general de la encuesta dirigida a Turistas	145
Matriz FODA	146
Cruces Estratégicos	148
Cruce Estratégico FO	148
Cruce Estratégico FA	148
Cruce Estratégico DO	149
Cruce Estratégico DA	149
Identificación del problema diagnóstico	150
Árbol de Problemas	150

CAPITULO IV

MARCO TEÓRICO	151
El Turismo	151
Evolución Histórica	151
Importancia	152
Para qué y para quiénes el turismo es importante	152
Importancia del Turismo en la Humanidad	152
Cómo se desarrolla el Turismo	154
Clases de Turismo	154

Tipos de Turismo	155
Turismo Sustentable	157
Atractivo Turístico	157
Secretos del éxito en el Turismo	157
El Turismo en el Ecuador	160
Reseña Histórica del Turismo en el Ecuador	160
Importancia del Turismo en la Economía	161
Efectos Económicos del Turismo	162
Efectos del Turismo sobre la Balanza de Pagos	162
Evaluación desde el punto de vista Económico	163
Medición de la producción debida al Turismo	163
Incidencia del Turismo en el desarrollo económico del país	163
Valoración de la incidencia del turismo en la Economía	164
Efectos socioculturales positivos del Turismo	165
La Industria Turística	166
La contribución del Turismo al crecimiento económico	166
Inversión del Ecuador en Turismo para revertir pobreza	167
Aporte del Turismo en el desarrollo local	168
El Turismo y el desarrollo socioeconómico	169
Principios fundamentales del desarrollo sostenible	169
El Turismo como complemento de la economía	170
Turismo factor del desarrollo sostenible	170
Turismo Ecológico o Ecoturismo	171
Categorías	172
Principios	173
Fines	173
Ecoturismo como alternativa para el desarrollo sustentable	174
Los TOUR operadores eco turísticos	174
El papel del eco turista en el proceso productivo	174
Diferencias con otros tipos de turismo verde	175
Turismo ecológico como segmento de mercado	176
Turista	176

Tipos de viajeros	178
Desarrollo socio-económico	179
Desarrollo sustentable	179
Administración Turística	180
Marketing	180
Publicidad	181
Promoción	181
Matriz de selección de alternativas	182
Objetivos Estratégicos	182
Estrategias	182
Proyectos	182
Responsables	182
Tiempo	183

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA	182
Título de la Propuesta	182
Antecedentes	184
Justificación	185
Objetivos	186
General	186
Específicos	187
Metas	187
Descripción de la Propuesta	188
Primera Etapa: Análisis de la situación	189
Segunda Etapa: Planteamiento de las Estrategias	190
Tercera Etapa: Toma de las decisiones Operativas	191
Matriz de Selección de Alternativas	192
Desarrollo de las Actividades propuestas en la Matriz	193
ACTIVIDAD N: 1 Elaboración de material promocional y publicitario de los diferentes atractivos turísticos ecológicos del Cantón.	193

ACTIVIDAD N: 2 Promocionar el producto Turístico a través de una imagen que lo identifique	201
Cuarta Etapa: Monitores y Control	206
Impactos	206
Análisis de Impactos	206
Impacto Económico	208
Impacto Social	209
Impacto Ambiental	210
Impacto General	211
Conclusiones	213
Recomendaciones	214
Bibliografía	216
<i>Anexos</i>	219

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz Diagnóstica	45
Cuadro N° 2 Habitantes del Cantón Montufar	47
Cuadro N° 3 Habitantes Montúfar	63
Cuadro N° 4 Habitantes Montúfar por sexo	64
Cuadro N° 5 Distribución de la población por ramas de actividad	66
Cuadro N° 6 PEA y PEI por sexo	67
Cuadro N° 7 Vivienda	68
Cuadro N° 8 Tipos de vivienda	69
Cuadro N° 9 Educación	70
Cuadro N° 10 Producción agrícola	72
Cuadro N° 11 Ganadería	73
Cuadro N° 12 Entrada de extranjeros 2007	78
Cuadro N° 13 Entrada de extranjeros 2008	78

Cuadro N° 14 Alojamiento	81
Cuadro N° 15 Alimentación	81
Cuadro N° 16 Transporte	82
Cuadro N° 17 Inversión Laguna del Salado	
Cuadro N° 18 Inversión Cascada de Paluz	
Cuadro N° 19 Actividades Dpto. de Turismo	100
Cuadro N° 20 Clasificación actividades Dpto. de Turismo	101
Cuadro N° 21 Montúfar cantón turístico	102
Cuadro N° 22 Razones porque Montúfar es cantón turístico	103
Cuadro N° 23 Turismo Ecológico	104
Cuadro N° 24 Atractivos turísticos	105
Cuadro N° 25 Visita a sitios turísticos	106
Cuadro N° 26 Tipo de alimentación	107
Cuadro N° 27 Presupuesto visita a lugares turísticos	108
Cuadro N° 28 Servicios en los lugares turísticos	109
Cuadro N° 29 Población de Montúfar capacitada	110
Cuadro N° 30 Impedimentos desarrollo turismo	111
Cuadro N° 31 Recursos para mejorar el turismo	112
Cuadro N° 32 Recomendaciones para impulsar el turismo	113
Cuadro N° 33 Publicidad	114
Cuadro N° 34 Formas de publicidad	115
Cuadro N° 35 Turismo beneficios económicos	116
Cuadro N° 36 Vías de acceso	117
Cuadro N° 37 Costo visita lugares turísticos	118
Cuadro N° 38 Hospedaje Montúfar	119
Cuadro N° 39 Restaurantes Montúfar	120
Cuadro N° 40 Lugares de diversión	121
Cuadro N° 41 Medios de comunicación	122
Cuadro N° 42 Agencia de turismo	126
Cuadro N° 43 Razones	127
Cuadro N° 44 Visita a lugares turísticos	128
Cuadro N° 45 Presupuesto para turismo	129

Cuadro N° 46 Atractivos turísticos	130
Cuadro N° 47 Alimentación elegida	131
Cuadro N° 48 Publicidad lugares turísticos	132
Cuadro N° 49 Estadía en Montúfar	133
Cuadro N° 50 Conocimiento lugares turísticos	134
Cuadro N° 51 Hospedaje en Montúfar	135
Cuadro N° 52 Restaurantes en Montúfar	136
Cuadro N° 53 Lugares de diversión en Montúfar	137
Cuadro N° 54 Servicios en los sitios turísticos	138
Cuadro N° 55 Es Montúfar cantón turístico	139
Cuadro N° 56 Recomendaciones para impulsar el turismo	140
Cuadro N° 57 Matriz FODA	144
Cuadro N° 58 Cruce estratégico FO	146
Cuadro N° 59 Cruce estratégico FA	146
Cuadro N° 60 Cruce estratégico DO	147
Cuadro N° 61 Cruce estratégico DA	147
Cuadro N° 62 Comportamiento del turista	151
Cuadro N° 63 Tipos de viajeros	176
Cuadro N° 64 Matriz de Selección de Alternativas	190
Cuadro N° 65 Matriz de Impactos	205
Cuadro N° 66 Matriz de Impacto Económico	206
Cuadro N° 67 Matriz de Impacto Social	207
Cuadro N° 68 Matriz de Impacto Ambiental	208
Cuadro N° 69 Matriz de Impacto General	209

INDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1 Mapa del Cantón Montúfar	56
Imagen N° 2 Escudo del Cantón Montúfar	56
Imagen N° 3 Teatro Municipal	60
Imagen N° 4 Pintura Teatro Municipal	60

Imagen N° 5 Bosque de los Arrayanes N°1	84
Imagen N° 6 Bosque de los Arrayanes N°2	84
Imagen N° 7 Cascada de Guadir	85
Imagen N° 8 Cascada de Paluz N°1	87
Imagen N° 9 Cascada de Paluz N°2	87
Imagen N° 10 Gruta de la Paz N°1	89
Imagen N° 11 Gruta de la Paz N°2	89
Imagen N° 12 Laguna del Salado N°1	91
Imagen N° 13 Laguna del Salado N°2	91
Imagen N° 14 Pilar de Athal	92
Imagen N° 15 Logotipo Turismo Montúfar	204

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Pirámide de población por edades	48
Gráfico N° 2 Habitantes Montúfar	63
Gráfico N° 3 Actividades Dpto. de Turismo	102
Gráfico N° 4 Clasificación actividades Dpto. de Turismo	103
Gráfico N° 5 Montúfar Cantón Turístico	104
Gráfico N° 6 Razones porque Montúfar es Cantón Turístico	105
Gráfico N° 7 Atractivos Turísticos	106
Gráfico N° 8 Visita a sitios Turísticos	107
Gráfico N° 9 Tipo de Alimentación	108
Gráfico N° 10 Presupuesto visita de Lugares Turísticos	109
Gráfico N° 11 Servicios en los Lugares Turísticos	110
Gráfico N° 12 Población de Montúfar capacitada	111
Gráfico N° 13 Impedimentos desarrollo Turismo	112
Gráfico N° 14 Recursos para mejorar el Turismo	113
Gráfico N° 15 Recomendaciones para impulsar el Turismo	114
Gráfico N° 16 Publicidad	115
Gráfico N° 17 Formas de Publicidad	116
Gráfico N° 18 Turismo beneficios Económicos	117

Gráfico N° 19 Vías de Acceso	118
Gráfico N° 20 Costo visita Lugares Turísticos	119
Gráfico N° 21 Turismo Ecológico	120
Gráfico N° 22 Hospedaje Montúfar	121
Gráfico N° 23 Restaurantes Montúfar	122
Gráfico N° 24 Lugares de Diversión	123
Gráfico N° 25 Medios de Comunicación	124
Gráfico N° 26 Edad Poblacional	125
Gráfico N° 27 Género Poblacional	125
Gráfico N° 28 Instrucción Poblacional	126
Gráfico N° 29 Agencia de Turismo	128
Gráfico N° 30 Razones	129
Gráfico N° 31 Visita a Lugares Turísticos	130
Gráfico N° 32 Presupuesto para Turismo	131
Gráfico N° 33 Atractivos Turísticos	132
Gráfico N° 34 Alimentación elegida	133
Gráfico N° 35 Publicidad Lugares Turísticos	134
Gráfico N° 36 Estadía en Montúfar	135
Gráfico N° 37 Conocimiento Lugares Turísticos	136
Gráfico N° 38 Hospedaje en Montúfar	137
Gráfico N° 39 Restaurantes en Montúfar	138
Gráfico N° 40 Lugares de diversión en Montúfar	139
Gráfico N° 41 Servicios en los sitios turísticos	140
Gráfico N° 42 Es Montúfar Cantón Turístico	141
Gráfico N° 43 Recomendaciones para impulsar el Turismo	142
Gráfico N° 44 Edad Turistas	143
Gráfico N° 45 Género Turistas	143
Gráfico N° 46 Instrucción Educativa Turistas	144
Gráfico N° 47 Procedencia Turistas	144

INDICE DE MAPAS

Mapa N° 1 Árbol de Problemas

150

INTRODUCCIÓN

El Cantón Montúfar está ubicado al norte del Ecuador, su capital es San Gabriel, conocida también como la ciudad de la Eterna Primavera se encuentra localizado en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 Km. de Tulcán. Tiene una población aproximada de 30.000 habitantes. Su cabecera cantonal es San Gabriel, división Política Parroquias urbanas: San José y González Suárez, y Parroquias Rurales: Fernández Salvador, Piartal, Cristóbal Colón, La Paz, Chitán de Navarrete.

El cantón posee una gran diversidad de lugares turísticos en donde la falta de políticas locales ha provocado que el cantón no cuente con estrategias efectivas en donde se impulse de manera positiva el turismo, es por esto que se da la iniciativa de analizar el turismo ecológico, como se encuentra organizado, su situación actual, y como este incide en el desarrollo del cantón, para así proponer las alternativas adecuadas para potencializarlo y por ende lograr el desarrollo de Montúfar en beneficio tanto de sus habitantes como de las personas que lo visitan.

JUSTIFICACIÓN

Es de vital importancia destacar que el Turismo en la actualidad es una de las actividades más fundamentales para generar riqueza dentro del país, por lo cual es necesario conocer la incidencia que tiene el Turismo Ecológico en el desarrollo local del Cantón Montúfar y así buscar las formas más idóneas de fomentar el turismo en el Cantón utilizando de la mejor manera los recursos naturales que éste posee. Además es importante puesto que permite la valoración y conservación del Patrimonio natural y cultural, generando a su vez más fuentes de trabajo, mejorando así la calidad de vida. Promueve la investigación científica de los distintos lugares ecológicos, especialmente en lo que a recursos naturales se refiere.

El desarrollo económico comprende intereses mayores de calidad de vida, consecución educacional, estado nutricional, acceso a libertades y bienestar espiritual de los ciudadanos. El Turismo es pues, un puente entre la miseria y la esperanza, es una herramienta para frenar la pobreza, un ladrillo en la construcción del desarrollo y un complemento esencial en el mejoramiento de vida en todos los puntos del Cantón. Entendemos por lo expresado, que el turismo es un gran pilar de la economía y que el desarrollo es un crecimiento paulatino en las ciudades y pueblos.

Por lo cual en la ejecución del presente tema de investigación los principales beneficiados serán los habitantes del sector, ya que aumentarán los ingresos puesto que existirá más comercio, y por ende mejorará la economía de las familias, además los turistas se verán beneficiados ya que podrán conocer de mejor manera los lugares turísticos, la calidad de servicios que ofrecen, los precios, etc. Y así puedan visitar el Cantón.

El tema investigado es factible, puesto que existe una buena bibliografía teniendo acceso directo a la información que el tema requiere. He concurrido al Municipio de Montúfar, al departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del cantón y han ofrecido proporcionar la información necesaria para desarrollar de la mejor manera el tema a investigarse. Se podrá acceder a la información, visitando personalmente los fines de semana los lugares turísticos. Además se ha realizado investigaciones en textos, Internet y se ha llegado a la conclusión que sí existen bases teóricas sobre el tema en estudio.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

GENERAL:

- ✓ Conocer la situación actual del Turismo Ecológico en el cantón Montúfar.

ESPECÍFICOS:

- ✓ Determinar el problema de la investigación a través de un estudio minucioso para buscar las causas que lo originaron y las posibles soluciones.

- ✓ Elaborar una propuesta para fomentar el turismo en el cantón logrando así el desarrollo del sector.

TIPO DE INVESTIGACIÓN REALIZADA

La investigación se la realizó a través de encuestas aplicadas a los habitantes del cantón Montúfar y a los turistas que lo visitan, así como también una entrevista realizada al Técnico de Turismo del Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón para así conocer como se encuentra organizado actualmente el turismo en Montúfar y de tal manera dar cumplimiento a los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“TURISMO ECOLÓGICO EN EL CANTÓN MONTÚFAR Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO LOCAL.”

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El Cantón Montúfar con sus ciento tres años de Fundación ha experimentado un intenso desarrollo sostenido en diferentes aspectos: tanto en lo cultural, social y económico, el cantón Montúfar una ciudad pulcra que por medio de mingas populares se hace acreedora a llamarle “Procerato del Trabajo”. Sus tradiciones más sobresalientes son: desfiles y comparsas, fiestas religiosas, toros populares.

Las actividades que más se han destacado son la agricultura y ganadería, permitiendo que sus productos sean reconocidos tanto a nivel nacional como internacional.

La estratégica ubicación de Montúfar, le ha convertido en una nueva alternativa para los turistas. Sin lugar a dudas en el Cantón se puede encontrar un escenario de atractivos culturales y naturales como ríos, lagunas, bosques, flora, fauna, montañas. En cada uno de estos

atractivos el visitante tiene la posibilidad de practicar el deporte de su preferencia como caminatas, ciclismo de ruta, ciclismo de montaña, entre otros.

Montúfar cuenta con atractivos turísticos tales como: la Cascada de Paluz, Cascada de Guadir, laguna de “El Salado”, la Gruta de la Paz, Pilar de Athal , Bosque los Arrayanes, entre otros, todos estos lugares constituyen un patrimonio potencial turístico que siendo óptimamente aprovechados se lograría un flujo turístico muy interesante, generando así ingresos alternativos.

1.2 SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

Actualmente el cantón Montúfar cuenta con una belleza natural, que son una gran atracción turística, así tenemos: La Gruta de La Paz que es un templo natural, donde existe baños termales; la belleza del bosque de los Arrayanes; la laguna del Salado; la cascada de Guadir, una resplandeciente caída de agua con un entorno ecológico singular; la cascada de Paluz, entre otras maravillas, en donde la afluencia de personas locales, nacionales y extranjeras ha sido medianamente significativa.

El problema que se evidencia es que Montúfar siendo poseedor de una esplendida riqueza natural y cultural no ha explotado de la mejor manera los recursos que tiene, lo cual ha provocado que el Cantón no haya logrado concretar estrategias efectivas que demuestren resultados óptimos que puedan ser palpados por la población porque la gente desconoce lo que tiene y las autoridades no le han dado la importancia debida, tomando en cuenta el bajo nivel de competitividad con otros cantones en cuanto a la actividad turística se refiere, ya que otras provincias quizá cuentan con menos recursos turísticos pero sin embargo han sabido aprovechar de la mejor manera el turismo logrando así un desarrollo sostenible en el sector.

1.3 PROSPECTIVA DEL PROBLEMA

En un futuro si no se fomenta el Turismo en el Cantón no se alcanzará el desarrollo sostenible deseado, lo cual conducirá a disminuir el comercio en este sector, disminuyendo así la calidad de vida de la población.

Puesto que el turismo es una de las industrias más grandes del mundo y uno de los sectores económicos con más rápido crecimiento. Tiene grandes impactos, tanto positivos como negativos, en la vida de las personas y en el ambiente.

No cabe ninguna duda de que la actividad turística presenta una serie de características que la hacen deseable en la lucha contra la pobreza. Si está bien planificada, tiene una gran capacidad de distribución del gasto, y así mismo la capacidad de generar rentabilidades inmediatas; no solamente por la propia actividad turística, sino también por la compra de bienes y servicios en el entorno, que es lo que se denomina efecto multiplicador.

El "desarrollo sustentable" del turismo resuelve las necesidades de los actuales turistas y de las regiones anfitrionas mientras protege e incrementa oportunidades del futuro. Se considera que el manejo de todos los recursos debe ser de tal manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas se satisfagan, mientras se mantenga la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas. El turismo sustentable no es una elección, es un compromiso que debe asumirse si un cantón decide ser turístico.

Por lo cual la presente investigación servirá para determinar la incidencia que tiene el turismo ecológico en el desarrollo local del Cantón, puesto que con una modalidad turística ambientalmente responsable, la cual consiste en visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (así como cualquier manifestación cultural del presente y del

pasado), promueve la conservación y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de la población.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide el Turismo Ecológico del Cantón Montúfar en su desarrollo local?

1.5 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.5.1 GENERAL

Conocer la incidencia que tiene el Turismo Ecológico en el desarrollo local del Cantón Montúfar.

1.5.2 ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional para identificar las fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades del Turismo ecológico en el Cantón Montúfar y su incidencia en el desarrollo local Mediante un análisis FODA.
- Elaborar un marco teórico, mediante una investigación bibliográfica, documental, y de campo.
- Construir una propuesta en beneficio del turismo ecológico del cantón Montúfar.
- Determinar los impactos económicos, sociales, ambientales y organizacionales que tendrá el desarrollo del proyecto a través de la investigación de campo.

1.6 VARIABLES

1.6.1 VARIABLE DEPENDIENTE

Desarrollo Local

1.6.2 VARIABLE INDEPENDIENTE

El Turismo Ecológico

De acuerdo a lo establecido en el problema de investigación el Desarrollo Local depende del Turismo Ecológico existente en el Cantón.

1.7 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

1.7.1 DESARROLLO LOCAL

Acrescentar, por lo general este término significa crecimiento económico y social, los cambios económicos, sociales de cualquier tipo que dan lugar al crecimiento, el desarrollo local exige cambios en las técnicas de producción, en las actitudes sociales y en las instituciones.

1.7.2 TURISMO ECOLÓGICO

El Turismo Ecológico o Ecoturismo basado en la naturaleza puede ser definido como: “viajar en forma responsable hacia áreas naturales conservando el medioambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales”

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (así como cualquier manifestación cultural del presente y del pasado), que promueve la conservación, tiene bajo impacto de visitación y propicia un involucramiento activo y socio - económicamente benéfico de las poblaciones locales. El turismo ecológico o ecoturismo' es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

Para realizar la investigación, fue necesario recolectar la información que identifique la incidencia que tiene el turismo ecológico en el desarrollo local del cantón Montúfar, a través de algunos instrumentos de investigación. Además se especifica la metodología que se utilizó, estableciendo los rangos de población y muestra, técnica e instrumentos, procedimientos, diseño estadístico, tabulación y análisis de datos.

2.1 TIPO DE ESTUDIO DE LA INVESTIGACIÓN.

Se enfoca dentro de la investigación explicativa, puesto que se fundamenta en el análisis de causa efecto, en el cual se explicará la incidencia que tiene el Turismo Ecológico del Cantón Montúfar en su desarrollo local.

2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este proyecto el diseño que se utilizó es investigación no experimental ya que se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, no se busca algo nuevo sino la realidad que vive la población. Se concentra en analizar la causa y efecto de las variables desarrollo local y turismo ecológico.

2.3 MÉTODOS

En la investigación se utilizó el método de análisis y el método de síntesis, porque mediante estos métodos se dará respuesta al porque del objeto de investigar.

2.3.1 MÉTODO DE ANÁLISIS

ZORILLA. Arena, (2006). Manifiesta: “Es aquel que consiste en descomponer en partes algo complejo, en desintegrar un hecho o una idea en sus partes, para mostrarlas, describirlas, numerarlas y para explicar las causas de los hechos o fenómenos que constituyen el todo. Por ejemplo las relaciones entre las mismas.” Estas operaciones no existen independientes una de la otra; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos al análisis.

Este método se lo aplicará a través del estudio de cada uno de los mecanismos que intervengan o sean importantes dentro de la investigación como son: el turismo ecológico, el cantón Montúfar, y así determinar las causas del desarrollo local y como el turismo ecológico incide en él. Este método fue empleado especialmente en la tabulación de encuestas y recomendaciones lo cual servirá de gran ayuda para la elaboración del informe final.

2.3.2 MÉTODO DE SÍNTESIS

PILAR. Baptista Lucio, (2005). Manifiesta: “Es un proceso importantísimo para la comprensión del objeto, mediante ella se destaca la propiedad o relación de las cosas y fenómenos.

No se limita a destacar y aislar alguna propiedad y relación del objeto asequible a los sentidos, sino que trata de descubrir el nexó esencial oculto e inasequible al conocimiento empírico.”

Una vez que se analizó cada uno de los elementos investigados, se los reúne, para de esta manera encontrar nuevas ideas, criterios, causas para así determinar la causa que afecta al desarrollo local del cantón Montúfar. Este método el cual resulta de lo simple a lo complejo es decir de la causa al efecto se lo aplicó en la conclusión final de la investigación.

Estos métodos se los utilizó puesto que manifiestan la causa y los efectos de los distintos fenómenos a investigarse tomando a consideración la relación entre las distintas variables.

2.4. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para recabar mejor los datos y con el propósito de tener un diagnóstico definido que permitió avanzar en la investigación se utilizó la técnica de la encuesta la cual se aplicó directamente a los Habitantes del Cantón Montúfar y a Turistas, así como también una entrevista dirigida al Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar.

2.4.1. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA

Las fuentes de información primarias son directas y las que proporcionan información de primera mano, su utilización permite conocer los fenómenos tal y como suceden en la realidad, para este trabajo se recurrió a la encuesta, que se aplicará tanto a habitantes como turistas que visitan el cantón y además se realizará una entrevista dirigida al técnico de turismo de Montúfar.

2.4.1.1. ENCUESTA

LEIVA. Z. Francisco, (2006). Expresa: “La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito, ese listado se denomina cuestionario”.

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas. Para ello, se utilizó un listado de preguntas escritas que se entregaron a las personas involucradas, para que las contesten por escrito, para luego hacer un análisis de los datos obtenidos y así tener una idea clara acerca del tema a investigarse.

2.4.1.2. ENTREVISTA

LEIVA. Z. Francisco, (2006). Define: “Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación”.

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas. Se realizó con el fin de obtener información por parte de una persona entendida en la materia de la investigación, para lo cual se formuló un listado de preguntas relacionadas al turismo ecológico en el cantón para así tener una idea clara acerca de cómo se encuentra actualmente el turismo ecológico y cuáles son sus problemas.

2.4.2. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

Las fuentes secundarias se refieren a información obtenida de datos generados con anterioridad, es decir, no se llega directamente a los hechos, sino que se les estudia a través de lo que otros han escrito, para el trabajo se realizó las investigaciones tanto en libros, como en internet.

2.4.2.1. INTERNET

DEL CID. Alma, MÉNDEZ. Rosemary, SANDOVAL. Franco, (2006). Dicen: “Es un recurso muy valioso, pues mediante una búsqueda completa se puede obtener resultados de diversas investigaciones relacionadas con el tema”

La información que se obtuvo de las fuentes de información secundaria, es decir de libros e internet fue de gran importancia para la elaboración de las bases teóricas de la investigación. En el cual se buscó los temas relacionados al turismo para así elaborar el marco teórico.

2.5. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Las diferentes técnicas de recopilación de datos se basan en la utilización del cuestionario como instrumento para su aplicación.

2.5.1. CUESTIONARIO

GUTIERREZ. M. Abraham. Manifiesta: “El cuestionario es un instrumento que sirve para recoger los datos que nos proporcionan los encuestados a través de un conjunto de preguntas o cuestiones que constituyen el tema de la encuesta”.

El cuestionario sirvió de instrumento primordial para la recopilación de la información que se realizó tanto a los habitantes del cantón Montúfar como a los turistas que lo visitan, así como también para la entrevista que se realizó al Departamento de Educación, Cultura, Deportes y turismo del cantón.

2.6. ANÁLISIS DE LA VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Para la recopilación de datos se aplicó el cuestionario el cual es un instrumento rigurosamente estandarizado, mismo que nos permitió estudiar el hecho propuesto en la investigación, el instrumento utilizado cumplió con las exigencias de validez y confiabilidad.

2.6.1. VALIDEZ

Las preguntas del cuestionario se estructuraron en base a los objetivos de la investigación, además se sometió al juicio del asesor, al momento de realizar las encuestas se reunió suficiente información sin distorsión de los hechos, ya que es el objetivo de la investigación.

2.6.2. CONFIABILIDAD

Las encuestas antes de ser aplicadas a la muestra total se sometieron a una prueba piloto, lo cual permitió detectar errores previos a la aplicación total.

2.7. PROCESAMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento de recolección, análisis e interpretación de los datos se utilizarán los siguientes métodos estadísticos:

2.7.1 APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

La recopilación de la información se realizó mediante técnicas de primera mano, es decir que para obtener la información se aplicó las encuestas a los habitantes del cantón y los turistas de acuerdo a la muestra obtenida.

2.7.2 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

En ésta etapa se hizo limpieza de datos, calificación cuantitativa, cualitativa, para posteriormente tabular los datos.

2.7.3 ELABORACIÓN DE TABLAS Y CUADROS ESTADÍSTICOS

La información se la presentó en cuadros y gráficos estadísticos. El análisis de la información se realizó centrado en la unidad estadística de manera cualitativa basada en la información cuantitativa de los cuadros

CAPÍTULO III

3. DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNOSTICO

3.1. ANTECEDENTES

En el presente diagnóstico se investigó el turismo ecológico en el Cantón Montúfar y su incidencia en el desarrollo local, puesto que en la actualidad la práctica de esta importante actividad permite involucrarnos en el campo Turístico, por medio de la cual se conocerá sus orígenes y trascendencias, las características y causas de su aparición y evolución, sus modalidades, tomando en cuenta los aspectos sociales, culturales, económicos y políticos, identificando al turismo como una industria generadora de divisas, en donde se debe aprovechar al máximo los recursos que posee.

Al igual que otros cantones de la Provincia del Carchi, Montúfar ofrece a propios y extraños maravillas turísticas para ser apreciadas. El misterio y encanto de estos sitios han hecho una leyenda viva en donde el visitante puede disfrutar de un fascinante lugar.

La población sujeto de estudio está conformada por los Directivos del Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar a los cuales se les realizó una entrevista para obtener los datos necesarios para la investigación, así como también una encuesta dirigida

a los turistas y habitantes del Cantón, puesto que ellos son los involucrados de manera directa con el desarrollo de la investigación.

El presente diagnóstico se realizó en el Cantón Montúfar de la Provincia del Carchi con la finalidad de analizar el turismo ecológico en dicho Cantón.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional del manejo actual del Turismo Ecológico en el Cantón Montúfar por medio de la aplicación de encuestas y entrevista.

3.2.2. ESPECIFICOS

- Analizar cómo se encuentra organizado el Turismo Ecológico en el Cantón Montúfar.
- Investigar la promoción de los lugares turísticos existentes.
- Conocer la infraestructura turística con que cuenta el Cantón.
- Examinar las políticas locales en cuanto a Turismo Ecológico se refiere.

3.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES

3.3.1. Turismo

3.3.1.1. Organización

3.3.1.2. Demanda Turística

3.3.1.3. Oferta Turística

3.3.1.4. Costos

3.3.2. Promoción

3.3.2.1. Paquetes Turísticos

3.3.2.2. Publicidad

3.3.3. Infraestructura

3.3.3.1. Vías de acceso a los lugares turísticos

3.3.3.2. Edificación

3.3.3.3. Servicios Básicos

3.3.3.4. Ubicación

3.3.3.5. Seguridad

3.3.4. Políticas Locales

3.3.5. Reglamentos

3.3.6. Presupuesto

3.3.7. Ordenanzas Municipales

3.3.8. Requisitos

3.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO N: 1
MATRIZ DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA
Analizar cómo se encuentra organizado el Turismo Ecológico en el Cantón Montúfar.	Turismo	Demanda Turística Oferta Turística Costos	Primaria y Secundaria	Encuesta y Entrevista
Investigar la promoción de los lugares turísticos existentes.	Promoción	Paquetes Turísticos Publicidad	Primaria y Secundaria	Encuesta y Entrevista
Conocer la infraestructura turística con que cuenta el Cantón.	Infraestructura	Vías de acceso a los lugares turísticos Edificación Servicios Básicos Ubicación Seguridad	Primaria y Secundaria	Encuesta y Entrevista

Examinar las políticas locales en cuanto a Turismo Ecológico se refiere.	Políticas Locales	Reglamentos Presupuesto Ordenanzas Municipales Requisitos	Primaria y Secundaria	Encuesta y Entrevista
---	-------------------	--	-----------------------	-----------------------

Elaborado por: La Autora

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población sujeto de estudio está conformada por los Directivos del Departamento de Educación, Cultura, Deportes, y Turismo del Cantón Montúfar, así como también habitantes y turistas, puesto que ellos son los involucrados de manera directa con el desarrollo de la investigación.

3.5.1. UNIVERSO 1: DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES Y TURISMO DEL CANTÓN MONTÚFAR

El Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar está conformado por un Gestor de Turismo el cual es el encargado de buscar el desarrollo del sector, en donde se aplicó una entrevista para recolectar los datos necesarios para la investigación.

3.5.2. UNIVERSO 2: HABITANTES DEL CANTÓN MONTÚFAR Y TURISTAS TANTO LOCALES COMO EXTRANJEROS

Para identificar la población se realizó una investigación para así conseguir la información necesaria.

CUADRO N: 2
HABITANTES DEL CANTÓN MONTÚFAR

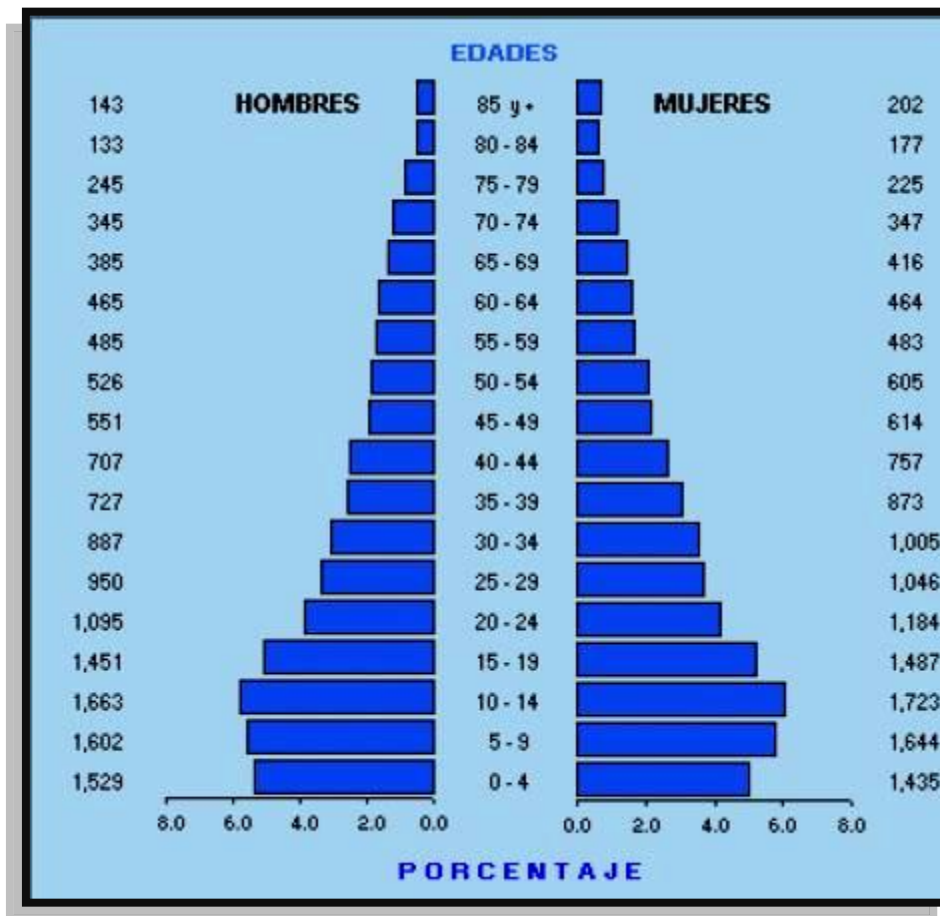
PARROQUIAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
SAN GABRIEL (URBANO)	5.965	6.610	12.575
ÁREA RURAL	7.924	8.077	16.001
PERIFERIA	3.288	3.367	6.655
CRISTÓBAL COLÓN	1.447	1.485	2.932
CHITÁN DE NAVARRETE	330	342	672
FERNANDEZ SALVADOR	727	666	1.393
LA PAZ	1.520	1.681	3.201
PIARTAL	612	536	1.148
TOTAL	13.889	14.687	28.576

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Una vez realizada la investigación tomando en cuenta el VI Censo de Población y V de Vivienda año 2001, se pudo conocer que el número de habitantes del Cantón Montúfar es de 28.576, de ésta población se realizó un muestreo.

**GRÁFICO N: 1
PIRÁMIDE DE POBLACIÓN POR EDADES**



Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

3.5.3. CÁLCULO DE LA MUESTRA DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN MONTÚFAR

Para realizar el muestreo de la población se tomó en cuenta a los habitantes del Cantón Montúfar de 15 a 59 años que conforman un total de 15.433 habitantes.

Determinación de la muestra:

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

EN DONDE:

n: Tamaño de la muestra

N: Número total de elementos que conforman la población

Z: Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada, considerando un 95% de confiabilidad para la muestra seleccionada, entonces el valor a asumir es igual a 1.96.

E: error asumido en el cálculo. Toda expresión que se calcula contiene un error de cálculo debido a las aproximaciones decimales que surgen en la división de decimales, error en la selección de la muestra, entre otras, por lo que este error se puede asumir entre un 1 hasta un 10%, es decir que se asume en valores de probabilidad correspondiente entre un 0.01 hasta un 0.1. es así que según la tabla de referencia para $N > 10$ se asume $E = 0.05$ (un error del 5%).

d: Varianza, población respecto a las principales características que se va a representar, es un valor constante que equivale a 0.25

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

$$n = \frac{15.433 * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(15.433 - 1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{14.821,8532}{39,5404}$$

$$n = 374.85$$

$$n = 375$$

Total Encuestas 375

3.5.4. CÁLCULO DE LA MUESTRA DE LOS TURISTAS LOCALES Y EXTRANJEROS

En la entrevista realizada al Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar el técnico de turismo manifestó que el número aproximado de turistas anuales tanto nacionales como extranjeros es de 1.200, para lo cual se realizó un muestreo.

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

$$n = \frac{1.200 * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(1.200 - 1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{1.152,48}{3,9579}$$

$$n = 291,18$$

$$n = 291$$

Total Encuestas 291

En la entrevista realizada se pudo conocer que el número de turistas locales y extranjeros que visitan el Cantón Montúfar es de 1200 aproximadamente es decir 100 turistas por mes, por lo que el número de encuestas es mucho mayor en relación a los visitantes mensuales, para esto se realizó un muestreo sumando el número de habitantes y turistas, así:

Población Montúfar + Turistas Locales y Extranjeros

$$15.433 + 1.200$$

$$\mathbf{16.633}$$

Con esta nueva población se procedió a sacar una muestra:

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

$$n = \frac{16.633 * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(16.633 - 1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{15.974.3332}{42.5404}$$

$$n = 375,51$$

$$n = 376$$

Total Encuestas 376

En donde:

16.633 100%

1200 **X**

$$X = 1.200 \times 100 / 16.633$$

X = 7.21 %

Es decir el 7,21% de la población total pertenece a turistas lo cual corresponde a 27 encuestas y el 92,79 pertenece a los habitantes lo cual es equivalente a 349 encuestas.

TOTAL ENCUESTAS POBLACIÓN: 349

TOTAL ENCUESTAS A TURISTAS: 27

3.6. DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó una entrevista dirigida al Gestor Turístico del Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del cantón Montúfar, la cual consta de quince preguntas, las cuales servirán de gran ayuda para conocer los aspectos importantes acerca del Turismo en Montúfar. **Anexo A.**

De la misma manera para recolectar información se realizó una encuesta dirigida a los habitantes del cantón Montúfar en la cual se plantean veinte preguntas las cuales ayudarán a determinar si la población montufareña conoce acerca del Turismo Ecológico existente en el Cantón, su evolución, desarrollo, etc. **Anexo B.**

Además se aplicó una encuesta a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el Cantón la cual está conformada por catorce preguntas. **Anexo C.**

3.7. ANÁLISIS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS DATOS

Para la recopilación de datos se aplicó el cuestionario el cual es un instrumento rigurosamente estandarizado, mismo que nos permitió

estudiar el hecho propuesto en la investigación. El instrumento utilizado cumplió con las exigencias de validez y confiabilidad.

- **La validez.**- las preguntas del cuestionario se estructuraron en base a las matrices de operacionalización, que responden a los objetivos de la investigación, además se sometió al juicio del asesor. Igualmente al momento de realizar las encuestas se reunió suficiente y satisfactoriamente información que es objeto de la investigación sin distorsión de los hechos.
- **La confiabilidad.**- la encuesta antes de ser aplicada a la muestra total se sometió a tres pruebas piloto, lo cual permitió detectar errores previos a la aplicación. El instrumento tuvo la capacidad de obtener iguales o similares resultados aplicando las mismas preguntas

3.8. DIAGNÓSTICO DE LA POBLACIÓN

3.8.1. INTRODUCCIÓN

3.8.2. UBICACIÓN Y SUPERFICIE

El proyecto de investigación está ubicado en Ecuador, provincia Carchi, cantón Montúfar, en donde se investigó los distintos lugares turísticos existentes en el Cantón y cómo influyen en el desarrollo del mismo.

3.8.3. LA PROVINCIA DEL CARCHI

Tulcán, Centinela del norte”, es la ciudad más alta del país (3.001 m s.n.m.). Su nombre primitivo fue Hul-Can que significa “guerrero, bravo y valiente”, fue el antiguo asentamiento de los Quillacingas (oro en la nariz). Distancia: Tulcán se encuentra a 240 km desde Quito. Tiene una extensión de 3.749 Km² y cuenta con una población de 156.747

habitantes. El 9 de abril de 1851 se crea Tulcán (Carchi actualmente) como cantón de la provincia de Imbabura, como las parroquias de Tulcán, Huaca, Tusa, Puntal y el Ángel.

Mediante decreto legislativo el 17 de abril de 1884, en la administración de José María Plácido Caamaño, se cambia de nombre de Veintemilla por el de Carchi, como habría sido propuesto en su inicio, tomando éste por el río que limita con Colombia. Comprendía las parroquias de Tulcán, San Francisco, Huaca, Tusa (San Gabriel), Puntal (Bolívar), El Ángel, San Isidro, Mira, San Pedro de Piquer (nombre anterior de la parroquia San Francisco de Pusir) y la Concepción.

Sus límites son: al Norte con Colombia, al Sur con Imbabura, al Este: Sucumbíos y Oeste Esmeraldas. Su clima es de tipo frío paramal en las alturas, húmedo y semihúmedo en las mesetas, y mesotérmico en los valles. Su sistema orográfico es sinuoso y muy accidentado, destacándose en él las estribaciones de Chiltazón y Ostional, al occidente de la provincia así como los páramos de El Ángel, localizados al interior. Sus elevaciones más importantes son: Chiles (4723m) Mirador (4.082m) y Cerro Negro (4565 m.). Los ríos más importantes son: Carchi, Bogo, San Juan o Mayasquer y Chota que posteriormente, aguas abajo, se denomina Mira. Sus Cantones son: Tulcán, Bolívar, Espejo, Mira, Montufar, San Pedro de Huaca.

3.8.4. EL CANTÓN MONTÚFAR

IMAGEN N: 1

MAPA DEL CANTÓN MONTÚFAR



Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

IMAGEN N: 2

ESCUDO DEL CANTÓN MONTÚFAR



Fuente: Municipio Montúfar

3.8.5. MONTÚFAR "CIUDAD DE LA ETERNA PRIMAVERA"

Al igual que otros cantones de la Provincia del Carchi, Montúfar ofrece a propios y extraños maravillas turísticas para ser apreciadas. Su capital San Gabriel, fue declarada por la UNESCO el 11 de Noviembre de 1992 como Patrimonio Nacional gracias a la fachada colonial de sus construcciones.

Conocido como la ciudad de las siete colinas antiguo asentamiento del pueblo Tusa, cuna de lo que fue la importante Cultura Cuasmal. El cantón toma el nombre de Montúfar, en honor al Coronel Carlos Montúfar, Prócer de la Independencia.

Cuna de grandes personajes que se han destacado a nivel nacional e internacional dejando en alto el nombre de esta generosa tierra en las áreas de investigación, deporte, educación, artesanías, artes plásticas y poesía.

3.8.5.1. CARACTERÍSTICAS DE MONTÚFAR

Ubicación: Se encuentra al norte del Ecuador y al centro de la provincia del Carchi

Limites:

Norte: Tulcán y Huaca

Este: Provincia de Sucumbíos

Sur y Oeste: Bolívar y Espejo.

Zonas de vida: Páramo Pluvial Sub Andino; Bosque Pluvial Montano; Bosque Húmedo Montano Bajo; Bosque Seco Montano Bajo.

Hidrografía: Se encuentra atravesado por los ríos: El Minas, Cuasmal, Quetí, Apaquí y San Gabriel.

Altitud: Desde 2200 m.s.n.m. hasta 3800 m-s.n.m.

Clima: Templado a frío.

Temperatura: Media Multianual: de 12.5°C

Precipitaciones: Bimodal

Mínimos: Agosto de 36 mm y Enero con 72 mm

Máximos: Abril 113 mm y en Noviembre con 109 mm

División Política:

Parroquias Rurales:

- ✓ **Chitan de Navarrete.-** Fue creada como parroquia un 19 de Julio 1963 su nombre que significa cumbre y otros le ponen como rodeada de quebradas.
- ✓ **Fernández Salvador.-** Se organiza el pueblo para crear la parroquia el 26 de Noviembre de 1955.
- ✓ **Cristóbal Colón.-** El 06 de Mayo de 1931 se crea la parroquia antes se llamaba eclesiásticamente San Miguel de Caico
- ✓ **La Paz.-** Erguida a parroquia el 28 de Octubre de 1819
- ✓ **Piartal.-** El 28 de Abril de 1989 se eleva a parroquia
- ✓ **Parroquias Urbanas:** González Suárez y San José.

3.8.6. SAN GABRIEL

Conocido también como las ciudad de las siete colinas antiguo asentamiento del pueblo tusa, cuna de lo que fuera la importante Cultura Cuasmal con el progreso de la ciudad de San Gabriel, la sociedad patriótica realizó gestiones para conseguir la declaratoria de cabecera

cantonal, logro que se plasmó el 27 de septiembre de 1905, con las parroquias de La Paz, Puntal, San Isidro, Mora y San Pedro de Piquer. El nuevo cantón toma el nombre del coronel Carlos Montúfar.

En 1947, el señor Moisés Erazo Calderón, propone el proyecto de creación de los símbolos cantónales, el Escudo y los colores de la Bandera.

La Bandera, de color verde, que significa el color de la eterna primavera y el color rojo, segunda franja que interpreta la fe ardiente y el patriotismo sincero que los montufareños saben poner a sus ideales y a su accionar mingüero. El Escudo de tipo español, logra plasmar el rico legado cultural de sus ancestros.

El Himno del Cantón Montúfar, fue escrito por Pablo Aníbal Vela en 1949. Sin embargo, recién en Abril de 1955, el Concejo Municipal, lo declara oficialmente como Himno al Cantón. El pueblo, ostenta con orgullo, el Procerato al Trabajo, como un testimonio imperecedero del coraje, valor y querencia a su tierra, epopeyas como la construcción de la vieja carretera oriental, marcaron definitivamente con letras de oro la gesta mingüera.

En la ciudad se desarrollan ferias importantes como de la papa, ganado vacuno y la actividad comercial, está cobrando un impulso importante, unido al gran potencial turístico, al ser Patrimonio Cultural de nuestro país. Los sangabrieleños, son orgullosos de sus raíces, de lo que son como pueblo trabajador, pues este valor cultural seguirá proyectando al futuro como un pueblo unido, orgulloso de su cultura, al constituirse ésta, en un factor dinámico del desarrollo humano de Montúfar.

Cuna de grandes personajes que se han destacado a nivel nacional e internacional dejando en alto el nombre de esta generosa tierra en las

áreas de investigación, deporte, educación, artesanías las artes plásticas, poesía.

3.8.7. TEATRO MUNICIPAL

Una monumental sala que da acogida a las diferentes exposiciones de arte, cultura, danza, música y eventos sociales en el cual nos invitan a exhibir un mural al ingreso y con una técnica de Acrílico y tendencia abstracta; y el otro de mayor envergadura ocupando la parte interna del escenario con una técnica al óleo y estilo realista observamos La Identidad Montufareña; los que están plasmados y diseñados por destacados artistas montufareños.

**IMAGEN N: 3
TEATRO MUNICIPAL**



**IMAGEN N: 4
PINTURATEATRO MUNICIPAL**



3.8.8. PRINCIPALES ELEMENTOS DE SU CULTURA

Por ancestro cultural la concepción de vida, el ciudadano montufareño, se constituye en un ser humano con una gama de atributos; tradicionalmente mingüero, solidario, creativo, armónico, transparente, democrático, libre, productivo, eficiente.

3.8.9. COSTUMBRES Y TRADICIONES

Costumbres religiosas: Desde tiempos de la colonia, como resultado del proceso de conquista la evangelización cumplió un importante papel en la dominación y sometimiento de los pueblos, sin embargo la mayoría de ritos impuestos para manipular la conciencia social de los individuos de nuestra sociedad los que fueron asimilados y transmutados con los paganos ritos de nuestros antepasados citamos los siguientes; El pase del Niño, Domingo de Ramos, Miércoles de Ceniza , Las fiestas de: San Pedro, Virgen de las Nieves , San José,

La Feria del Sábado: Es un sitio de encuentro para los comuneros, y el pueblo en general que se congregan para adquirir las provisiones de primera necesidad del hogar.

Comidas y Bebidas Típicas:

Papas con cuero.- Delicioso plato preparado a base de cuero de chanco, papas enteras todo esto preparado en una exquisita salsa de maní

Cuy Asado.- El succulento y tradicional cuy criollo asado en la brasa de carbón que es acompañado de papas de la zona, canguil, lechuga, tomate riñón y de las vísceras del mismo una sabrosa zarza.

Hornado.- Chanco horneado en los antiguos hornos de leña; este plato está conformado por papas mote lechuga, tomate riñón

Tortillas de papa con Fritada.- Es un plato tradicional compuesto de tortillas de papa, mote, carne de chanco, lechuga.

El queso amasado.- Es tradicional y autentico de nuestra zona preparado a base de leche entera de ganado vacuno y sal.

Chicha.- Es un compuesto fermentado en ollas de barro a base de arroz, piña, caña de azúcar.

Los Hervidos.- Son preparados con jugo de limón; guayusa azúcar y el tradicional aguardiente (puntas) que son consumidos en las diferentes festividades del cantón.

3.8.10. LA PRODUCCIÓN EN MONTÚFAR

Montúfar es productor de papa, alverja, maíz, haba, melloco, ganado lechero y de carne. Actualmente se ha convertido en centro de mercadeo de estos productos, sumando en algunos de ellos el valor agregado, como la producción de derivados lácteos, tanto de microempresas artesanales como de empresas industriales. Todas ellas por iniciativas propias, sin recibir ningún programa de apoyo por la municipalidad.

3.8.11. NÚMERO DE HABITANTES DEL CANTÓN MONTÚFAR

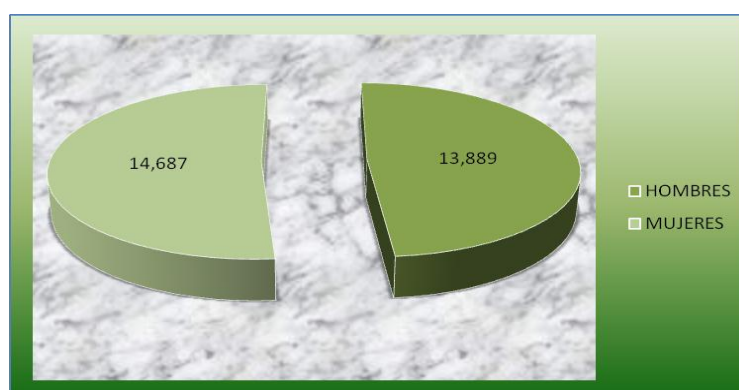
CUADRO N: 3
HABITANTES MONTÚFAR

ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	28.576	13.889	14.687
URBANA	12.575	5.965	6.610
RURAL	16.001	7.924	8.077

Fuente: SIISE 4.5
Elaborado por: La Autora

El cantón Montúfar cuenta con 28.576 habitantes lo que representa el 19% del total provincial y la densidad poblacional del cantón alcanza a 74 habitantes por Km². El porcentaje más alto del Cantón Montúfar reside en el área urbana (67%); esto es 19.230 habitantes. Mientras que el (32.70%) reside en la parte rural del mismo (SIISE 4.5). La parroquia de San Gabriel, La Paz y Cristóbal Colón son las que mayor concentración poblacional tienen. Por su parte, la parroquia Chitán de Navarrete es la más pequeña.

GRÁFICO N: 2
HABITANTES MONTÚFAR



Fuente: SIISE 4.5
Elaborado por: La Autora

De acuerdo a la composición poblacional por sexo determina una diferencia de 2.4 entre los dos sexos, siendo el género femenino el

predominante (51%) mientras que el masculino alcanza el (48.6%). (SIISE 4.5).

3.8.12. COMPOSICIÓN POR SEXO DE LAS PARROQUIAS DEL CANTÓN MONTÚFAR

**CUADRO N: 4
HABITANTES MONTÚFAR POR SEXO**

PARROQUIAS	HOMBRES	MUJERES
LA PAZ	47%	52.50%
SAN GABRIEL	48%	51.80%
FERNÁNDEZ SALVADOR	52.10%	47.80%
CHITÁN DE NAVARRETE	49%	50.80%
CRISTÓBAL COLÓN	49.30%	49.30%
PIARTAL	53.30%	53.30%

Fuente: SIISE 4.5

Elaborado por: La Autora

En las parroquias del cantón Montúfar estas tendencias manifiestan que las áreas que atraen mayor número de mujeres son La Paz, Cristóbal Colón Chitán de Navarrete y San Gabriel, mientras tanto Fernández Salvador y Piartal prefieren el componente masculino. El que exista más hombres que mujeres se debe en gran medida al tipo de actividad económica de estas parroquias, hay que recordar la importancia de la venta de productos agropecuarios en estas áreas, situación que convoca mayoritariamente a hombres. Concluyendo, en el área rural del cantón los hombres alcanzan el 49.5% y las mujeres el 50.4%. Mientras que en las áreas urbanas del cantón, las mujeres consiguen el 52.5% y los hombres el 47%. (SIISE 4.5).

3.8.13. MIGRACIÓN: MOVILIDAD, PROCEDENCIA Y PERMANENCIA

En el cantón Montúfar el 3.4% de la población nació fuera de él y dentro de esta estimación la mayoría de habitantes proviene de Pichincha el 36.3%; de Imbabura el 21.5% y de Loja el 2% (INEC 2001).

Al cantón han arribado en los últimos 5 años personas de otros sitios de la provincia del Carchi, especialmente del cantón San Pedro de Huaca. Estas personas llegadas de otros sitios del Carchi han establecido su residencia especialmente en la Parroquia La Paz. Se ha comprobado la llegada – en los últimos cinco años – de migración colombiana, estas personas igualmente se han movilizado por la búsqueda de empleo y por la situación conflictiva que se vive en el vecino país. Los habitantes de las parroquias del cantón Montúfar que han salido del cantón; se han ido preferentemente hacia Quito, Ibarra, Tabacundo y Cayambe.

Contextualizando, muchas son las razones que impulsan a los habitantes del cantón a salir de su territorio, en cierta medida y como ocurrió a nivel nacional el proceso de dolarización afectó considerablemente la actividad comercial, agroindustrial, industrial, agropecuaria, y turística del área, así como la situación de inseguridad vivida con Colombia que ha provocado una sensación de alarma dentro de la población provincial por su situación de frontera, son entre otros factores lo que a contribuido a este tipo de desplazamiento interno. Pero también la mayor parte de la población de las parroquias del cantón Montúfar se ha ido hacia España y Estados Unidos principalmente.

3.8.14. ESTRUCTURA DEL EMPLEO

Sin duda el cantón Montúfar el mecanismo principal de inserción económica con el resto de la provincia y del país es la producción y comercialización de productos agropecuarios.

Las actividades como el comercio, la hotelería, los restaurantes y los servicios personales y sociales normalmente se concentran en las áreas urbanas del cantón, esto es en San Gabriel, San José y Gonzales Suárez. Entre tanto las actividades agropecuarias y comerciales realizadas con éstas se dinamizan en las parroquias rurales y áreas urbano-marginales del cantón Montúfar.

3.8.15. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD

CUADRO N: 5
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMA DE ACTIVIDAD	% DE HABITANTES
AGRICULTURA Y GANADERÍA	51%
SERVICIOS PERSONALES Y SOCIALES	14%
NO ESPECIFICADAS	8%
COMERCIO HOTELES Y RESTAURANTES	11%
MANUFACTURA	7%

Fuente: SIISE 4.5

Elaborado por: La Autora

En correspondencia con la principal actividad económica que se genera en Montúfar es la agricultura y la ganadería, los tipos de empleo dependen en gran medida de los circuitos comerciales de la zona, de hecho la importancia de la categoría de cuentapropista en el cantón da cuenta del empleo de una persona o su familia sin remuneración estable.

3.8.16. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

El 73.5% de la población de Montúfar compone la PET (Población Económica Total); de este porcentaje el 49% pertenece a la PEA (Población Económicamente Activa) y el 51% a la PEI (Población Económicamente Inactiva).

En sociedades con pirámides poblacionales expansivas es común encontrar a un gran porcentaje de la población dentro de la PET. Como se aprecia en los datos anteriores la Población económicamente inactiva (PEI) supera el porcentaje de la (PEA) con 2 puntos en el cantón Montúfar. (SIISE 4.5).

3.8.16.1. PEA Y PEI EN EL CANTÓN MONTÚFAR POR SEXO

CUADRO N: 6
PEA Y PEI POR SEXO

SEXO	PEA	PEI
HOMBRES	75.50%	25%
MUJERES	24%	75%

Fuente: SIISE 4.5
Elaborado por: La Autora

Las mujeres que logran insertarse laboralmente en el cantón lo hacen a través de actividades como la manufactura, la venta al por menor de productos agropecuarios y servicios sociales o personales.

En las parroquias urbanas del cantón Montúfar, la participación activa en el campo laboral de la mujer es mayor si lo comparamos con las parroquias rurales, donde la asignación de roles juega un papel determinante. Por las características descritas acerca de la estructura económica local, las condiciones de empleo existentes en la zona presentan índices medios de desempleo. Esto se debe a que la capacidad de absorción de fuerza de trabajo que las UPAs requieren en sus

procesos de producción económica por medio de la dinámica de autoconsumo y comercialización es relativamente suficiente.

De ahí que en el cantón Montúfar la tasa bruta de participación laboral (TBPL) alcanza el 36.2% y la tasa global de participación laboral (TGPL) el 49.3%. (SIISE 4.5)

3.8.17. VIVIENDA

La tenencia de la vivienda suele ser deficitaria en las áreas urbanas, mientras que en las áreas rurales existe un mayor número de viviendas propias. En el cantón Montúfar las personas que residen en viviendas propias alcanzan el 66.7% del total poblacional. (SIISE 4.5)

CUADRO N: 7
VIVIENDA

PARROQUIAS	PORCENTAJES
LA PAZ	72%
SAN GABRIEL	65%
FERNÁNDEZ SALVADOR	73%
CHITÁN DE NAVARRETE	65%
CRISTÓBAL COLÓN	68.80%
PIARTAL	74%

Fuente: SIISE 4.5
Elaborado por: La Autora

Como se observa en el gráfico un importante porcentaje de la población de las parroquias Piartal y Fernández Salvador reside en vivienda propia. Por su parte en San Gabriel y Chitán de Navarrete las condiciones para obtener vivienda propia se reducen, esto comprueba la hipótesis anterior que hay mayores dificultades de adquirir vivienda propia en áreas urbanas

y en centros poblados donde las posibilidades de vivienda propia se reducen por la falta de empleo. La mayoría de habitantes del cantón Montúfar vive en condiciones aceptables de vivienda. Según el V censo de vivienda del 2001.

3.8.18. CARACTERÍSTICAS DE VIVIENDA EN LAS PARROQUIAS DEL CANTÓN MONTÚFAR

**CUADRO N: 8
TIPOS DE VIVIENDAS**

Cantón/ Parroquia	Casas, Villas o Departame ntos	Piso entablado, baldosa o cemento	Cuarto independiente de cocina	Hacinamiento	Ocupantes por dormitorio
Montúfar	83.3%	68.9%	90.6%	33.2%	3.0%
San Gabriel	82.9%	72.2%	91.2%	30.5%	2.9%
Cristóbal Colón	82.1%	59%	92.6%	38.5%	3.2%
Fernández Salvador	90.1%	71.3%	90.5%	35.7%	3.0%
La Paz	86.4%	57.5%	84.2%	40.1%	3.3%
Chitán de Navarrete	77.6%	77.6%	86.9%	37.5%	3.2%
Piartal	81.4%	62%	95.8%	41.3%	3.5%

Fuente: SIISE 4.5
Elaborado por: La Autora

El análisis de la vivienda en el cantón Montúfar y en algunas de sus parroquias demuestra que en un importante porcentaje de las viviendas no cuentan con piso de entablado, baldosa o cemento, esta situación perjudica el aseo de los hogares con las correspondientes afectaciones a la salud de los miembros de las familias. Por otra parte, la independencia

del cuarto de cocina en el cantón tiene índices aceptables, esto facilita el mantenimiento y la elaboración de los alimentos en un espacio adecuado dentro de las viviendas. Los materiales predominantes de construcción de las viviendas de las parroquias del cantón Montúfar coinciden con paredes de ladrillo, bloque o adobe y techo de loza, teja y eternit.

3.8.19. EDUCACIÓN

**CUADRO N: 9
EDUCACIÓN**

CANTÓN MONTÚFAR	ANALFABETISMO		ESCOLARIDAD	
	1990/1995	2001	1990/1995	2001
San Gabriel	9.5%	6.5%	5.6%	6.6%
Cristóbal Colón	11.7%	8.9%	4.4%	4.9%
Fernández Salvador	11.5%	5.6%	4.0%	5.2%
La Paz	9.7%	4.9%	4.5%	5.6%
Chitán de Navarrete	12.5%	9.9%	4.1%	5.2%
Piartal	15.3%	6.7%	3.5%	3.9%

Fuente: SIISE 4.5

Elaborado por: La Autora

Acerca de los indicadores de escolaridad del sistema educativo no se dispone de datos desagregados a nivel parroquial, ya que se trata de medidas construidas sobre agregados poblacionales grandes, sin embargo existen datos cantonales, de hecho el índice multivariado de educación (IME) permite tener una medida múltiple que expresa la calidad de la educación y los niveles de rendimiento de la población escolar combinando varios indicadores (analfabetismo, niveles de instrucción,

escolaridad, etc.). El (IME) del Cantón Montúfar se ubica en el 55.3% el mismo que está por debajo del índice nacional (62.1%). Por su parte, la tasa bruta de escolarización primaria en el cantón es de 120.3y la tasa neta en el 93.1. El diferencial entre las dos tasas es significativamente elevado, lo que representa altos niveles de repetición y deserción escolar (SIISE 4.5).

3.8.19.1. NIVELES DE INSTRUCCIÓN

En el cantón Montúfar el 57.10% de la población –mayor a 6 años- tiene como nivel máximo de instrucción la primaria completa, de su lado, el 13% cuenta con secundaria completa y el 10% con instrucción superior. (SIISE 4.5)

3.8.20. ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

En el cantón las actividades productivas predominantes son la ganadería y la agricultura, en su orden. Y los productos predominantes son la leche y la papa.

3.8.20.1. AGRICULTURA

El Carchi es una región con potencialidades agropecuarias en sus espacios rurales, una de las características es los distintos pisos climáticos con los que cuenta la provincia, esto facilita una producción agropecuaria rica y diversa en el área.

En los tubérculos más representativos de las tierras altas de la provincia está la papa, sin embargo se reconoce la importancia de cultivos como el choclo, el fréjol, el maíz duro y seco, la cebolla de bulbo, las hortalizas y otros cultivos anuales como la cebada, las habas, los mellocos, el trigo y la quinua que representan una superficie considerable del subsector. (INEC, MAG Y SICA, 2001)

✓ **PRODUCCIÓN AGRÍCOLA EN LAS PARROQUIAS DEL CANTÓN MONTÚFAR**

**CUADRO N: 10
PRODUCCIÓN AGRÍCOLA**

PARROQUIAS	PRODUCTOS	MEDIDA	PRECIOS	LUGARES DE COMERCIALIZACIÓN
San Gabriel	Papa	Quintal	\$8	San Gabriel Ibarra Quito Tulcán
Cristóbal Colón	Papa	Quintal	\$7	San Gabriel Ibarra Quito Tulcán
	Haba	Saco	\$6	San Gabriel Tulcán
Fernández Salvador	Papa	Quintal	\$4	San Gabriel Quito
	Haba	Saco	\$6	San Gabriel
	Meloco	Saco	\$10	San Gabriel
La Paz	Papa	Quintal	\$8	San Gabriel
	Cebolla Paiteña	Saco	\$5	Bolívar
	Arveja	Bulto	\$15	Bolívar
Chitán de Navarrete	Papa (Capiro 12)	Quintal	\$8	Tulcán San Gabriel Ibarra
	Choclo	Bulto	\$10	Tulcán San Gabriel Ibarra
	Mellocos	Bulto	\$9	Tulcán San Gabriel Ibarra
	Cebada	Quintal	-	Tulcán
	Cebolla Blanca	-	0.35ctvs	Tulcán San Gabriel Ibarra
Piartal	Papas	Quintal	\$4	San Gabriel
	Choclo	Bulto	\$12	San Gabriel
	Zanahoria	Bulto	\$4	San Gabriel

Fuente: SIISE 4.5

Elaborado por: La Autora

Los circuitos mercantiles en el área se han establecido a través de redes de comercialización donde el productor directo o los intermediarios establecen contactos con vendedores mayoristas y minoristas. En realidad los canales de comercialización en los últimos años han sido monopolizados por los intermediarios debido a la falta de movilización y contactos comerciales que tienen los campesinos-as del área. (SIISE-SIAGRO)

3.8.20.2. GANADERÍA

De acuerdo a las condiciones de uso del suelo de la provincia, la superficie destinada al mantenimiento de pastos cultivados, que constituyen el soporte de la producción de ganado vacuno, es de 40.296 ha, es decir, el 23% de la superficie disponible. La mayor parte de la producción corresponde a ganado vacuno de leche y, en menor medida, a la producción ganadera mixta.

En lo que respecta a la producción lechera, los datos comparativos dejan ver que entre 1974 y 2000 el aporte provincial al total nacional de producción lechera se mantiene en 5%.

En lo que tiene que ver con el cantón Montúfar, el 54.4% de la superficie disponible del total de las UPAs se destina a pastos cultivados y naturales (SIISE-SIAGRO). Esto significa que en el cantón la actividad productiva ganadera es significativa. Según los datos de campo, la mayor parte de esta actividad se dirige al igual que las referencias provinciales a la producción lechera.

CUADRO N: 11
GANDERÍA

PARROQUIA	PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO	MERCADO
SAN GABRIEL	Ganado de Leche	Litro	0.25 ctvs.	Industrias Lecheras de la Zona
CRISTÓBAL	Ganado de	Litro	0.25 ctvs.	Industrias

COLÓN	Leche			Lecheras de la Zona. En sitio
FERNÁNDEZ SALVADOR	Ganado de Leche	Litro	0.25 ctvs.	Intermediarios
	Vaca para carne	1 ejemplar	\$500	En sitio
	Cerdos	1 ejemplar	\$120	En sitio
	Cuyes	1 ejemplar	\$6	En sitio
LA PAZ	Ganado de Leche	Litro	0.20 ctvs.	Industrias Lecheras de la Región
	Toretas	1 ejemplar	\$600	En sitio
	Cerdos	1 ejemplar	\$80	En sitio
	Gallinas	1 ejemplar	\$7	En sitio
CHITÁN DE NAVARRETE	Ganado de Leche	Litro	0.25 ctvs.	Industrias Lecheras de la Región En sitio
PIARTAL	Ganado de Leche	Litro	0.23 ctvs.	Intermediarios
	Ganado de Carne	1 ejemplar	\$300	San Gabriel
	Cerdos	1 ejemplar	\$60	San Gabriel
	Pollos	1 ejemplar	\$8	San Gabriel
	Cuyes	1 ejemplar	\$7	San Gabriel

Fuente: SIISE 4.5

Elaborado por: La Autora

✓ IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA

En términos económicos la producción agropecuaria de las parroquias de Montúfar se constituye en la base estructural del sistema económico local, estas parroquias tienen importancia agropecuaria dentro del contexto provincial. Esto se expresa en la distribución de la PEA, donde la agricultura y la ganadería absorben gran parte del trabajo social de la zona. Por lo tanto, los flujos de intercambio sustentados en este tipo de producción definen los niveles de articulación de la población local a

procesos económicos subregionales, regionales y nacionales. A partir de esa base se configuran redes de comercialización que permiten culminar los ciclos de reproducción económica local. Las actividades productivas de tipo agropecuario permiten por otro lado la reproducción de las unidades domésticas del área en dos niveles.

Primero, hacen posible en cierta medida el autoconsumo a través de dos mecanismos básicos: la producción destinada para la auto-subsistencia y la utilización de gran parte de los cultivos destinados a la venta. Por otro, permiten la comercialización de los excedentes no consumidos bajo la forma de autoconsumo, lo que permite acceder a alimentos, bienes y servicios a través de intercambio mercantil.

El sistema de reproducción de las unidades domésticas se basa en la utilización del trabajo familiar principalmente y como formas complementarias de trabajo social necesario se utiliza el trabajo pagado (jornaleros). (SIISE-SIAGRO).

3.8.20.3. INDUSTRIAS

El desarrollo industrial de la provincia del Carchi es todavía primario; en la provincia existe por el momento unas doce empresas en las ramas de alimentos, bebidas y tabaco. Cabe mencionar que la rama agroindustrial es una de las más importantes, de hecho la Industria Lechera Carchi cuenta con una amplia red de distribución en el país. Los principales productos que elabora la agroindustria lechera carchense son: el yogurt, el queso fresco, el queso maduro y las cremas.

Según datos del Ilustre Municipio del cantón Montúfar, el sector secundario absorbe aproximadamente a 7.159 ocupados de los cuales el subsector de la industria manufactura representa el 57% el de la construcción alcanza el 38% y el 2% cada uno de los restantes. El valor agregado generado por el sector llega a 28.1 millones de dólares de los cuales el subsector construcción y el industrial – manufacturero aportan con más de la mitad.

Igualmente hay que reconocer la presencia -en los últimos años en el sector agroindustrial del Carchi- de las empresas florícolas quienes exportan sus productos a Europa y Estados Unidos, se registran una producción en la parroquia La Paz del cantón Montúfar. De todas las parroquias del cantón Montúfar se extrae la materia prima (leche) para realizar algunas actividades agroindustriales que procuran en cierta medida complementar los procesos productivos a nivel provincial. De manera específica se refiere a las empresas: “Lechera Carchi”, “El Kiosco”, “La Floral”, “Industrias Carmelitas”, “Rancheros del Norte”, “Industrias San Pedro”, “Lácteos Julio Andrade”, “Lácteos Carmita” e “Incaprosa”.

3.8.20.4. TURISMO Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

En las últimas décadas a nivel nacional, una de las actividades económicas de mayor crecimiento ha sido el turismo. El aumento significativo de la demanda en el turismo interno ha obligado al sector turístico ecuatoriano a afrontar cambios profundos, para poder ofertar un abanico más amplio de productos que satisfaga las necesidades más diversas y exigentes del mercado.

La actividad turística como complemento a la Planificación Territorial prioriza un análisis integral de las actividades susceptibles a desarrollar basándose en los recursos disponibles.

El turismo actualmente se presenta como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas, revalorizar los recursos autóctonos el cual integrado a las comunidades locales y una adecuada planificación impulsa el desarrollo sostenible de las mismas.

En el año 2000 el Ecuador obtuvo un ingreso por turismo internacional de 402 millones de dólares, el 2006 de 490 millones de dólares y el 2007 de

637 millones (OMT). Es preciso apuntar que durante el 2006 arribaron 840.555 turistas, el 2007 ingresaron 937.438 y al 31 de diciembre del 2008, se espera sobrepasar el millón de visitantes de continuar la tendencia, por lo que el incremento de turistas va de la mano con el incremento de divisas; en el primer trimestre del 2008 se registraron 166.2 millones de dólares lo que constituye un incremento del 22.02% con respecto a similar período en el 2007, cuando la actividad generó 136.2 millones de dólares.

3.8.20.4.1. TURISMO Y PRODUCCIÓN

El sector turístico ha ido ganando progresivamente peso en la economía. Dentro de esta tendencia creciente de la importancia de los servicios, el sector turístico se ha consolidado en las últimas décadas como una de las actividades estratégicas de la economía, con un elevado peso en el PIB y en el empleo y cuya importancia y carácter dinámico hacen que este sector pueda actuar como factor de arrastre del conjunto de la economía.

Dada la importancia de este sector y sus múltiples efectos sobre las distintas ramas económicas, es necesario analizar su importancia y peso dentro de la producción, así como las relaciones existentes entre este sector y las demás ramas de la economía.

La importancia del sector turístico dentro de la economía queda reflejada en el peso que tiene el empleo generado por esta actividad. Este empleo se caracteriza por su heterogeneidad y diversificación, características intrínsecas a la estructura productiva del sector. Además esta estructura determina que los puestos de trabajo sean generados tanto por las actividades que tienen relación directa con él (hotelería, transportes de viajeros, o actividades recreativas y culturales entre otras) como por otras

actividades que suministran los factores productivos necesarios para la producción de los servicios turísticos.

El turismo específico de la Provincia del Carchi se ve cada vez en aumento según informan las cifras emitidas por el Ministerio de Turismo las cuales pueden ser evidenciadas en la siguiente tabla:

✓ **ENTRADA DE EXTRANJEROS 2007**

CUADRO N: 12
ENTRADA DE EXTRANJEROS 2007

PROVINCIA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP
CARCHI	16.092	8.782	8.798	10.393	8.598	10.782	13.958	12.826	8.167

Fuente: SIISE 4.5

Elaborado por: La Autora

✓ **ENTRADA DE EXTRANJEROS 2008**

CUADRO N: 13
ENTRADA DE EXTRANJEROS 2008

PROVINCIA	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP
CARCHI	17.122	8.535	9.788	7.546	8.313	11.161	14.123	13.479	8.677

Fuente: SIISE 4.5

Elaborado por: La Autora

3.8.20.4.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

A nivel nacional.- La Balanza de pagos del Ecuador registra en la cuenta viajes y transporte de pasajeros \$487.7 millones de dólares durante el año 2005, lo que representa un aumento del 5% de ingresos con relación al

del 2004, lo cual ubica al turismo en el cuarto lugar de generación de divisas con 487.7 millones de dólares (Información Estadística Mensual del Banco Central del Ecuador).

A nivel provincial y local.- Según datos del Boletín Estadístico de Tráfico Aéreo generado por la Dirección General de Aviación Civil (Tráfico Doméstico Regular), se registraron 3.333 pasajeros transportados por la ruta principal Quito-Tulcán; y según encuestas de turismo realizadas por el Ministerio de Turismo, Tulcán reporta el 7.73% de sitios visitados en el Ecuador .

La mayor afluencia que recibe el cantón Montúfar es el bosque de los arrayanes que recibe 200 turistas en temporada alta, nacionales en su mayoría estudiantes, y extranjeros procedentes de Estados Unidos, Canadá y Alemania; así como la gruta de la Paz, que recibe a un gran número de turistas nacionales, y extranjeros en su mayoría de procedencia colombiana. No existe reportes específicos de estas entradas, sin embargo se conoce este dato aproximado por conversación con el señor Edison Jiménez Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Gobierno Municipal de Montúfar.

Las festividades celebradas por la cantonización y parroquialización en honor a las patronas de las diferentes parroquias así como festividades, son manifestaciones que reciben un gran número de turistas nacionales, en su mayoría, provenientes de los cantones vecinos que acuden a observar y celebrar los diferentes eventos culturales, religiosos, deportivos y científicos que organizan los gobiernos municipales en cada sector. No existe un registro del número de visitantes que llegan a los cantones con motivo de estas celebraciones.

3.8.20.4.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

A nivel nacional, los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo al año 2004, fue de 3.4% de crecimiento con relación al número contabilizado en el 2003.

El Ministerio de Turismo registra a nivel de provincia, la planta turística según capacidades del Carchi 2006, la cual cuenta con establecimientos de alojamiento, comidas y bebidas registrados como: 37 establecimientos para alojamiento (683 habitaciones, 1.548 plazas y 246 personal ocupado); y 73 establecimientos para comidas y bebidas (3.209 sillas y 346 personal ocupado). Agencias de viajes operativas en el Carchi: Internacionales 1, con 5 personal operativo (registros a Mayo 2007); y áreas de recreación, diversión y esparcimiento – otras actividades, 7 establecimientos – 98 mesas, 558 sillas y 35 personal operativo – (Catastros de servicio turístico 2006).

Según el Plan Estratégico de Turismo 2004, realizado por el Gobierno Provincial del Carchi, el Turismo es una de las actividades que genera mayor número de plazas de trabajo. Al momento no existen datos publicados, que registren el empleo generado por la actividad turística, a nivel provincial y local.

El cantón Montúfar cuenta con accesibilidad y facilidades básicas para el desarrollo turístico de la zona, algunos de sus atractivos turísticos cuentan con la necesaria infraestructura de servicios. Posee una oferta alimenticia y de alojamiento bastante sencilla, pero sin dejar de ser de calidad. En transportes existen tres cooperativas, la cual es suficiente para la demanda existente.

3.8.20.4.4. PLANTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR

Alojamiento:

**CUADRO N: 14
ALOJAMIENTO**

RESIDENCIALES	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
ACAPULCO	Montúfar y Montalvo	Cuarta Categoría
IDEAL	Montúfar y Sucre	Cuarta Categoría
MONTÚFAR	Colón y Bolívar	Cuarta Categoría
HOSTAL		
GABRIELITA	Los Andes y Mejía	Cuarta Categoría

Fuente: MUNICIPIO MONTÚFAR
Elaborado por: La Autora

Alimentación:

**CUADRO N: 15
ALIMENTACIÓN**

RESTAURANTES	DIRECCIÓN	CATEGORÍA
EL SABOR TRADICIONAL CEVICHERÍA	Calle Bolívar (parque central)	Cuarta Categoría
EL BACÁN DEL GUAYAS CEVICHERÍA	Calle Bolívar (parque central)	Cuarta Categoría
EL BUEN SABOR	Calle Bolívar (parque central)	Cuarta Categoría
EL PANAMERICANO	Panamericana Norte y Av. José Julián Andrade	Cuarta Categoría

CHIFA DONG FANG	Panamericana Norte	Cuarta Categoría
EL PIONERO	La Paz	Cuarta Categoría
ASADERO DE POLLO PIKO RIKO	Calle Bolívar (parque central)	Cuarta Categoría
ASADERO DE POLLO SU ECONOMÍA	Av. Colón y los Andes	Cuarta Categoría
ASADERO DE CUYES	La Delicia	Cuarta Categoría
GABY RESTAURANTE	Av. Olmedo y Montúfar	Cuarta Categoría
COMIDAS RÁPIDAS CROSTY	Bolívar y Colón	Cuarta Categoría

Fuente: MUNICIPIO MONTÚFAR
Elaborado por: La Autora

Transporte:

**CUADRO N: 16
TRANSPORTE**

Cooperativa de Transporte de Furgonetas Cristóbal Colón
Cooperativa de Transporte de Taxi 27 de Septiembre
Cooperativa de Transporte de Taxis Colón
Cooperativa Trans-ciudad, Velotaxi, Vencedores, Flota Imbabura, Panamericana, Turismo Ibarra, Expreso Tulcán, Gacela
Cooperativa de camionetas y furgonetas

Fuente: MUNICIPIO MONTÚFAR
Elaborado por: La Autora

3.8.20.4.5. LUGARES TURÍSTICOS EXISTENTES EN EL CANTÓN

✓ BOSQUE DE LOS ARRAYANES

Sitio favorito para los amantes del Ecoturismo, situado a 2.800 msnm, este bosque tiene una extensión de 16 hectáreas de árboles de arrayán de tronco rojizo y espeso follaje, en cuyas ramas crecen musgos, orquídeas de varias clases.

Quienes lo visitan quedan maravillados debido a que es uno de los pocos que existen en Latinoamérica, y es uno de los pulmones más importante de la provincia, localizado al Oeste de la ciudad de San Gabriel, en la comunidad de Monteverde.

Los árboles de arrayán alcanzan los 17 metros. Otros árboles apenas alcanzan 2 o 3 metros de altura debido a que el arrayán es una especie dominante e impide que otras especies crezcan.

En este bosque según evidencias halladas y varias leyendas transmitidas oralmente por los pobladores locales, los antiguos Tusas y Pastos realizaban en este sitio ceremonias rituales antes de enterrar a sus seres queridos. Seguramente no se trataba de depositar los cuerpos de sus familiares con un rito de despedida como se acostumbra en la actualidad, sino que probablemente sus rituales implicaban hacer que los muertos retornen pacíficamente al seno de la Madre Tierra y comprometerlos para que cuiden a los vivos.

Uno de los objetivos de los turistas es llegar al lugar conocido como la “Catedral” debido a que todos los árboles tienen sus copas formadas un círculo donde se puede respirar un ambiente de paz y tranquilidad sirviendo inclusive para exposiciones de arte, retiros espirituales, práctica de Yaga, etc. Belleza endémica que alberga a aves y otros animales típicos de la región.

IMAGEN N: 5
BOSQUE DE LOS ARRAYANES N°1



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

IMAGEN N: 6
BOSQUE DE LOS ARRAYANES N°2



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

✓ **CASCADA DE GUADIR**

En la parroquia de Chitan de Navarrete, y a 20 minutos de caminata de la cabecera parroquial, se halla una muralla de roca sólida que brinda un salto libre de 20m. De remanentes de agua donde nos encontramos con una gran biodiversidad de flora y fauna y espectaculares paisajes.

IMAGEN N: 7
CASCADA DE GUADIR



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET

Elaborado por: La Autora

✓ **CASCADA DE PALUZ**

Otro centro turístico natural, es la cascada, Ubicado a 4 Km. de la ciudad de San Gabriel. Tiene aproximadamente 35 mts. de caída de agua formada del río del mismo nombre.

El agua es turbia y contaminada debido a los sembríos que existen alrededor. La temperatura del agua es de 8°C.

La cascada está ubicada en una pendiente moderada a los dos lados, rodeada por vegetación herbácea, arbustiva, plantas leñosas y árboles. El tipo de clima es ecuatorial mesotérmico semihúmedo.

La cascada presenta una geomorfología de relieve escarpado en los cuales se encuentra suelos inceptisoles que son derivados de materiales piroclásticos, alofálicos y franco arenosos, tienen una gran capacidad de retención de agua y a la vez presentan un horizonte amarillo de gran espesor.

Por encontrarse en una hondonada, su entorno encierra un paisaje interesante y se lo aprecia desde la parte alta donde se inicia el sendero que conduce hasta la cascada.

La cascada forma un vado de 13m de ancho por 10m de largo. Ha servido de inspiración para poetas, pintores, músicos por su remanso y belleza

IMAGEN N: 8
CASCADA DE PALUZ N°1



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

IMAGEN N: 9
CASCADA DE PALUZ N°2



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

✓ GRUTA DE LA PAZ

Sin ninguna duda este maravilloso lugar, es uno de los sitios más representativos religiosos del Cantón Montúfar. La Gruta de la Paz es única, ubicada a 18 Km de San Gabriel y 2468 msnm.

Es una formación natural rocosa. Su interior está formado por estalactitas y estalagmitas. Por sus entrañas se abre paso el Río Apaquí. Debido a su formación, la gruta presenta constante filtración de agua posiblemente por influencia de pequeñas fuentes subterráneas, que se escurren a través de las estalactitas. Los suelos son mollisoles C4 que se encuentran en la parte baja de las vertientes de contacto hacia el callejón interandino, son poco profundos, erosionados sobre una capa dura cementada denominada Cangahua a menos de 1 mt. de profundidad.

La formación geológica de este lugar es del período cuaternario plioceno con piroclastos primarios compuestos por tefra, flujos piro clásticos igmimbritas y en los trabajados compuestos por Cangahua producto de las avalanchas de escombros, lahares y flujos de lava.

La imagen de la gruta fue tallada en la misma piedra del lugar en el año de 1911 por Daniel Reyes, mientras que la escultura de madera fue llevada de regreso desde la parroquia la templo antiguo en la parte alta de la gruta. Hoy este lugar es denominado Santuario Nacional Mariano.

Se ha convertido en el sitio más visitado por turistas nacionales y extranjeros. Se denomina así por la gruta donde está asentada Nuestra Señora de la Paz, ha sido formado por el caer de las aguas del río Apaquí, una cueva que tiene 150 m. de profundidad formada de estalactitas y estalagmitas de diferentes colores. Lugar de extrema belleza natural y refugio para los creyentes.

IMAGEN N: 10
GRUTA DE LA PAZ N°1



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

IMAGEN N: 11
GRUTA DE LA PAZ N°2



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

✓ **LAGUNA DEL SALADO**

Impresionante lugar localizado a 45 Km. De Tulcán y 4 Km. de San Gabriel. Este hermoso paraje tiene una extensión de 10 has., a una altura de 2760 msnm, ubicado muy cerca de otra belleza sin igual el Bosque de los Arrayanes.

Es un embalse lacustre en forma de "U". La construcción se efectuó hace setenta años. Sus aguas se originan en los páramos de la comunidad de Chutan Alto donde nace el río San Gabriel al cual se lo desvía en canal abierto para dar riego y acumularla en abrevaderos para las grandes superficies de pastizales de la zona, dedicados al manejo de ganadería.

Se encuentra cercada por colinas con cultivos y pastos; su topografía es irregular con ondulaciones y zonas planas donde se encuentran los cultivos. Existen especies de plantas introducidas como el eucalipto, pino y nativas como la chilca, totora de la cual las comunidades aledañas aprovechan para la elaboración de esteras, además esta especie se encuentra asociada al espejo de agua al igual que plantas acuáticas que han ganado gran espacio haciendo que el espejo de agua se reduzca. Esta laguna se encuentra en estado de eutrofización. Están rodeadas de árboles de pino, pasto, quicuyo y totora.

Sin duda alguna llama la atención a turistas nacionales e internacionales por su flora como sauces, totoras, pastos, orquídea, capulí, plantaciones exóticas de pinos y eucaliptos, así como la fauna propia de el lugar: colibríes, lechuzas, tórtolas, que contribuyen a hacerla aún más hermosa Sus aguas transparentes (10°C) la convierten en lugar propicio para encontrar tranquilidad y paz con un toque de romanticismo.

IMAGEN N: 12
LAGUNA DEL SALADO Nº1



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

IMAGEN N: 13
LAGUNA DEL SALADO Nº2



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

✓ **PILAR DE ATHAL**

En la comunidad de Athal se encuentra una formación rocosa de singular significado, a 16 Km. de la Ciudad de San Gabriel, objeto de estudio por parte del arqueólogo Alemán Máx Hule, quien sostiene que los signos realizados en la piedra refiere a un culto al rey sol por parte de las tribus antiguas, mientras que Peña Herrera y Costales creen más bien que son cultos al agua y a la fertilidad, su dimensión es rectangular con tres metros de altura.

IMAGEN N: 14
PILAR DE ATHAL



Fuente: IMÁGENES GOOGLE INTERNET
Elaborado por: La Autora

3.8.20.5. ANÁLISIS DEL TURISMO ECOLÓGICO EN EL CANTÓN MONTÚFAR Y CÓMO ÉSTE INCIDE EN SU DESARROLLO LOCAL

- **INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA, VIALIDAD DE LOS LUGARES TURÍSTICOS DE MONTÚFAR.**

**CUADRO N: 17
LAGUNA DEL SALADO**

INVERSIÓN	COSTO
ÓVALO DE DISTRIBUCIÓN DE AGUA PARA INGRESO	\$2.000
MURO AMPLIACIÓN ESPEJO DE AGUA	\$7.874
ALCANTARILLADO	\$42.199
BALSAS	\$520
MUELLE	\$18.000
ACUEDUCTO	\$39.000
VALLA PUBLICITARIA	\$4.000
AMPLIACIÓN ESPEJO DE AGUA (SEDIMENTO)	\$120.000
RESTAURANTE, BAÑOS, AGUA POTABLE, JUEGOS RECREATIVOS	\$85.000
TOTAL INVERSIÓN	\$318.593

Fuente: MUNICIPIO MONTÚFAR DPTO. TURISMO
Elaborado por: La Autora

En el lugar turístico de la Laguna del Salado se está realizando diferentes actividades para cumplir con los objetivos de un Proyecto en el cual se está rehabilitando el lugar para así tener un mayor número de visitantes, en el cual se mejorará la infraestructura con la construcción de un restaurante, la implementación de juegos recreativos, baños, agua potable, etc.

**CUADRO N: 18
CASCADA DE PALUZ**

INVERSIÓN	COSTO
REHABILITACIÓN PISCINA 1ERA ETAPA	\$1.997
ILUMINACIÓN	\$398
REHABILITACIÓN PISCINA 2DA ETAPA	\$3.197
OBRAS COMPLEMENTARIAS	\$2.612
TOTAL INVERSIÓN	\$8.204

Fuente: MUNICIPIO MONTÚFAR DPTO. TURISMO

Elaborado por: La Autora

En Paluz se realizará la rehabilitación de las piscinas de la primera y segunda etapa, así como también la iluminación del lugar para lograr una mayor acogida de turistas.

**CUADRO N: 18
BOSQUE DE LOS ARRAYANES**

INVERSIÓN	COSTO
BOHÍO	\$22.000
SENDERO AUTOGUIADO	\$4.500

PLAN DE MANEJO	\$10.000
REEMPEDRADO	\$34.000
TOTAL INVERSIÓN	\$70.500

Fuente: MUNICIPIO MONTÚFAR DPTO. TURISMO
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

No cabe ninguna duda de que la actividad turística presenta una serie de características que la hacen deseable en la lucha contra la pobreza. Si está bien planificada, tiene una gran capacidad de distribución del gasto, y así mismo la capacidad de generar rentabilidades inmediatas; no solamente por la propia actividad turística, sino también por la compra de bienes y servicios en el entorno, que es lo que se denomina efecto multiplicador.

El turismo ha evidenciado ser piedra angular para el crecimiento económico y social, sus aportes a la economía se evidencian a través del efecto multiplicador del mismo, a través de la creación de empleos, directos e indirectos, la generación de divisas e inversión extranjera directa, igualmente por sus eslabones con otros sectores de la economía, tales como construcción, agricultura, ganadería, industria, entre otros.

Para que la lucha contra la pobreza sea efectiva, es evidente que hay que buscar los yacimientos de empleo en aquellos subsectores turísticos que son más intensivos en mano de obra y que generan mano de obra más cualificada. Lo que puede provocar efectos en otros mercados colaterales y efectos externos, como es el caso del ecoturismo.

Es importante así mismo, que el turismo que se genere sea por su conceptualización y diseño un gran consumidor de productos locales y de

mano de obra local, y que exista un sistema que asegure que ello se hace así.

Una inversión turística en el cantón Montúfar trae consecuentemente beneficios económicos sociales y privados que no se localizan en mercados y precios establecidos, sino también en otras áreas referenciales. La difusión de la imagen del cantón, mejores condiciones sanitarias, enfermedades evitadas, mejoría de sistema de transporte para la comunidad, disminución de la tasa de migración, incremento de la rentas de los habitantes de la población y de zonas aledañas, y la diversificación de la actividad productiva en la comunidad.

En el sector turismo se debe no sólo consolidar la oferta turística existente sino que es preciso aumentarla, ofreciendo mejores servicios que permitan mayores ingresos para el cantón. Los servicios de transporte y telecomunicaciones, de comercio, de entretenimiento y alimentación deberán volverse más sofisticados para poder competir cabalmente. Si los servicios deben modernizarse, es necesario también pensar en un gobierno que de manera moderna atienda las necesidades de esta industria. Por ello es necesario que la política pública en materia turística establezca una muy estrecha vinculación y coordinación entre entidades y con los particulares para lograr resultados, esfuerzos de diferentes sectores de la economía y de diferentes instancias y niveles de gobierno se reúnen en torno a este sector.

Es necesario lograr que el desarrollo turístico sea un detonador del crecimiento aparejado de la mitigación de la pobreza. De acuerdo con lo anteriormente expuesto, es importante tener en cuenta que el turismo es un sector que puede potenciar el desarrollo de diferentes sectores mediante el fomento a pequeñas y medianas empresas de servicios. Mediante esta acción multiplicadora se debe procurar que los beneficios del turismo se extiendan en rutas cercanas a los grandes centros vacacionales, desarrollando las capacidades de las comunidades vecinas como prestadores de servicios turísticos.

Si se desarrolla efectivamente este sector también se alcanzará un óptimo desarrollo de los demás sectores de la economía. Ya que si existe una mayor visita de turistas al cantón se obtendrá un mayor consumo en los hoteles, restaurantes, en los medios de transporte; se necesitará mayor producción en la agricultura, la ganadería, la industria, para dotar de alimentos a los hoteles y restaurantes y por ende se crearán mayores fuentes de empleo ya que se necesitarán más trabajadores para de esta manera aumentar la producción.

De acuerdo a la investigación realizada podemos concluir que el turismo del cantón Montúfar no incide en el desarrollo local puesto que no se obtiene ingresos provenientes de esta actividad ya que en los lugares turísticos existentes en el cantón no existe hoteles o cabañas donde los visitantes puedan hospedarse, restaurantes, tiendas, juegos recreativos, no se cobra un ingreso por visitar los lugares; es decir el turismo en Montúfar no ha generado empleo en donde se mejore la calidad de vida de sus habitantes, es por esto que Montúfar se ha convertido en un lugar de paso en donde el visitante llega al destino aprecia la naturaleza y enseguida regresa a su ciudad de origen.

3.9. ANÁLISIS DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.9.1. ENTREVISTA REALIZADA AL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES Y TURISMO DEL CANTÓN MONTÚFAR

DATOS TÉCNICOS:

Nombre: **Edison Jiménez**

Cargo: **Gestor Turístico**

Instrucción: Primaria----- Secundaria----- **Superior X**

1. ¿Qué funciones principales cumple el Departamento?

El Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo es el encargado de elaborar proyectos, propuestas, para dinamizar la Economía local, en donde se busca alcanzar el equipamiento y la infraestructura necesaria a los distintos rincones turísticos existentes en el Cantón. Además se da la atención adecuada al público para promocionar y difundir los lugares naturales que el Cantón posee, mediante charlas dirigidas a grupos organizados.

La actividad Turística es considerada como nueva en la cual existen pocos participantes en el área, los cuales trabajan día a día para descubrir grupos interesados en esta actividad.

2. ¿El departamento cuenta con reglamentación interna?

Al momento el Departamento no cuenta con reglamentación interna.

3. ¿El departamento cuenta con una Misión y Visión?

No, por el momento no tiene una Misión y Visión puesto que en años anteriores el Departamento de Turismo pertenecía al Departamento de Ambiente, Producción y Turismo, pero en la actualidad hubo un cambio de dependencia es decir pertenece al Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo.

4. ¿Cree Ud. que Montúfar es considerado un Cantón Turístico?

Tristemente nuestro Cantón no es considerado como turístico puesto que es un lugar de paso a pesar de que Montúfar posee gran variedad de recursos naturales, los cuales no son correctamente aprovechados, pero se está trabajando arduamente para lograr el desarrollo de los distintos atractivos turísticos y así atraer al turista para que visite nuestro Cantón.

5. ¿Cuáles son los atractivos turísticos existentes en Montúfar?

Los atractivos turísticos existentes en el Cantón son:

- La Laguna del Salado
- El Bosque de los Arrayanes
- La Cascada de Paluz
- La Gruta de la Paz
- Cascada de Guadir
- Pilar de Athal

6. Aproximadamente, ¿cuántos turistas visitan el cantón al año?

Turistas nacionales: 800 aproximadamente

Turistas extranjeros: 400 aproximadamente

7. ¿Cómo se realiza actualmente la promoción y publicidad de los rincones turísticos de Montúfar?

En la actualidad se da a conocer la existencia de los lugares turísticos a través de la televisión, prensa escrita, postales, trípticos, videos de promoción, el internet, además mediante la organización de eventos, festivales carnavales en donde acude personas de otros lugares tanto nacionales como extranjeros dando a conocer nuestras costumbres, tradiciones etc.

8. ¿Cree Ud. que el turismo Ecológico en el Cantón es el eje fundamental para lograr el desarrollo económico deseado?

El turismo en la actualidad es muy importante en cuanto a desarrollo económico se refiere puesto que a través de sus atractivos turísticos se puede obtener ingresos mejorando así la calidad de vida de su población.

9. ¿Considera Ud. que a través del Turismo se pueden generar mayores fuentes de empleo?

Si, ya que mediante la organización de ferias, eventos turísticos se dinamiza la economía brindando así servicios de alimentación, alojamiento, diversión en la cual los principales beneficiados son sus habitantes puesto que aumentan sus ingresos a través de los servicios brindados.

10. ¿Con qué presupuesto cuenta el Departamento para el desarrollo turístico?

Actualmente contamos con un presupuesto aproximado de \$150.000, de los cuales \$100.000 son destinados para dotar de infraestructura a la Laguna de el Saldo para así cumplir con los objetivos de un proyecto en el

cual se está trabajando, y los restantes \$50.000 se destinan para el resto de lugares turísticos existentes.

11. ¿Considera Ud. que existen los recursos económicos necesarios por parte del municipio y organismos involucrados en el tema turismo para lograr el óptimo desarrollo del sector?

Sí existen los recursos económicos necesarios por parte del municipio y organismos involucrados, pero si se requiere de más apoyo del Gobierno Central para lograr el óptimo desarrollo del sector turístico.

12. Considera Ud. que los costos para visitar los lugares turísticos de Montúfar son:

Considero que los costos para visitar los lugares turísticos de Montúfar son bajos, puesto que no se cobra por el ingreso a los mismos.

13. ¿Actualmente las vías de acceso a los lugares turísticos se encuentran en buenas condiciones?

Las vías de acceso a los lugares turísticos son de segunda orden es decir los caminos se encuentran empedrados en buenas condiciones.

14. ¿Existe alguna ordenanza municipal en lo que respecta al turismo ecológico para el cantón?

No contamos con ordenanzas municipales por el cambio de dependencia existente.

15. ¿Los diferentes sitios turísticos cuentan con los servicios básicos necesarios?

Si, puesto que cada lugar posee agua, luz, alcantarillado, pero si sería necesario otros servicios importantes como letrinas, guardianía etc.

3.9.2. CUADROS, GRÁFICOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MONTUFAR

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA

GUIA DE ENCUESTA DIRIGIDA A PERSONAS QUE RESIDEN EN EL CANTÓN MONTÚFAR

El objetivo de esta encuesta es conocer la opinión de los habitantes del Cantón Montúfar acerca de diversos aspectos del Turismo.

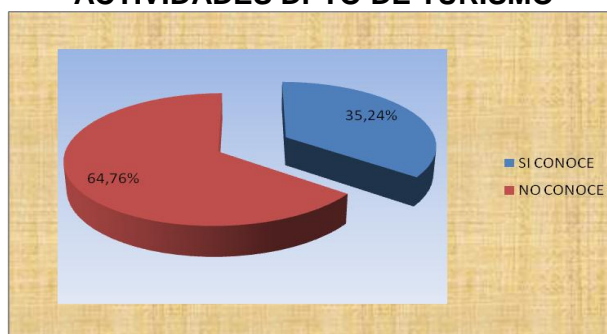
1. ¿Conoce Ud. de las actividades que realiza el Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar?

CUADRO N: 19
ACTIVIDADES DPTO DE TURISMO
FEBRERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI CONOCE	123	35,24%
NO CONOCE	226	64,76%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 3
ACTIVIDADES DPTO DE TURISMO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

EL 64,76% de la población que representa a 226 personas encuestadas manifiestan que no conocen acerca de las actividades que realiza el Dpto. de Turismo, mientras que el 35% representando a 123 personas opina lo contrario. Es decir la mayoría de la población no conoce de dichas actividades por lo cual se debe dar charlas dando a conocer a la población acerca de las actividades que realiza el Departamento.

Si su respuesta es afirmativa conteste:

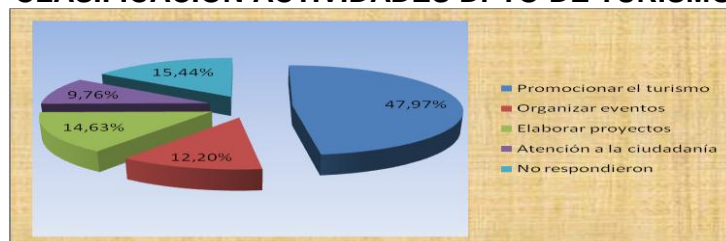
¿Cuáles son las actividades que realizan el Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar?

**CUADRO N: 20
CLASIFICACIÓN ACTIVIDADES DPTO DE TURISMO
FEBRERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Promocionar el turismo	59	47,97%
Organizar eventos	15	12,20%
Elaborar proyectos	18	14,63%
Atención a la ciudadanía	12	9,76%
No respondieron	19	15,44%
TOTAL	123	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 4
CLASIFICACIÓN ACTIVIDADES DPTO DE TURISMO**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

De las 123 personas que respondieron que si conocían de las actividades que realiza el Dpto, el 47,97% el cual equivale a 59 personas determinan que Promocionar el Turismo es una de las actividades más conocidas por la población encuestada y una de las más importantes que realiza el Departamento de Turismo, en tanto que el 14,63% equivalente a 18 encuestados manifiestan que elaborar proyectos es la actividad que realiza el Dpto, el 12,20% representando a 15 personas consideran que la actividad que efectúa es organizar eventos, mientras que el 9,76% creen que la actividad que ejecuta el Dpto es la atención a la ciudadanía. Por lo cual es necesario que la población montufareña conozca de las importantes actividades que el Dpto realiza en fomento de la educación, cultura deportes y turismo para lograr el éxito en estos diferentes sectores.

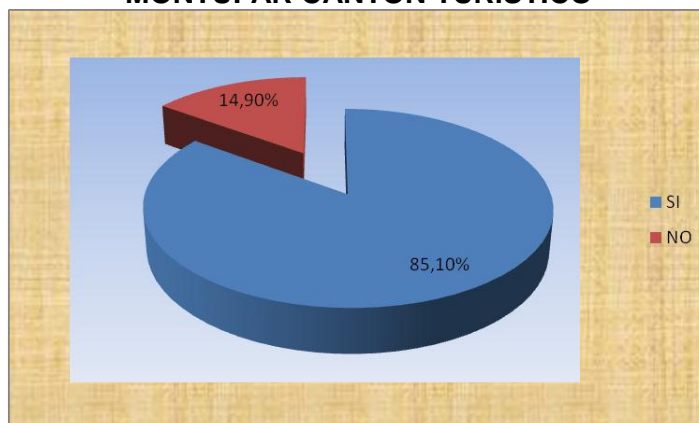
2. ¿Considera Ud. que Montúfar es un Cantón Turístico?

CUADRO N: 21
MONTÚFAR CANTÓN TURÍSTICO
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	297	85,10%
NO	52	14,90%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 5
MONTÚFAR CANTÓN TURÍSTICO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Una gran mayoría de encuestados representando el 85,10% equivalente a 297 personas consideran a Montúfar como un Cantón Turístico, mientras que un 14,90 representando a 52 personas no consideran al Cantón como Turístico. Es por esto que se debe dar más importancia al sector turístico especialmente en lo que a áreas naturales se refiere para que de esta manera el Cantón Montúfar sea considerado como un sector turístico debido a las importantes áreas naturales que posee.

Si su respuesta es afirmativa conteste

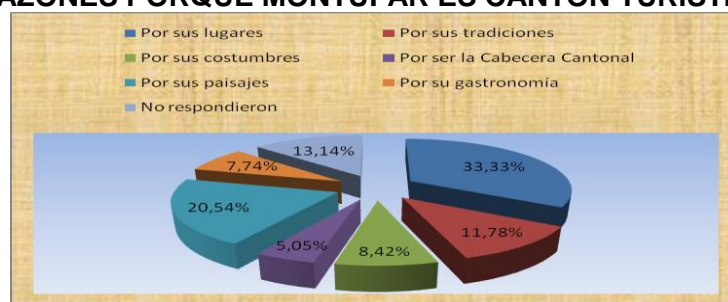
¿Por qué razones Montúfar es cantón turístico?

CUADRO N: 22
RAZONES PORQUE MONTÚFAR ES CANTÓN TURÍSTICO
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Por sus lugares	99	33.33%
Por sus costumbres	25	8.42%
Por sus paisajes	61	20.54%
Por sus tradiciones	35	11.78%
Por ser la Cabecera Cantonal	15	5.05%
Por su gastronomía	23	7.74%
No respondieron	39	13.14%
TOTAL	297	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 6
RAZONES PORQUE MONTÚFAR ES CANTÓN TURÍSTICO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

De las 297 personas que respondieron que Montúfar es cantón turístico, el 33,33% de la población equivalente a 99 personas encuestadas consideran que Montúfar es un Cantón turístico debido a sus lugares, seguido del 20,54% igual a 61 personas que manifiestan por sus paisajes, un 11,78% representando a 35 habitantes por sus tradiciones, el 8,42% equivalente a 25 personas piensan por sus costumbres, el 7,74% igual a 23 habitantes consideran por su gastronomía y un 5,05% representando a 15 personas encuestadas piensan por ser Montúfar la Cabecera Cantonal. Es importante resaltar las razones por las cuales los habitantes de Montúfar creen que el Cantón es considerado como turístico.

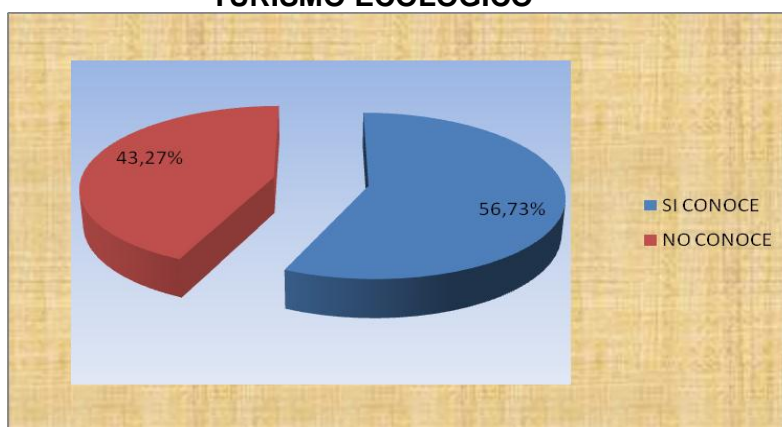
3. ¿Conoce Ud. lo que es el Turismo Ecológico?

CUADRO N: 23
TURISMO ECOLÓGICO
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI CONOCE	198	56,73%
NO CONOCE	151	43,27%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 7
TURISMO ECOLÓGICO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 56,73% equivalente a 198 habitantes encuestados si conocen lo que es el turismo ecológico, en tanto que un 43,27% correspondiente a 151 personas no saben del tema. Es decir es importante hacer campañas publicitarias acerca del turismo ecológico existente en Montúfar para así dar a conocer a su gente de las bellezas naturales con que cuenta el Cantón y las diferencias existentes entre las distintas clases de turismo.

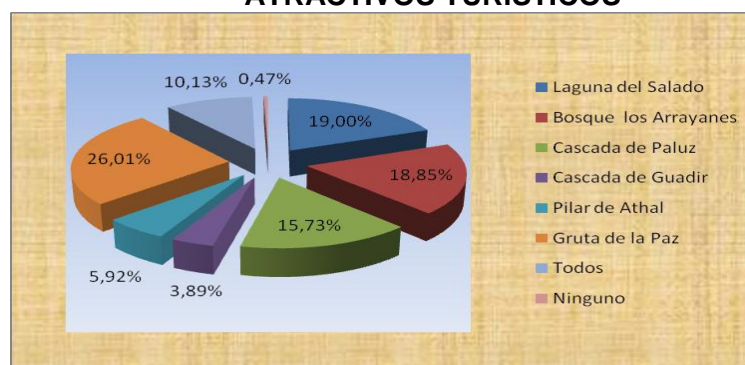
4. ¿De los siguientes atractivos turísticos ecológicos, mencione cual/es Usted conoce?

**CUADRO N: 24
ATRATIVOS TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Laguna del Salado	122	19,00%
Bosque los Arrayanes	121	18,85%
Cascada de Paluz	101	15,73%
Cascada de Guadir	25	3,89%
Pilar de Athal	38	5,92%
Gruta de la Paz	167	26,01%
Todos	65	10,13%
Ninguno	3	0,47%
TOTAL	642	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 8
ATRATIVOS TURÍSTICOS**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La población considera que el lugar turístico más conocido de Montúfar es la Gruta de la Paz constituyendo el 26,01% que representa a 167 personas encuestadas, seguido del Bosque de los Arrayanes el cual representa el 18,85% que es igual a 121 habitantes, La Laguna del Salado con un 19,00%, equivalente a 122 personas. Además los lugares que son menos conocidos por la ciudadanía son La Cascada de Guadir y el Pilar de Athal, es así como se debe dar mayor importancia a estos paisajes naturales para aprovechar su belleza y atraer a mayor cantidad de turistas.

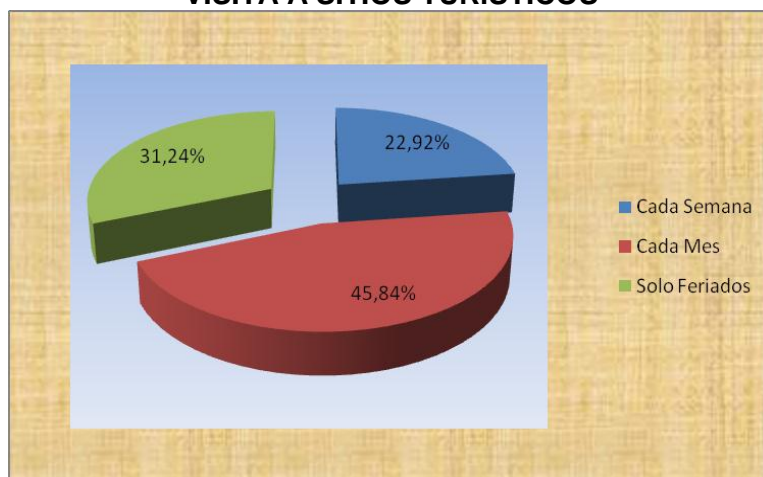
5. ¿Con qué frecuencia visita Ud. sitios turísticos ecológicos?

CUADRO N: 25
VISITA A SITIOS TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Cada Semana	80	22,92%
Cada Mes	160	45,84%
Solo Feriados	109	31,24%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 9
VISITA A SITIOS TURÍSTICOS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 45,84% de personas encuestadas equivalente a 160 visitan los rincones turísticos cada mes, mientras que el 31,24% representando a 109 habitantes los visitan en los días feriados, y un 22,92% igual a 80 personas se dedican a realizar turismo cada semana. Es importante atraer a una mayor cantidad de visitantes para lo cual se debe tomar las medidas necesarias para aumentar el número de turistas que acuden al Cantón para realizar turismo.

6. ¿Qué tipos de alimentación prefiere cuando visita los atractivos turísticos de Montúfar?

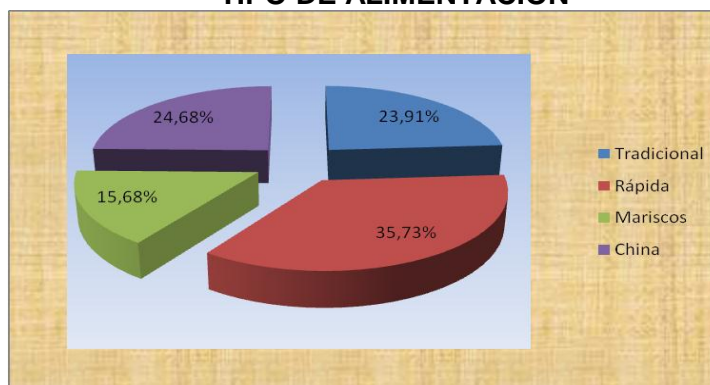
Señale una o más alternativas

**CUADRO N: 26
TIPO DE ALIMENTACIÓN
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Tradicional	93	23,91%
Rápida	139	35,73%
Mariscos	61	15,68%
China	96	24,68%
TOTAL	389	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 10
TIPO DE ALIMENTACIÓN**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 35,73% de la población equivalente a 139 personas prefiere la comida rápida al visitar los diferentes sitios turísticos, mientras que el 24,68% igual a 96 habitantes se inclinan más por la comida china, seguido de un 23,91% representando a 93 personas les gusta la comida tradicional es decir la existente en la zona, y el mínimo porcentaje de 15,68% igual a 61 encuestados les agrada los mariscos. Es necesario conocer los gustos y preferencias de los visitantes en cuanto a gastronomía se refiere para así satisfacer sus necesidades.

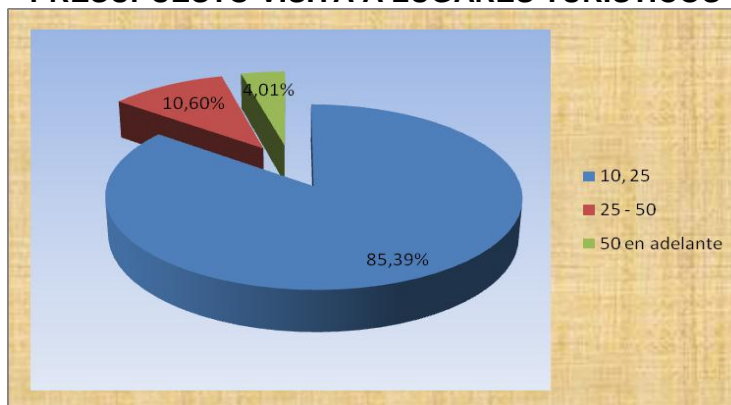
7. ¿Qué presupuesto aproximadamente destina Ud. Para diversión especialmente para visitar lugares turísticos?

CUADRO N: 27
PRESUPUESTO VISITA A LUGARES TURISTICOS
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
10 - 25	298	85,39%
25 - 50	37	10,60%
50 en adelante	14	4,01%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 11
PRESUPUESTO VISITA A LUGARES TURISTICOS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 85,39% de los investigados equivalente a 298 habitantes afirman que cuando salen de visita hacia algún sitio turístico dentro del cantón gastan entre 10-25 dólares, en tanto que el 10,60% igual a 37 personas gastan entre 25-50 dólares y un mínimo porcentaje correspondiente al 4,01% equivalente a 14 habitantes gastan más de 50 dólares. Con esto se puede determinar que los costos para visitar los lugares turísticos son económicos para la población, lo cual es beneficioso tanto para los visitantes como para el Cantón.

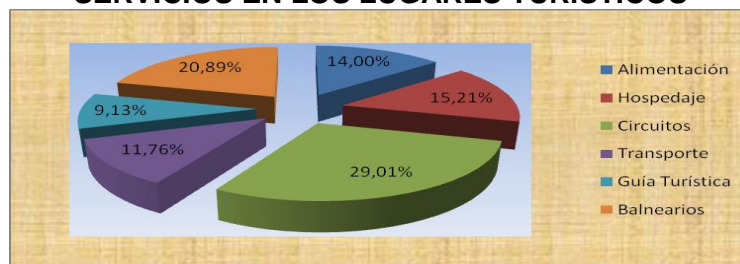
8. ¿Qué servicios le gustaría que se implemente en los lugares turísticos ecológicos que Ud. Conoce?

CUADRO N: 28
SERVICIOS EN LOS LUGARES TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Alimentación	69	14,00%
Hospedaje	75	15,21%
Circuitos	143	29,01%
Transporte	58	11,76%
Guía Turística	45	9,13%
Balnearios	103	20,89%
TOTAL	493	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 12
SERVICIOS EN LOS LUGARES TURÍSTICOS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

En relación a los servicios en los atractivos turísticos, el 29,01% correspondiente a 143 habitantes determinan que es necesaria la implementación de circuitos, el 20,89% igual a 103 encuestados creen que es preciso la existencia de balnearios, el 15,21% equivalente a 75 personas manifiestan que es importante que haya en los sitios turísticos hospedaje para así permanecer mas días en el lugar, en tanto que el 14% lo cual corresponde a 69 habitantes piensan que es imprescindible la existencia de tiendas para satisfacer sus necesidades y un 9,13% igual a 45 personas plantean la presencia de una guía turista. Los servicios adicionales en el sector son indispensables ya que el admirar las bellezas naturales es necesario satisfacer otras necesidades importantes para el ser humano.

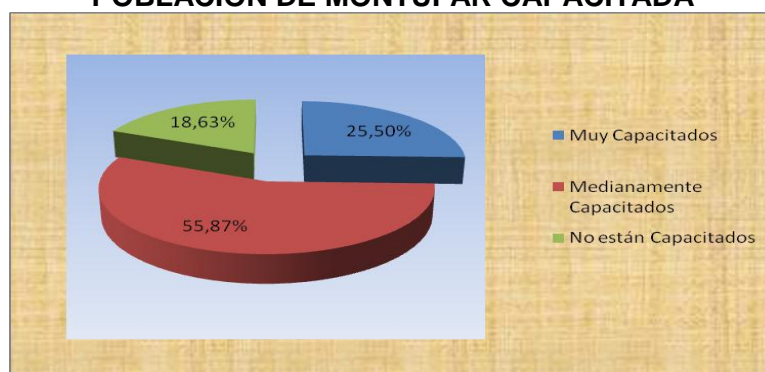
9. ¿Considera Ud. que la población de Montúfar está capacitada para recibir a los visitantes?

CUADRO N: 29
POBLACIÓN DE MONTÚFAR CAPACITADA
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Muy Capacitados	89	25,50%
Medianamente Capacitados	195	55,87%
No están Capacitados	65	18,63%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 13
POBLACIÓN DE MONTÚFAR CAPACITADA



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 55,87% de la población correspondiente a 195 habitantes manifiestan que están medianamente capacitados para recibir a los turistas, el 25,50% equivalente a 89 encuestados consideran que están muy capacitados y un 18,63% igual a 65 personas creen que no están capacitados. Por lo que es importante establecer un plan de capacitación ciudadana para que puedan recibir de la mejor manera a los visitantes y así atraer a los turistas por el buen trato que estos reciban.

10. ¿Cuál/es cree Usted son los impedimentos que tiene el Cantón para desarrollar el turismo?

**CUADRO N: 30
IMPEDIMENTOS DESARROLLO TURISMO
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Mala gestión Autoridades	66	14,57%
Escaso Presupuesto	63	13,91%
Infraestructura Deteriorada	88	19,42%
Poca Información	49	10,82%
Ubicación Geográfica	55	12,14%
Poco interés de los habitantes	69	15,22%
Tipo de clima	63	13,91%
TOTAL	453	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 14
IMPEDIMENTOS DESARROLLO TURISMO**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 19,42% equivalente a 88 habitantes afirman que uno de los principales impedimentos para desarrollar el turismo es su Infraestructura deteriorada, mientras que el 15,22% correspondiente a 69 encuestados consideran que la causa es el poco interés de los habitantes, además influye la mala gestión de las autoridades, el escaso presupuesto, el tipo de clima, es decir todos los factores antes mencionados constituyen en impedimentos para que el turismo se desarrolle exitosamente. Por esto se debe dar mayor interés a estos aspectos y así lograr el desarrollo sustentable del sector.

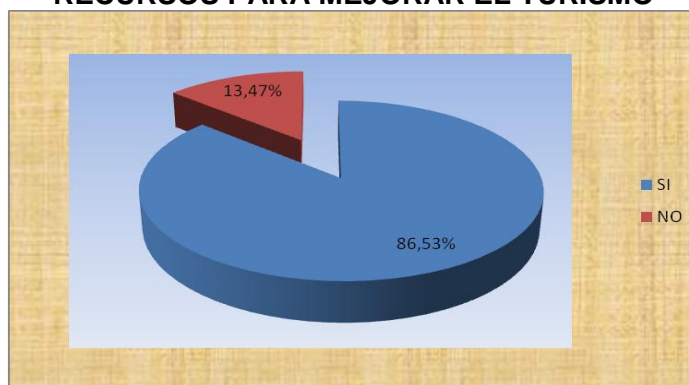
11. ¿Considera Ud. que las autoridades competentes deben destinar mayores recursos para mejorar el turismo en el Cantón?

**CUADRO N: 31
RECURSOS PARA MEJORAR EL TURISMO
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	302	86,53%
NO	47	13,47%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 15
RECURSOS PARA MEJORAR EL TURISMO**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 86,53% equivalente a 302 habitantes encuestados consideran que si se debe destinar mayores recursos para así mejorar el Turismo en el Cantón, mientras que un mínimo porcentaje equivalente al 13,47% correspondiente a 47 personas piensan lo contrario. Es decir que la mayoría de habitantes están consientes en la necesidad de destinar mayores recursos al sector para así poder explotar al máximo los recursos que el cantón posee.

12. ¿Qué recomendaciones daría Ud. para impulsar el Turismo ecológico en Montúfar?

CUADRO N: 32
RECOMENDACIONES PARA IMPULSAR EL TURISMO
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Publicidad	68	11,28%
Trípticos	31	5,14%
Campañas Turísticas	37	6,14%
Creación Agencia Turismo	79	13,10%
Vallas publicitarias	28	4,64%
Señalización lugares turísticos	77	12,77%
Mejoramiento infraestructura	56	9,29%
Volantes	27	4,48%
Pancartas	22	3,65%
Canchas deportivas	63	10,45%
Áreas Recreativas	64	10,61%
Seguridad	51	8,45%
TOTAL	603	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 16
RECOMENDACIONES PARA IMPULSAR EL TURISMO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de los habitantes consideran que es importante la creación de una agencia de turismo, seguido de señalización en los lugares, publicidad, la existencia de áreas recreativas, canchas deportivas, mejoramiento de la infraestructura etc. Es decir se debe tomar en cuenta todos estos aspectos y dar las mejores alternativas de solución para sí mejorar el turismo en el Cantón en beneficio de sus habitantes así como también de sus visitantes.

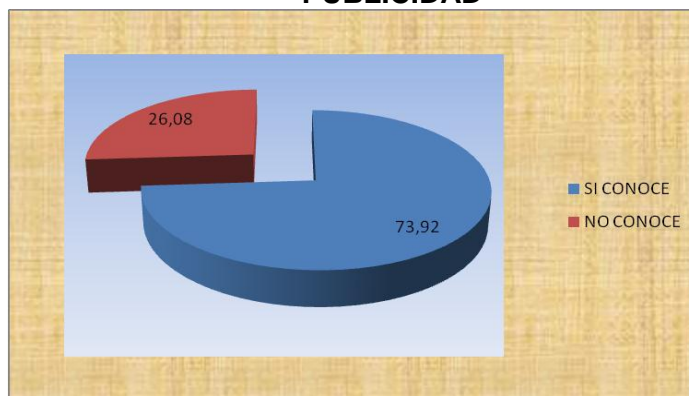
13. ¿Conoce Ud. Acerca de la publicidad de los lugares turísticos con que cuenta el cantón?

CUADRO N: 33
PUBLICIDAD
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI CONOCE	258	73,92
NO CONOCE	91	26,08
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 17
PUBLICIDAD



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 73,92% correspondiente a 258 habitantes manifiestan que si conocen acerca de la publicidad de los diferentes lugares turísticos existentes en el cantón, en tanto que un 26,08% equivalente a 91 personas encuestadas piensan lo contrario. Por esto es importante realizar campañas de publicidad de los diferentes lugares turísticos existentes en Montúfar promocionando de tal manera el turismo dando así a conocer las maravillas naturales con que cuenta el cantón.

Si su respuesta es afirmativa conteste:

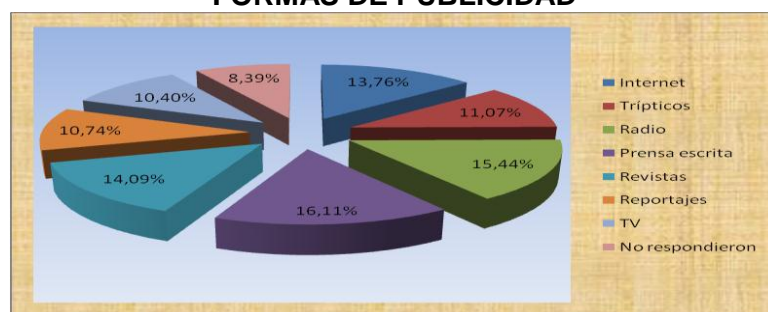
¿Cuáles formas de publicidad Ud. conoce?

CUADRO N: 34
FORMAS DE PUBLICIDAD
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Internet	41	13,76%
Trípticos	33	11,07%
Radio	46	15,44%
Prensa escrita	48	16,11%
Revistas	42	14,09%
Reportajes	32	10,74%
TV	31	10,40%
No respondieron	25	8,39%
TOTAL	258	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 18
FORMAS DE PUBLICIDAD



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

De las 258 personas que respondieron que si conocen de las formas de publicidad, el 16,11% equivalente a 48 encuestados afirman que si conocen acerca de la publicidad a través de la prensa escrita, en tanto que el 15,44% correspondiente a 46 habitantes manifiestan por medio de la radio, un 14,09% igual a 42 encuestados mediante revistas, el 13,76% equivalente a 41 habitantes por internet, el 11,07% correspondiente a 33 personas por trípticos, seguido de un 10,74% igual a 32 habitantes mediante reportajes, el 10,40% equivalente a 31 personas por TV, por lo cual se debe buscar los medios mas idóneos para hacer publicidad y así dar a conocer las bellezas naturales existentes en Montúfar.

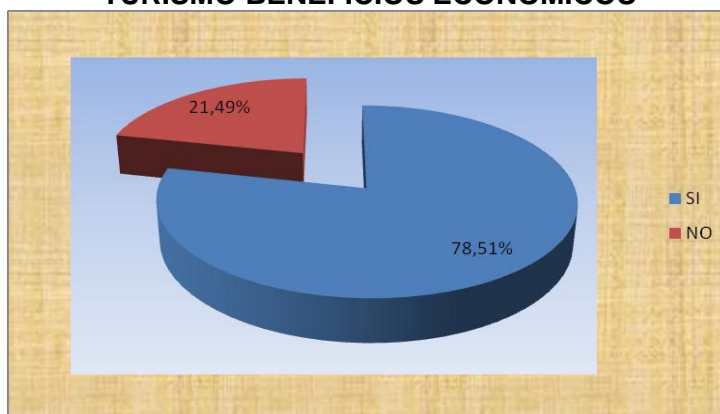
14. ¿Cree Ud. que el Turismo es una industria la cual puede conectar beneficios económicos para la gente local?

**CUADRO N: 35
TURISMO BENEFICIOS ECONÓMICOS
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	274	78,51%
NO	75	21,49%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 19
TURISMO BENEFICIOS ECONÓMICOS**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de habitantes encuestados lo cual representa un 78,51% equivalente a 274 personas consideran que el turismo es una gran industria la cual trae beneficios para su gente, en tanto que un mínimo porcentaje de 21,49% igual a 75 habitantes opinan lo contrario. Es decir que la población está consciente de los grandes beneficios económicos que se puede lograr con el turismo, el cual a su vez es generador de un efecto multiplicador.

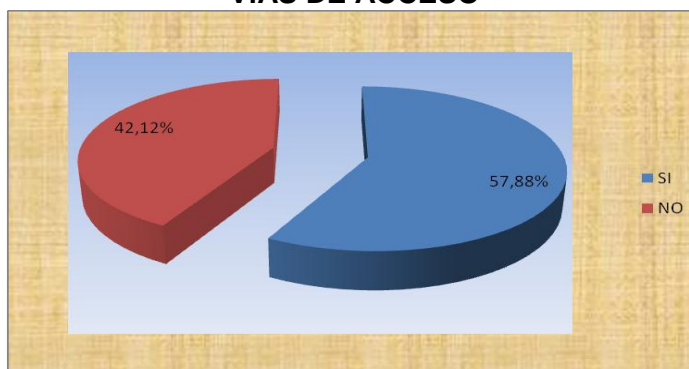
15. ¿Actualmente las vías de acceso a los lugares turísticos ecológicos se encuentran en buenas condiciones?

CUADRO N: 36
VÍAS DE ACCESO
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	202	57,88%
NO	147	42,12%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 20
VÍAS DE ACCESO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 57,88% equivalente a 202 habitantes encuestados consideran que las vías de acceso para llegar a los diferentes lugares turísticos ecológicos se encuentran en buenas condiciones, en tanto que un 42,12% correspondiente a 147 personas piensan lo contrario. Por lo que es importante que las autoridades competentes destinen recursos para mejorar las vías y así brindar un buen servicio a los visitantes.

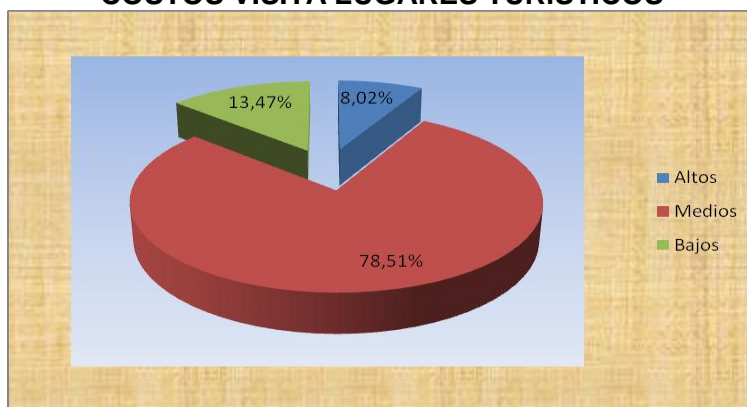
16. Considera Ud. que los costos para visitar los lugares turísticos ecológicos de Montúfar son:

**CUADRO N: 37
COSTOS VISITA LUGARES TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Altos	28	8,02%
Medios	274	78,51%
Bajos	47	13,47%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 21
COSTOS VISITA LUGARES TURÍSTICOS**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayor parte de la población representando un 78,51% correspondiente a 274 habitantes manifiestan que los costos para visitar los rincones turísticos son medios, mientras que un 13,47% igual a 47 encuestados consideran que sus costos son bajos y el 8,02% equivalente a 28 personas piensan que sus costos son altos. Es decir al visitar los atractivos turísticos sus costos son accesibles para la población para que de esta manera conozcan los lugares turísticos ecológicos que Montúfar ofrece a sus visitantes.

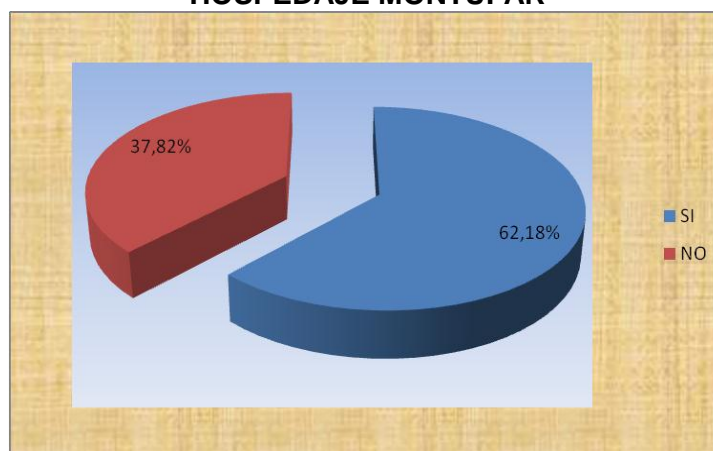
17. ¿Existen suficientes lugares para hospedarse en Montúfar?

**CUADRO N: 38
HOSPEDAJE MONTÚFAR
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	217	62,18%
NO	132	37,82%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 22
HOSPEDAJE MONTÚFAR**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 62,18% correspondiente a 217 habitantes encuestados considera que si existen suficientes lugares para hospedarse en Montufar, en tanto que un 37,82% equivalente a 132 personas opinan lo contrario. Para que la actividad turística mejore día a día es necesario que exista suficientes lugares de hospedaje los cuales a la vez deben estar cerca de los diferentes sitios turísticos, para que así exista la seguridad para los turistas y estos se sientan cómodos durante su estadía.

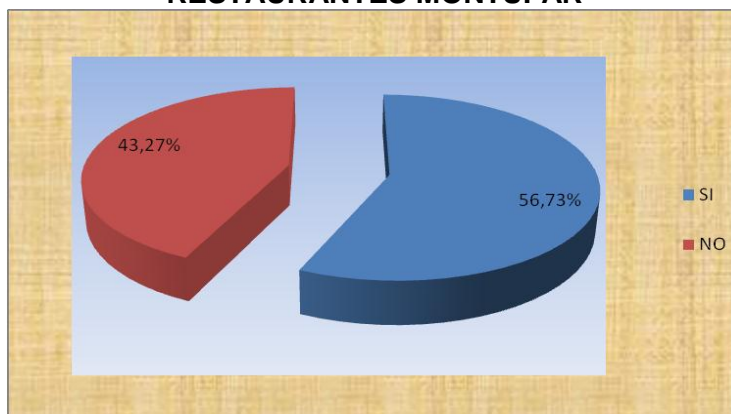
18. ¿Existen suficientes restaurantes acorde a sus exigencias?

CUADRO N: 39
RESTAURANTES MONTÚFAR
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	198	56,73%
NO	151	43,27%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 23
RESTAURANTES MONTÚFAR



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 56,73% equivalente a 198 habitantes encuestados manifiestan que en Montúfar si existe suficientes restaurantes los cuales satisfacen sus exigencias, mientras que el 43,27% correspondiente a 151 personas piensan lo contrario. para esto es necesario que exista restaurantes los cuales satisfagan las necesidades de los visitantes tomando en cuenta que éstos deben estar cerca de los lugares turísticos existentes.

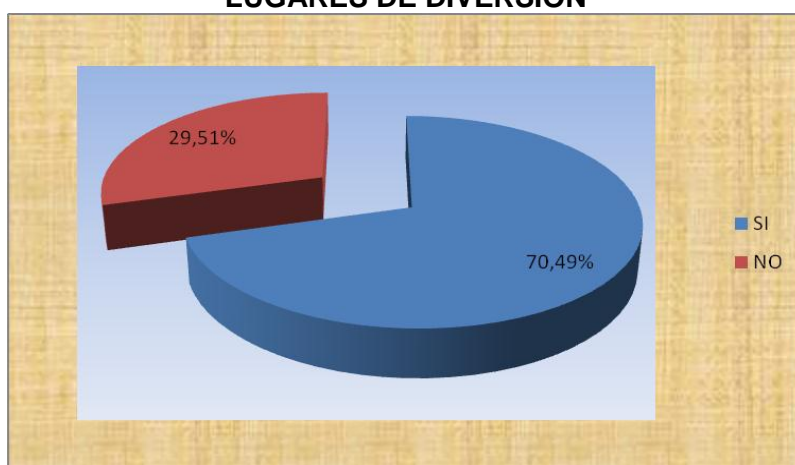
19. ¿Los lugares de diversión son suficientes para la afluencia de turistas y habitantes del cantón?

**CUADRO N: 40
LUGARES DE DIVERSIÓN
ENERO DEL 2011**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	246	70,49%
NO	103	29,51%
TOTAL	349	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 24
LUGARES DE DIVERSIÓN**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Un 70,49% equivalente a 246 habitantes encuestados consideran que los lugares de diversión existentes en el cantón si son suficientes para la afluencia de turistas y habitantes, en cuanto que el 29,51% correspondiente a 103 personas manifiestan lo contrario. Es importante la existencia de lugares de diversión como centros, plazas, parques entre otros para que los visitantes puedan recrearse sanamente y así cumplan sus expectativas en cuanto a disfrutar de el turismo existente en la zona.

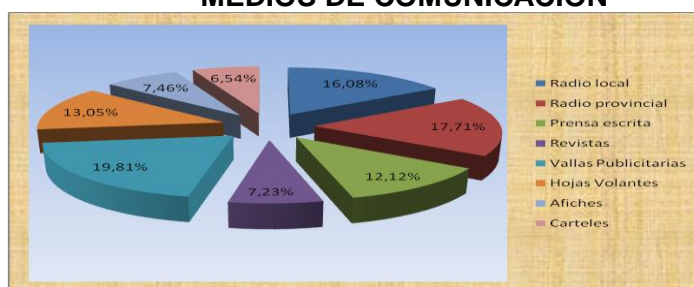
20. ¿Por qué medios de comunicación se debería difundir la actividad turística que tiene el cantón?

CUADRO N: 41
MEDIOS DE COMUNICACIÓN
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Radio local	69	16,08%
Radio provincial	76	17,71%
Prensa escrita	52	12,12%
Revistas	31	7,23%
Vallas Publicitarias	85	19,81%
Hojas Volantes	56	13,05%
Afiches	32	7,46%
Carteles	28	6,54%
TOTAL	429	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 25
MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

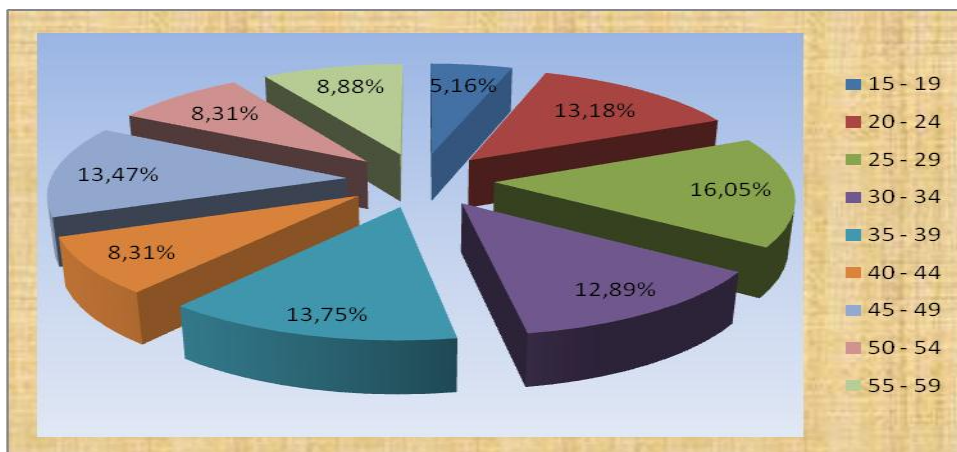
ANÁLISIS:

El 19,81% equivalente a 85 habitantes creen que es necesario difundir la actividad turística a través de vallas publicitarias, seguido de un 17,71% correspondiente a 76 personas creen que por medio de la radio provincial, el 16,08% igual a 69 encuestados consideran por la radio local, el 13,05% igual a 56 personas manifiestan por medio de hojas volantes, un 12,12% equivalente a 52 habitantes creen a través de prensa escrita, el 7,46% correspondiente a 32 encuestados mediante afiches, un 7,23% igual a 31 por medio de revistas, es decir se debe tomar en cuenta estos aspectos, ya que son muy importantes para así dar a conocer los atractivos turísticos existentes en el cantón.

DATOS TÉCNICOS

EDAD: 15-19 ----- 20-24 ----- 25-29 ----- 30-34 ----- 35-39-----
 40-44 ----- 45-49 ----- 50-54 ----- 55-59 -----

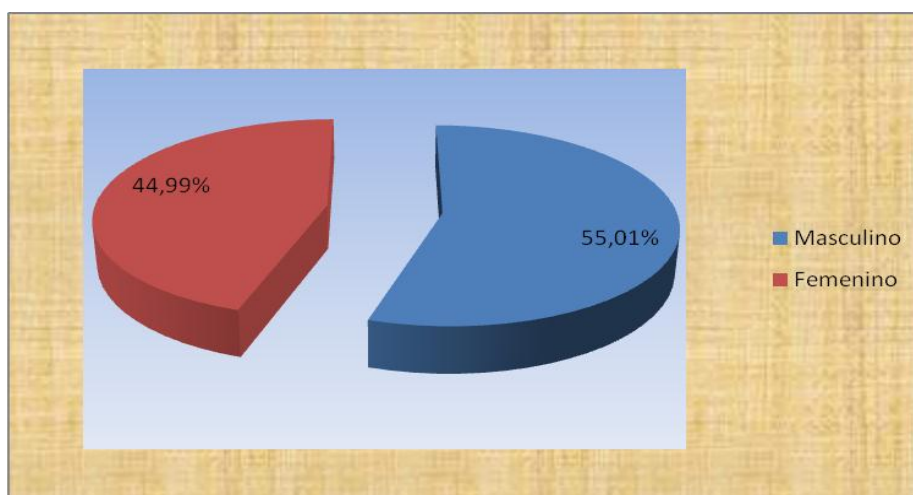
GRÁFICO N: 26
EDAD POBLACIONAL



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autor

GÉNERO: Masculino_____ Femenino_____

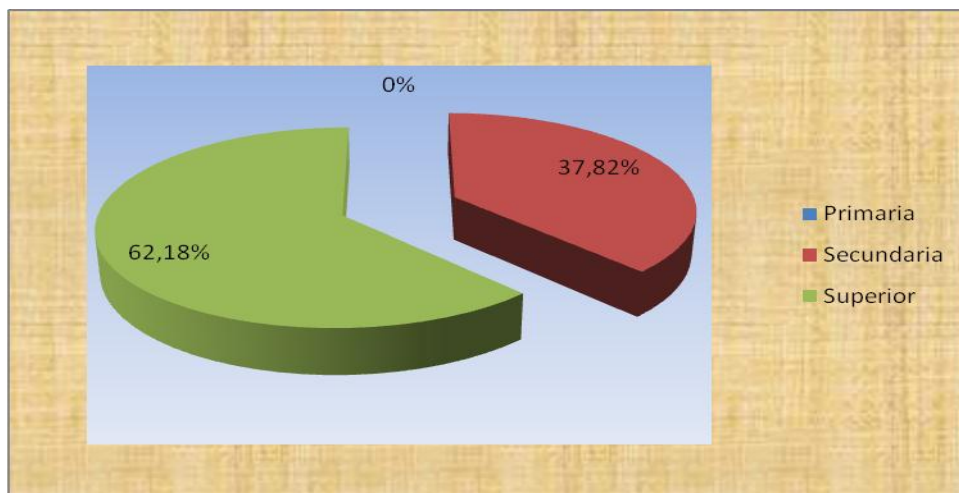
GRÁFICO N: 27
GÉNERO POBLACIONAL



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autora

INSTRUCCIÓN: Primaria____ Secundaria____ Superior____

GRÁFICO N: 28
INSTRUCCIÓN POBLACIONAL



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autor

3.9.2.1. ANÁLISIS GENERAL DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTÓN MONTÚFAR

Para la obtención de datos veraces los cuales se aproximen a la realidad se realizó una encuesta dirigida a los habitantes del cantón Montúfar con la formulación de preguntas claras y precisas, para así obtener la información necesaria y pertinente la cual ayudará para la formulación de estrategias idóneas para promocionar de mejor manera el turismo en el cantón. Con el estudio realizado se puede mencionar que los habitantes de Montúfar están conscientes de la existencia de maravillosos lugares naturales entre lagunas, cascadas, bosques, ríos, entre otros, en los cuales es necesario la implementación de diversos servicios como alimentación, hospedaje, transporte, circuitos, guía turista, balnearios para así satisfacer las necesidades de los turistas y por ende alcanzar el óptimo desarrollo del sector. Además existe poco conocimiento de la población acerca de las actividades que realiza el departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo, en donde se deben dirigir charlas para informar a la ciudadanía de las importantes actividades que el departamento realiza y conjuntamente para capacitar a su gente en el buen recibimiento a los turistas que visitan el cantón ya que es indispensable concienciar que la mejor forma de atraer a los visitantes es demostrando la cultura, el respeto y el buen trato hacia los demás. También es elemental que los gobiernos de turno inviertan en mejorar la infraestructura de los lugares turísticos puesto que los habitantes señalaron como el mayor impedimento que tiene el sector para desarrollar el turismo. Así como también una gran mayoría de pobladores del Cantón Montúfar creen que el Turismo si es una industria que puede conectar beneficios económicos para la gente local, ya que mediante la participación conjunta de los habitantes se puede sacar provecho de las distintas actividades turísticas y así obtener múltiples beneficios económicos para sus habitantes, en donde es necesario una mayor inversión de capital en este sector, de tal manera que mejore el panorama y así atraer a visitantes tanto nacionales como extranjeros.

3.9.3. CUADROS, GRÁFICOS Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS TANTO NACIONALES COMO EXTRANJEROS

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA

GUIA DE ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN

La presente encuesta tiene como objetivo medir el nivel de conocimiento de los turistas acerca de los lugares turísticos existentes en Montúfar

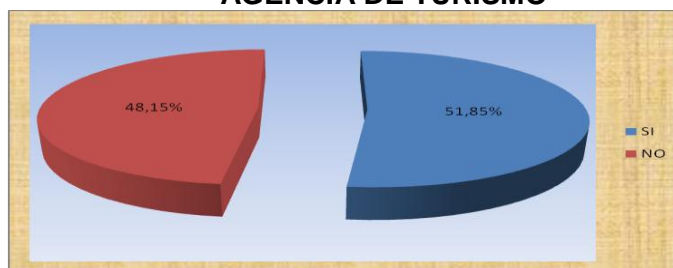
1. ¿Cuando visitan Montúfar acude a alguna Agencia de Turismo o al Departamento de Turismo del Cantón Montúfar para obtener información sobre los lugares turísticos?

CUADRO N: 42
AGENCIA DE TURISMO
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	14	51,85%
NO	13	48,15%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 29
AGENCIA DE TURISMO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 51,85% correspondiente a 14 turistas encuestados manifiestan que al visitar Montufar si acuden a alguna agencia de turismo o al Dpto. de turismo, en tanto que el 48,15% equivalente a 13 personas opinan lo contrario. Es por esto que se debe crear una Agencia de Turismo la cual brinde información a los turistas que visitan el cantón.

Por qué

**CUADRO N: 43
RAZONES
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
No es necesario	9	20,45%
Preguntan a los habitantes	7	15,91%
No conozco	5	11,36%
No sé cómo llegar	6	13,64%
No existe señalización	3	6,82%
Es necesario	6	13,64%
No respondieron	8	18,18%
TOTAL	44	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 30
RAZONES**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Como se puede observar los turistas no acuden alguna agencia de turismo o al Dpto. de turismo puesto que consideran que no es necesario o pregunta a los habitantes, mientras que los turistas que si van a una agencia de turismo para pedir información piensan que es necesario puesto que no conocen, además no existe señalización o no saben cómo llegar a determinado lugar.

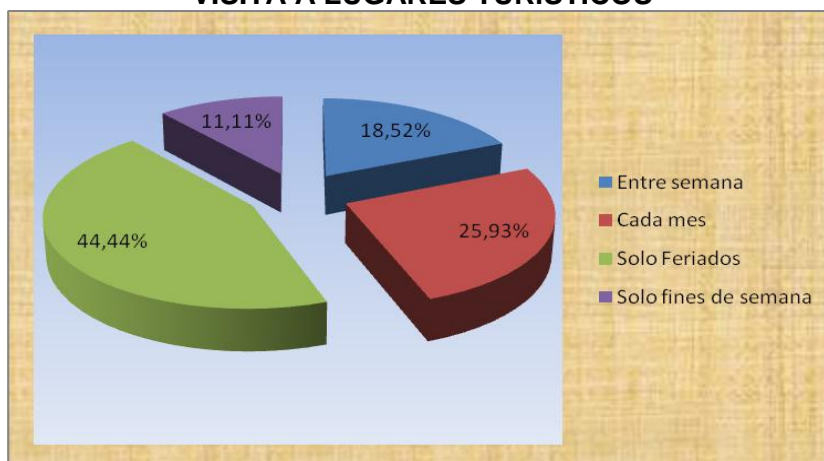
2. ¿Con qué frecuencia visita Ud. sitios turísticos ecológicos?

CUADRO N: 44
VISITA A LUGARES TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Entre semana	5	18,52%
Cada mes	7	25,93%
Solo Feriados	12	44,44%
Solo fines de semana	3	11,11%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 31
VISITA A LUGARES TURÍSTICOS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autor

ANÁLISIS:

El 44,44% equivalente a 12 personas encuestadas manifiestan que visitan los lugares turísticos solo los días feriados, el 25,93% correspondiente a 7 personas los visitan cada mes, un 18,52% igual a 5 encuestados entre semana y el 11,11% correspondiente a 3 turistas solo los fines de semana. Por lo que es importante realizar una mayor publicidad de los atractivos naturales del cantón para que de esta manera el cantón tenga una afluencia mayor de turistas.

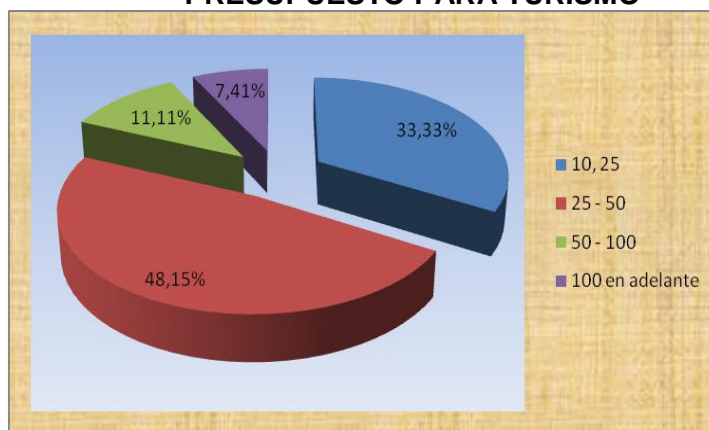
3. ¿Qué presupuesto aproximadamente destina Ud. Para diversión especialmente para visitar lugares turísticos?

**CUADRO N: 45
PRESUPUESTO PARA TURISMO
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
10 - 25	9	33,33%
25 - 50	13	48,15%
50 - 100	3	11,11%
100 en adelante	2	7,41%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 32
PRESUPUESTO PARA TURISMO**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 48,15% correspondiente a 13 turistas encuestados destinan entre 25-50 dólares para visitar los lugares turísticos, mientras que un 33,33% equivalente a 9 personas gastan entre 10-25 dólares, en tanto que el 11,11% igual a 3 encuestados gastan entre 50-100 dólares y un 7,41% correspondiente a 2 turistas gastan más de 100 dólares, lo cual indica que las personas que visitan el cantón Montúfar si están dispuestas a gastar para dedicarse a la actividad turística.

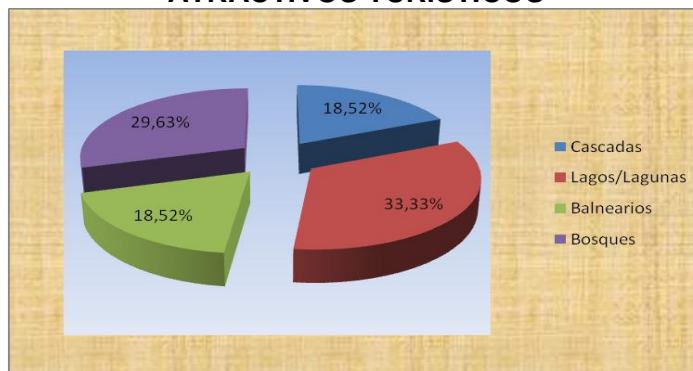
4. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos naturales son de su preferencia?

**CUADRO N: 46
ATRATIVOS TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011**

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cascadas	5	18,52%
Lagos/Lagunas	9	33,33%
Balnearios	5	18,52%
Bosques	8	29,63%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 33
ATRATIVOS TURÍSTICOS**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 33,33% equivalente a 9 turistas encuestados manifiestan que los lagos/lagunas son sitios turísticos de su preferencia, en tanto que el 29,63% correspondiente a 8 personas prefieren los bosques, y el 18,52% igual a 5 turistas se inclinan más por los balnearios y las cascadas. Como se puede observar en la información obtenida la mayor parte de personas que realizan turismo prefieren visitar los lagos, lagunas y bosques puesto que les gusta apreciar las bellezas naturales que el cantón posee.

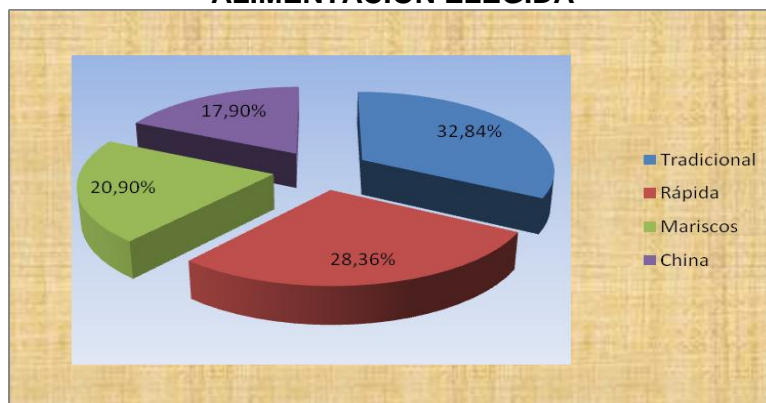
5. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando visita Montúfar?
Señale una o más alternativas

CUADRO N: 47
ALIMENTACIÓN ELEGIDA
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Tradicional	22	32,84%
Rápida	19	28,36%
Mariscos	14	20,90%
China	12	17,90%
TOTAL	67	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 34
ALIMENTACIÓN ELEGIDA



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 32,84% equivalente a 22 turistas al visitar Montúfar eligen la comida tradicional es decir la comida típica del lugar, mientras que el 28,36% igual a 19 personas se inclinan más por la comida rápida, un 20,90% correspondiente a 14 encuestados les gusta más los mariscos y el 17,90% correspondiente a 12 turistas eligen la comida china. Esto nos indica que la comida mas apetecida por turistas tanto locales como extranjeros es la tradicional de la zona, ya que es la comida típica del lugar.

6. ¿Cómo se enteró Ud. acerca de los lugares turísticos de Montúfar?

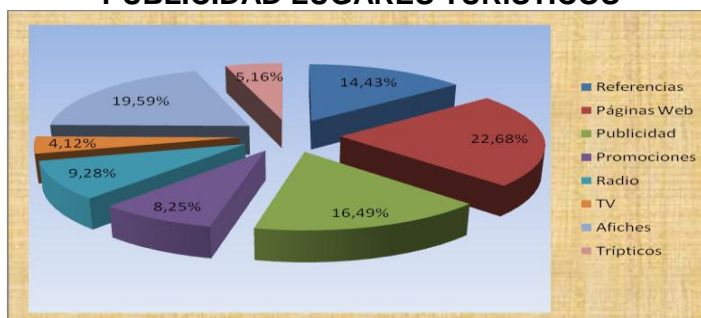
Señale una o más alternativas:

CUADRO N: 48
PUBLICIDAD LUGARES TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Referencias	14	14,43%
Páginas Web	22	22,68%
Publicidad	16	16,49%
Promociones	8	8,25%
Radio	9	9,28%
TV	4	4,12%
Afiches	19	19,59%
Trípticos	5	5,16%
TOTAL	97	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 35
PUBLICIDAD LUGARES TURÍSTICOS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Como se puede observar la mayoría de turistas se enteraron acerca de los lugares turísticos existentes en Montufar por medio de páginas Web representando el 22,68% igual a 22 encuestados, seguido de afiches con un 19,59% correspondiente a 19 turistas, mediante publicidad que representa el 16,49% igual a 16 encuestados, y por referencias un 14,43% equivalente a 14 turistas, por radio el 9,28% igual a 9 personas, mediante promociones el 8,25% correspondiente a 8 turistas, por trípticos el 5,16% equivalente a 5 encuestados, y mediante la TV el 4,12% igual a 4 encuestados. Es decir que el internet hoy en día es el medio más utilizado para hacer la publicidad.

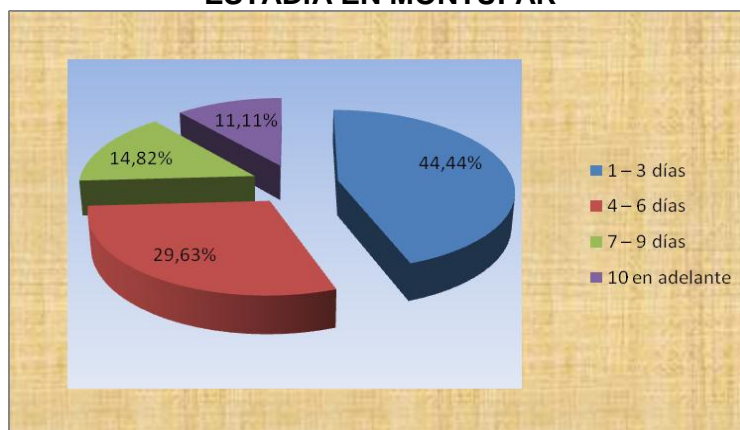
7. ¿Cuánto tiempo es su estadía en Montúfar?

**CUADRO N: 49
ESTADÍA EN MONTÚFAR
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
1 – 3 días	12	44,44%
4 – 6 días	8	29,63%
7 – 9 días	4	14,82%
10 en adelante	3	11,11%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 36
ESTADÍA EN MONTÚFAR**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autor

ANÁLISIS:

La estadía de la mayor parte de personas encuestadas al visitar los distintos lugares turísticos de Montufar es de 1-3 días representando el 44,44% igual a 12 turistas, el 29,63% equivalente a 8 personas es de 4-6 días, mientras que el 14,82% correspondiente a 4 encuestados es de 7-9 días y el 11,11% igual a 3 personas es de 10 días en adelante. Con esto podemos mencionar que los días de permanencia en Montúfar son pocos.

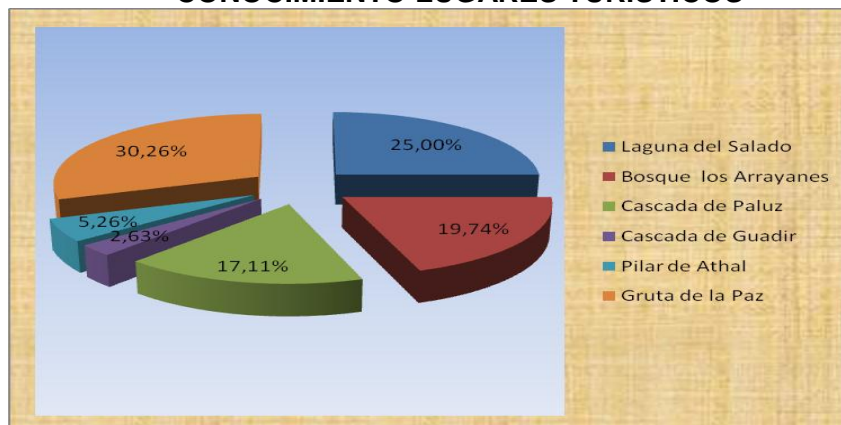
8. ¿Cuáles de los siguientes lugares turísticos de Montúfar conoce Ud.?

**CUADRO N: 50
CONOCIMIENTO LUGARES TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Laguna del Salado	19	25,00%
Bosque los Arrayanes	15	19,74%
Cascada de Paluz	13	17,11%
Cascada de Guadir	2	2,63%
Pilar de Athal	4	5,26%
Gruta de la Paz	23	30,26%
TOTAL	76	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 37
CONOCIMIENTO LUGARES TURÍSTICOS**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 30,26% correspondiente a 23 turistas mencionan que de los lugares turísticos existentes en Montúfar el que más conocen es la Gruta de la Paz, el 25% igual a 19 personas conoce la Laguna del Salado, en tanto que un 19,74% equivalente a 15 turistas conocen el Bosque de los arrayanes, el 17,11% igual a 13 personas la cascada de Paluz y un mínimo porcentaje han visitado la Cascada de Guadir y el Pilar de Athal. Por lo cual se debe hacer una mayor publicidad de todos los atractivos turísticos para atraer a los visitantes.

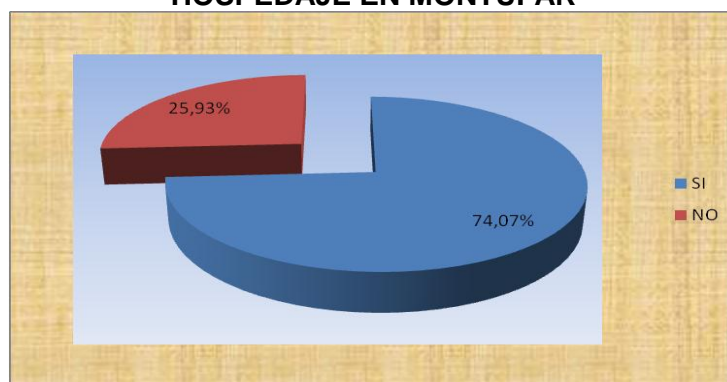
9. ¿Existen suficientes lugares para hospedarse en Montúfar?

**CUADRO N: 51
HOSPEDAJE EN MONTÚFAR
ENERO DEL 2011**

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	20	74,07%
NO	7	25,93%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 38
HOSPEDAJE EN MONTÚFAR**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 74,07% equivalente a 20 turistas encuestados consideran que en Montúfar si existen suficientes lugares para hospedarse, en tanto que el 25,93% correspondiente a 7 personas manifiesta lo contrario. Es decir la mayoría de turistas al visitar el cantón cuentan con el hospedaje necesario en donde ellos pueden descansar y así cumplir con sus expectativas al realizar turismo.

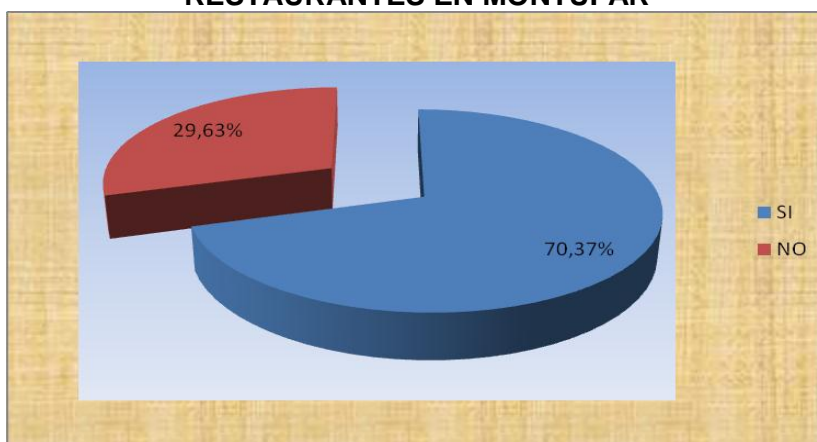
10. ¿Existen suficientes restaurantes acorde a sus exigencias?

CUADRO N: 52
RESTAURANTES EN MONTÚFAR
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	19	70,37%
NO	8	29,63%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 39
RESTAURANTES EN MONTÚFAR



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 70,37% equivalente a 19 turistas manifiestan que si existen suficientes restaurantes los cuales satisfacen sus necesidades cumpliendo sus intereses, mientras que el 29,63% correspondiente a 8 personas encuestadas opinan lo contrario. Esto nos muestra que en el cantón existen los restaurantes suficientes para prestar la atención necesaria tanto a sus habitantes como a los turistas que lo visitan.

11. ¿Los lugares de diversión son suficientes para la afluencia de turistas y habitantes del cantón?

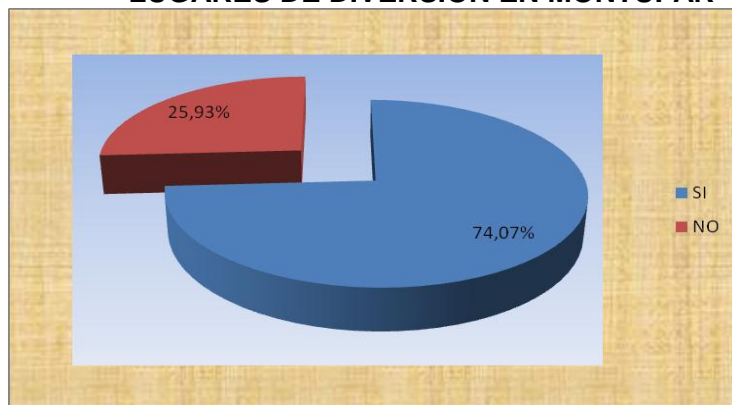
**CUADRO N: 53
LUGARES DE DIVERSIÓN EN MONTÚFAR**

ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	20	74,07%
NO	7	25,93%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N: 40
LUGARES DE DIVERSIÓN EN MONTÚFAR**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

Un 74,07% equivalente a 20 turistas encuestados opinan que en Montúfar si existen suficientes lugares de diversión para recibir a los visitantes, en tanto que el 25,93% correspondiente a 7 personas consideran lo contrario. Por lo que la mayoría de turistas consideran que Montúfar si cuenta con los lugares de diversión necesarios en los cuales las personas que visitan el cantón pueden acudir.

12. ¿Qué servicios le gustaría que se implemente en los Sitios Turísticos?

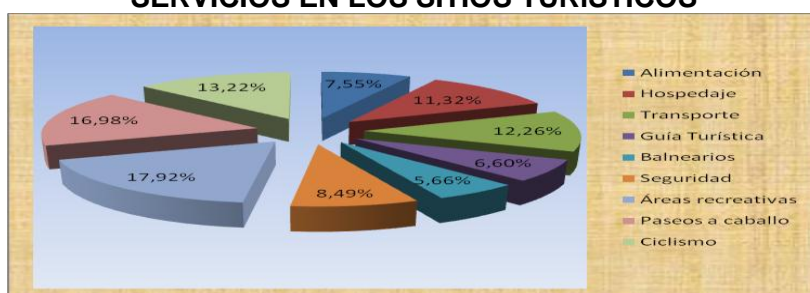
Señale una o más alternativas

CUADRO N: 54
SERVICIOS EN LOS SITIOS TURÍSTICOS
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
Alimentación	8	7,55%
Hospedaje	12	11,32%
Transporte	13	12,26%
Guía Turística	7	6,60%
Balnearios	6	5,66%
Seguridad	9	8,49%
Áreas recreativas	19	17,92%
Paseos a caballo	18	16,98%
Ciclismo	14	13,22%
TOTAL	106	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 41
SERVICIOS EN LOS SITIOS TURÍSTICOS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

La mayoría de turistas encuestados consideran necesario en cada sitio turístico la implementación de áreas recreativas representando el 17,92% igual a 19 personas, paseos a caballo un 16,98% equivalente a 18 turistas, ciclismo el 13,22% correspondiente a 14 personas, transporte el 12,26% igual a 13 encuestados, hospedaje un 11,32% equivalente a 12 personas, seguridad el 8,49% correspondiente a 9 personas, alimentación 7,55% igual a 8 turistas, guía turística 6,6% igual a 7 personas, balnearios el 5,66% equivalente a 6 encuestados, estos datos antes mencionados son muy importantes tomarlos en cuenta para así poder satisfacer las necesidades de los turistas.

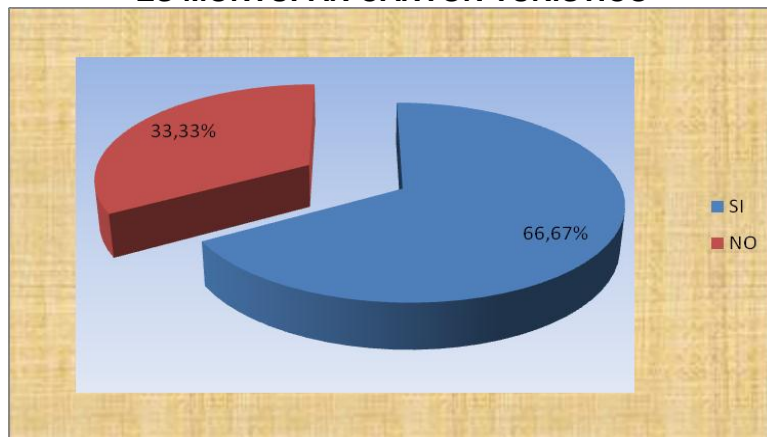
13. ¿Considera a Montúfar como un Cantón Turístico?

CUADRO N: 55
ES MONTÚFAR CANTÓN TURÍSTICO
ENERO DEL 2011

ALTERNATIVA	# ENCUESTAS	PORCENTAJE
SI	18	66,67%
NO	9	33,33%
TOTAL	27	100%

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO N: 42
ES MONTÚFAR CANTÓN TURÍSTICO



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS:

El 66,67% equivalente a 18 turistas encuestados consideran a Montúfar como un cantón turístico, en tanto que el 33,33% correspondiente a 9 encuestados piensan lo contrario. Esto nos muestra que casi la mayoría de turistas consideran que el cantón es considerado como turístico debido a sus diferentes maravillas naturales existentes las cuales son apreciadas por los visitantes.

14. ¿Qué recomienda Ud. para impulsar el Turismo en Montúfar?

Señale una o más recomendaciones:

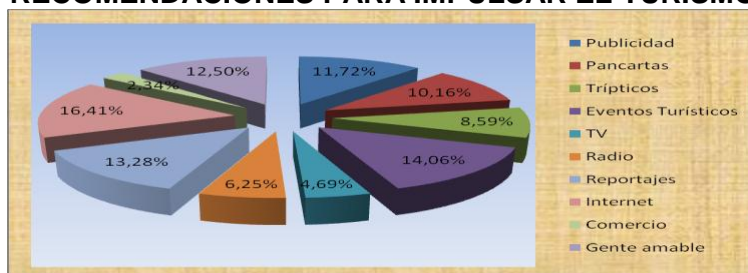
**CUADRO N: 56
RECOMENDACIONES PARA IMPULSAR EL TURISMO
ENERO DEL 2011**

Publicidad	15	11,72%
Pancartas	13	10,16%
Trípticos	11	8,59%
Eventos Turísticos	18	14,06%
TV	6	4,69%
Radio	8	6,25%
Reportajes	17	13,28%
Internet	21	16,41%
Comercio	3	2,34%
Gente amable	16	12,50%
TOTAL	128	100%

Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autor

**GRÁFICO N: 43
RECOMENDACIONES PARA IMPULSAR EL TURISMO**



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar

Elaborado por: La Autora

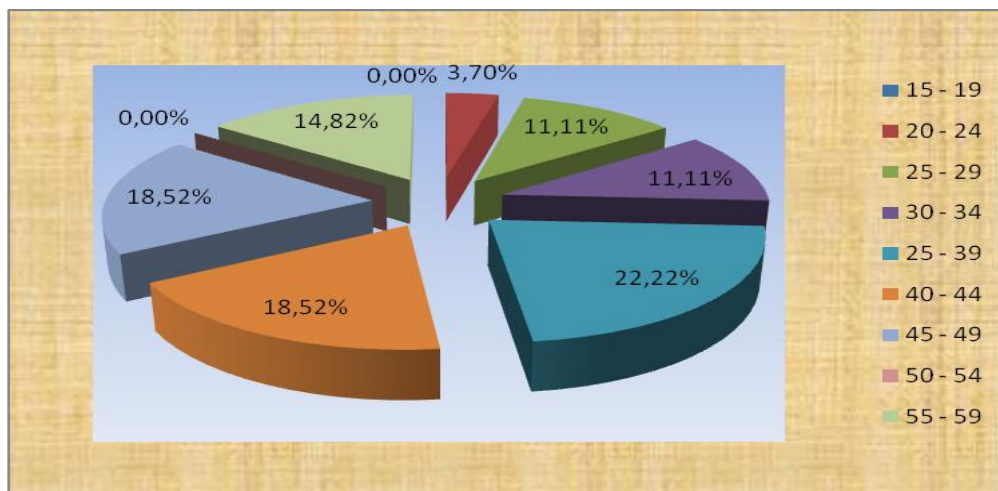
ANÁLISIS:

El 16,41% correspondiente a 21 turistas consideran que para impulsar el turismo en Montúfar es necesario dar a conocer los lugares turísticos mediante el internet puesto que hoy en día es un medio muy utilizado, el 14,06% igual a 18 personas creen necesario realizar eventos turísticos, el 13,28% equivalente a 17 turistas creen importante realizar reportajes, el 12,50% igual a 16 encuestados consideran que es imprescindible la amabilidad de los habitantes para recibir a los turistas, el 11,72% correspondiente a 15 personas consideran aumentar la publicidad, el 10,16% igual a 13 turistas realizar pancartas, un 8,59% correspondiente a 11 personas mediante trípticos y un mínimo porcentaje por medio de televisión, radio y comercio.

DATOS TÉCNICOS

EDAD: 15-19 ----- 20-24 ----- 25-29 ----- 30-34 ----- 35-39-----
 40-44 ----- 45-49 ----- 50-54 ----- 55-59 -----

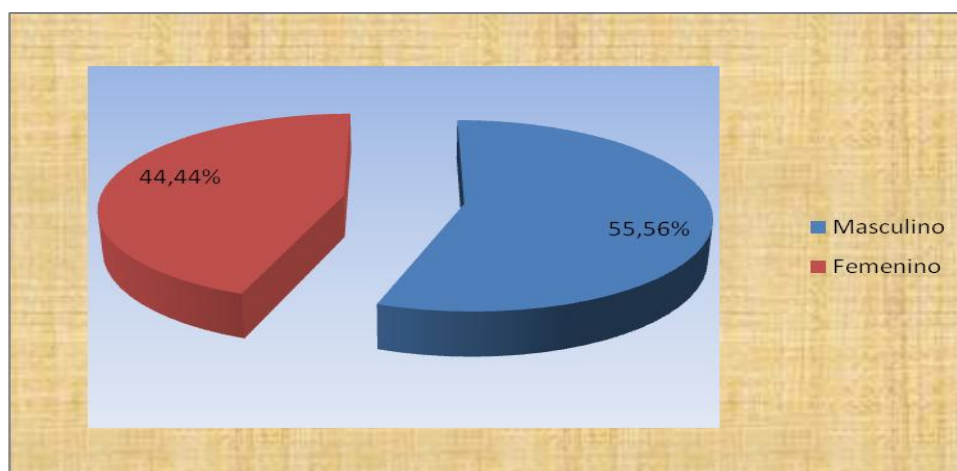
GRÁFICO N: 44
EDAD TURISTAS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autora

GÉNERO: Masculino _____ Femenino _____

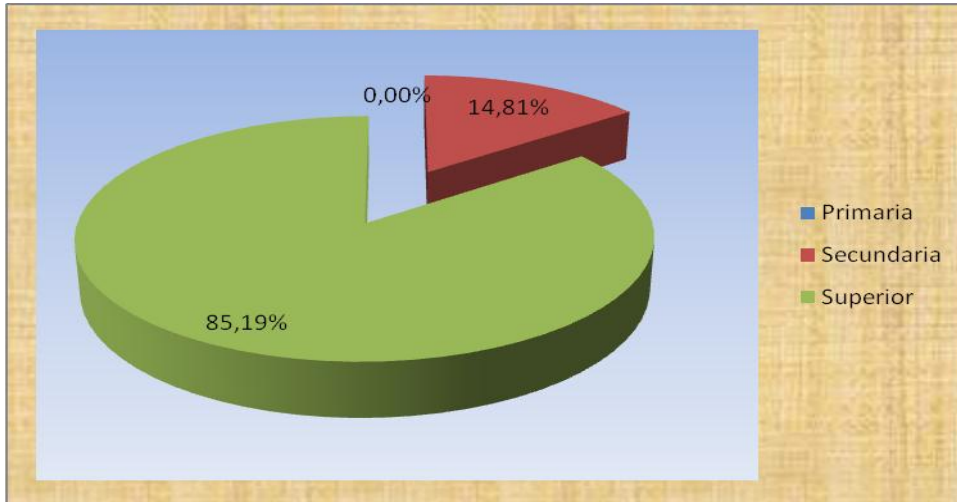
GRÁFICO N: 45
GÉNERO TURISTAS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
 Elaborado por: La Autora

INSTRUCCIÓN: Primaria____ Secundaria____ Superior____

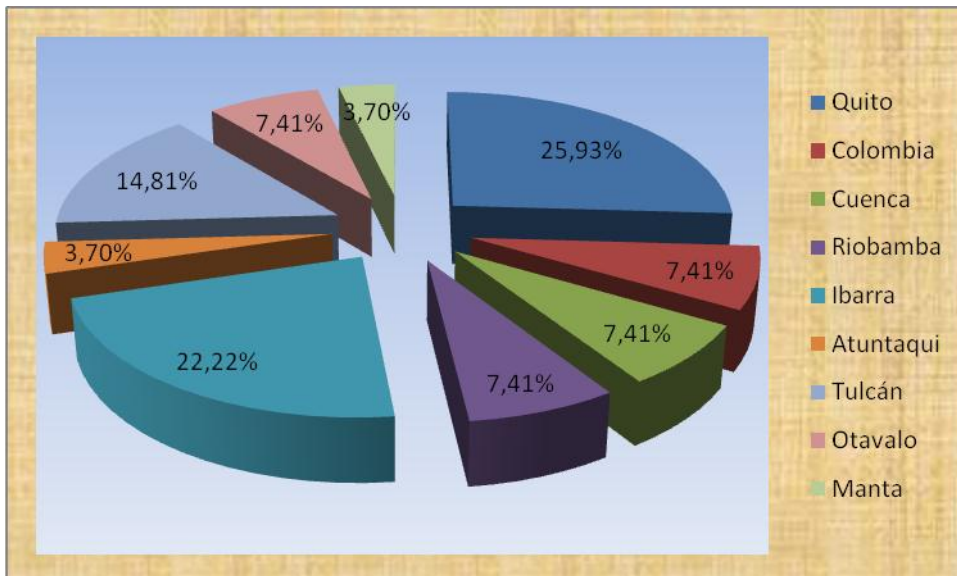
GRÁFICO N: 46
INSTRUCCIÓN EDUCATIVA TURISTAS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

PROCEDENCIA:

GRÁFICO N: 47
PROCEDENCIA TURISTAS



Fuente: Habitantes del Cantón Montúfar
Elaborado por: La Autora

3.9.3.1. ANÁLISIS GENERAL DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS

Para obtener la información necesaria se levantó una encuesta dirigida a los turistas tanto locales como extranjeros que se encontraban visitando Montúfar en especial sus atractivos naturales, de los cuales se pudo conseguir datos muy importantes que servirán de gran ayuda para formular estrategias para mejorar el turismo en el cantón, en donde se pudo conocer que la mayoría de los turistas cuando visitan Montufar acuden alguna agencia de turismo o al departamento de turismo para obtener información ya que estos no conocen debido a que no existe señalización o no saben cómo llegar lo que da a entender que no existe la suficiente promoción y publicidad de los atractivos turísticos es así como se debe difundir el turismo a través de la televisión, prensa, internet, vallas publicitarias, trípticos, afiches entre otros, capacitar a la población en el buen trato a sus visitantes, implementar en cada lugar áreas recreativas, paseos a caballo, ciclismo, transporte, hospedaje, seguridad, alimentación entre otros, dinamizando así el sector para satisfacer las necesidades de los turistas, en lo que respecta a gastronomía la comida preferida es la tradicional de la zona y el atractivo turístico más relevante es La Gruta de la Paz puesto que este lugar tiene una gran acogida de visitantes.

3.10. MATRIZ FODA

CUADRO N: 57

MATRIZ FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Riquezas naturales• Buenas vías de acceso• Gente amable• Oferta Gastronómica• Afluencia de turistas extranjeros.• Infraestructura Adecuada	<ul style="list-style-type: none">• Poca organización por parte de los ciudadanos.• Escasa promoción de los lugares turísticos.• Deterioro de los recursos naturales.• Poco adecuamiento de los lugares turísticos del Cantón.• Inexistencia de una imagen clara de Montúfar como destino turístico.• Limitado funcionamiento de oficinas de información turística.• Escasa señalización turística.• Manejo inadecuado de los recursos naturales.• Poca cultura de servicio al cliente.

<i>OPORTUNIDADES</i>	<i>AMENAZAS</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor popularidad del Cantón y por ende del país en el extranjero. • Mayor inversión extranjera en el Cantón. • Buena aceptación del Cantón a nivel nacional e internacional. • Adecuada Ubicación estratégica. • Apoyo económico por parte del Ministerio de Turismo. • Mejor posicionamiento de Montúfar como cantón turístico. • Gran oferta turística basada en la diversidad de atractivos naturales y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco grado de competitividad. • Poca promoción de los lugares turísticos a nivel nacional e internacional. • Limitaciones para el crédito. • Existencia de competidores turísticos en la región. • Deterioro de lugares turísticos los cuales influyen en la imagen del destino. •

Elaborado por: La Autora

3.10.1. CRUCES ESTRATÉGICOS

3.10.1.1. Cruce Estratégico FO

CUADRO N: 58
CRUCE ESTRATÉGICO FO

- Con el apoyo económico por parte del Ministerio de Turismo se puede mejorar la infraestructura de los lugares turísticos existentes.
- El Cantón al encontrarse en una buena ubicación estratégica permite la afluencia de turistas extranjeros.
- Con la amabilidad de la población montufareña se tendrá una buena aceptación del Cantón tanto a nivel nacional como internacional

Elaborado por: La Autora

3.10.1.2. Cruce Estratégico FA

CUADRO N: 59
CRUCE ESTRATÉGICO FA

- La existencia de competidores turísticos en la región hace que disminuya la presencia de turistas extranjeros en el Cantón.
- La limitación para el crédito obstaculiza en el mejoramiento de las vías de acceso a los diferentes lugares turísticos.
- La poca promoción de los lugares turísticos a nivel nacional e internacional influye en la disminución de la oferta gastronómica existente en el Cantón.

Elaborado por: La Autora

3.10.1.3. Cruce Estratégico DO

CUADRO N: 60
CRUCE ESTRATÉGICO DO

<ul style="list-style-type: none">• La escasa promoción de los lugares turísticos obstaculizan el posicionamiento de Montúfar como un cantón turístico.
<ul style="list-style-type: none">• La Escasa señalización turística dificulta el conocer la Gran oferta turística basada en la diversidad de atractivos naturales y culturales.
<ul style="list-style-type: none">• Con el apoyo económico por parte del Ministerio de Turismo se puede mejorar el adecuamiento de los lugares turísticos del Cantón.

Elaborado por: La Autora

3.10.1.4. Cruce Estratégico DA

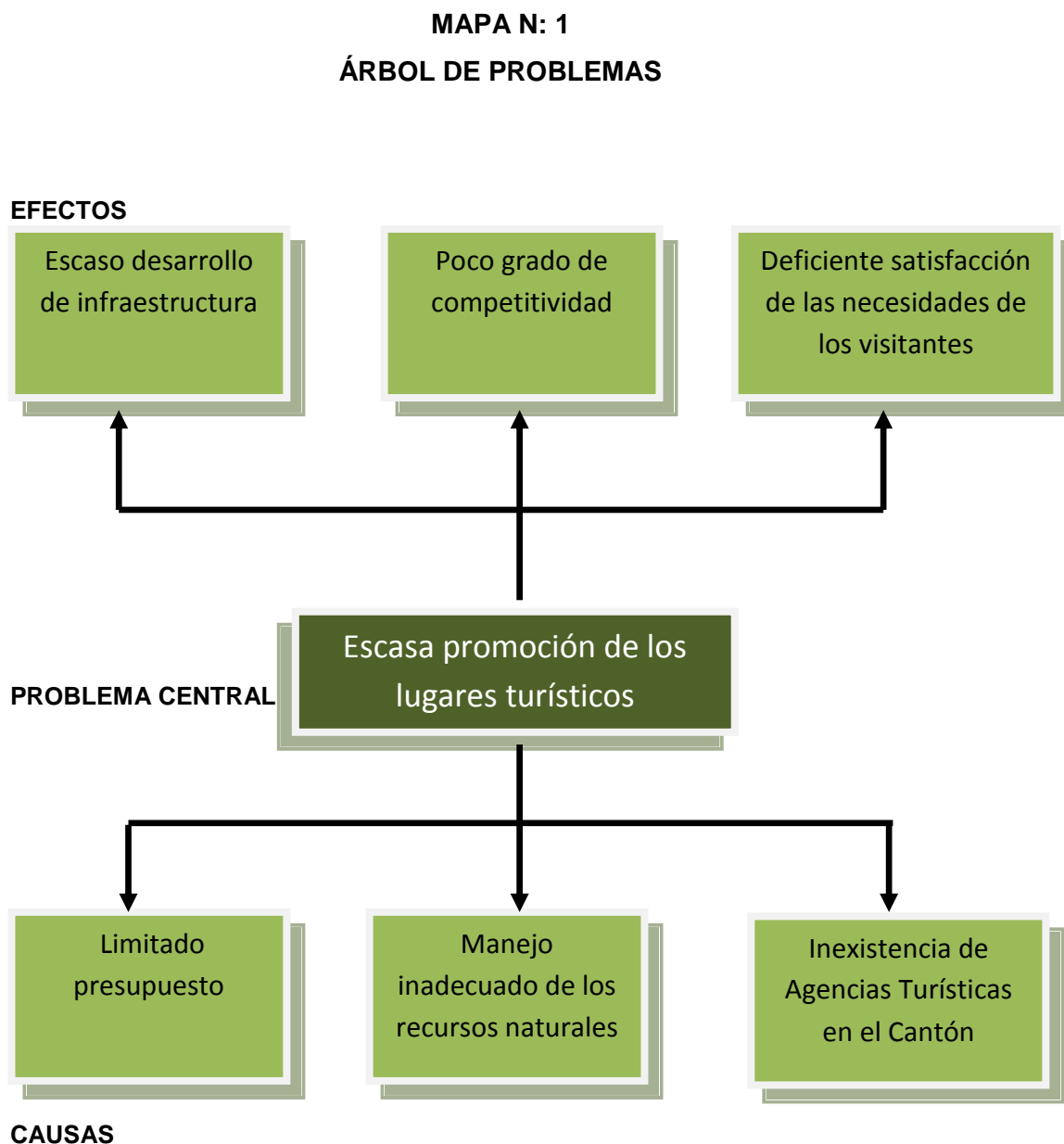
CUADRO N: 61
CRUCE ESTRATÉGICO DA

<ul style="list-style-type: none">• La poca organización por parte de los ciudadanos hace que se deterioren de manera progresiva los distintos lugares turísticos los cuales influyen en la imagen del destino.
<ul style="list-style-type: none">• La Poca promoción de los lugares turísticos tanto a nivel nacional como internacional influye en la inexistencia de una imagen adecuada de Montúfar como sector turístico.
<ul style="list-style-type: none">• El poco adecuamiento de los lugares turísticos del Cantón influye en la existencia de un grado de competitividad adecuado.
<ul style="list-style-type: none">• La escasa utilización de tecnología influye en el manejo inadecuado de los recursos naturales que el Cantón posee.

Elaborado por: La Autora

3.11. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

3.11.1. ÁRBOL DE PROBLEMAS



Elaborado por: La Autora

CAPITULO IV

4. MARCO TEORICO

4.1. EL TURISMO

PULIDO. Juan, (2007), dice: “En la actualidad el turismo se entiende como una actividad cultural emergente y un producto de la modernidad, claramente unido a la expansión del ocio y las vacaciones de los trabajadores, la democratización del viajar y el proceso de globalización”

El Turismo es interpretado por cada quien dependiendo de su cultura, vivencias, deseos, motivos y gustos. Para hacer posible el Turismo y las relaciones que surgen de éste, cada nación cuenta con un conjunto de bienes, servicios y organización que determinan el gusto de una persona por visitar un lugar para satisfacer sus necesidades de descanso, esparcimiento, recreación y cultura.

4.1.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes

motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

4.1.2. IMPORTANCIA

El Turismo es muy importante denominado también como la Industria sin Chimeneas por que genera fuentes de trabajo e identidad nacional, elevando el auto estima de los residentes y naturales de un territorio, además moviliza mucho dinero en efectivo que se distribuye al igual en muchas personas alternativamente. Se benefician los que directamente trabajan en el sector, más bien los pobladores donde se desarrolla esta actividad, vendiendo sus productos ya sean alimentos, artesanías, transporte, generando así múltiples puestos de trabajo directos e indirectos

4.1.3. PARA QUE Y PARA QUIENES, EL TURISMO ES IMPORTANTE

El Turismo es importante para todos, pues de una forma u otra todos los habitantes de un país turístico se benefician, la Economía se fortifica, los Inversionistas al confiar en el País, invierten sus recursos en él y así se generan muchas fuentes de trabajo estable.

4.1.4. IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA HUMANIDAD

La primera alusión al turismo se encuentra en la Biblia, pues con la palabra hebrea *tör* hace referencia a viajes de exploración, reconocimiento y vanguardia, lo cual nos indica el nacimiento de manera conjunta del hombre y la necesidad por desplazarse. Conocer nuevas costumbres, culturas, lenguas, tradiciones, etc., fueron desde este entonces consecuencias de lo que hoy en día conocemos como Turismo.

Con sólo el hecho de ir a un territorio ajeno a nuestro estado, sin obtener remuneración económica y con un lapso menor a 12 meses, estamos practicando turismo.

El individuo que no viaja es porque no quiere o porque de plano no puede, ya sea por falta de información o recurso económico, o iniciativa, pues nunca sobran las razones para salir de nuestro hogar (entorno habitual), diversión, salud, deporte, intercambio cultural, etc.

Visitar los diferentes lugares que integran nuestro planeta Tierra ocasiona un fenómeno social, ya que provoca de manera indirecta para el destino turístico un cambio en sus costumbres, sociedades y, por supuesto, en su economía.

Valene Smith, fue uno de los primeros en describir la evolución de los destinos desde la perspectiva del turismo y sus impactos de la antropología norteamericana.

**CUADRO N: 62
COMPORTAMIENTO DEL TURISTA**

TIPO DE TURISTA	NUMERO TURISTA	GRADO DE ADAPTACION
EXPLORADOR	Muy limitado	Total
DE ELITE	Muy escaso	Total
AJENO A LOS CIRCUITOS	Poco común	Bueno
INUSUAL	Esporádico	Aceptable
MASIVO INCIPIENTE	Flujo constante	Busca comodidades occidentales
MASIVO	Afluencia continua	Espera comodidades occidentales

Elaborado por: La Autora

Este modelo ha sido básico para definir e interpretar el turismo, pues hace un análisis del comportamiento del turista.

En la humanidad, el turismo es una necesidad para las naciones debido a la atracción de ingresos, generación de empleos, entre otros factores que multiplicaran la economía de una nación. Para Schulem “la importancia del turismo estriba en el peso económico que generan los ingresos derivados del tráfico internacional de viajeros” Schuler (1910). Por otra parte, Luis Fernández (1967) y Manuel Figuerola Palomo (1980) creen que la importancia del turismo radica exclusivamente en la “capacidad de producir bienes económicos a través de un intercambio, en donde los bienes que se intercambian están a disposición plena del consumidor, desestimando cualquier consideración patrimonial, social, cultural, etc.”

4.1.5. COMO SE DESARROLLA EL TURISMO

El Turismo se desarrolla con leyes adecuadas y apoyo efectivo, dotando de infraestructura vial, terrestre, aérea, marítima, moderna para que los visitantes, realicen sus viajes placenteramente; con precios al alcance y competitivos para esta actividad económica que debe competir con otros mercados mundiales alternativos. Es importante también preparar al capital humano con estudios especializados para que puedan atender a los visitantes.

4.1.6. CLASES DE TURISMO

BOWEN, Jhon; KOTLER, Philip; MAKENS, James y RUFIN Ramón (2004), dicen:

- Turismo de negocios
- Turismo deportivo
- Turismo de aventura

- Turismo religioso
- Turismo cultural
- Turismo científico
- Turismo gastronómico
- Turismo estudiantil
- Turismo de congresos
- Turismo familiar y de amigos
- Turismo de salud o medicinal
- El turismo como mercado incipiente”. Pág. (51- 58).

4.1.7. TIPOS DE TURISMO

Actualmente se consideran los siguientes tipos de turismo de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2008):

- **TURISMO DE AVENTURA**

Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades con connotaciones de desafío, expediciones accidentadas, la mayoría de las veces para adultos, que incluyen viajes valientes e imprevistos. Ejemplos: escaladas, espeleología, safaris en jeep.

- **TURISMO DE BIENESTAR**

Es el turismo constituido por programas y actividades desarrolladas para mejorar o equilibrar las condiciones físicas o espirituales de un individuo o grupo de personas. Ejemplos: yoga workshops, clínicas para desintoxicación, Spas.

- **TURISMO CULTURAL**

Es el turismo constituido por programas destinados a participantes interesados en conocer las costumbres de un determinado pueblo o región. Ejemplos: danza, folklore, gastronomía.

- **TURISMO DEPORTIVO**

Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades con el fin específico de promover la práctica de deportes para aficionados o profesionales. Ejemplos: alpinismo, golf, submarinismo, pesca, windsurf.

- **TURISMO DE ESTUDIO**

Es el turismo constituido por programas y actividades para el aprendizaje, prácticas o ampliación de conocimientos, en los que participan estudiantes y profesores con profesionales locales. Ejemplos: antropología, botánica, cocina, idiomas, fotografía, zoología.

- **TURISMO DE INCENTIVO**

Es el turismo constituido por programas y actividades para empresas u organizaciones, para motivar o premiar a funcionarios y equipos a fin de alcanzar las metas de producción o calidad. Ejemplos: cruceros fluviales y marítimos, safaris en jeep.

- **TURISMO DE INVESTIGACION**

Es el turismo que consiste en viajes y expediciones para el reconocimiento o estudio, llevado a cabo por instituciones o profesionales interesados en temas específicos. Ejemplos: antropología, arqueología, botánica, impacto medio ambiental.

- **TURISMO PROFESIONAL**

Es el tipo de turismo constituido por programas y actividades que permiten a los profesionales un contacto directo, con el tema al que se dedican, y en el que pueden ampliar conocimientos con otros profesionales. Ejemplos: agricultura, antropología, botánica, gemología.

- **TURISMO RURAL**

Es el tipo de turismo que ha surgido con la revalorización cultural y de las actividades rurales en los hoteles, haciendas, etc.

4.1.8. TURISMO SUSTENTABLE

Según la Organización Mundial del Turismo (2008) el turismo sustentable es: “Un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen”.

El turismo sustentable satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro.

4.1.9. ATRACTIVO TURISTICO

Para Wikipedia la Enciclopedia libre (2008), Atractivo Turístico es: “Todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es decir, es tanta la belleza o importancia de ese atractivo, que personas que viven en otros lugares (turistas) viajan para disfrutarlo”.

Entonces se puede definir al Atractivo turístico como el lugar, zona o acontecimiento que está situado naturalmente o artificialmente en algún lugar o territorio y este a su vez puede ser adecuado para todas las sociedades que buscan sano esparcimiento y recreación tanto para una o varias personas o familias que buscan una distracción satisfactoria.

4.1.10. SECRETOS DEL ÉXITO EN EL TURISMO

Para conseguirlo todos los que forma la familia turística deben ser capaces de mejorar estos quince retos con eficacia y cierta celeridad, porque los competidores procuran estar siempre a la vanguardia.

- Potenciar la eficacia y coordinación entre las distintas instituciones.
- Elaborar y desarrollar un programa de formación destinado a los políticos, responsables de instituciones y organismos eminentemente turísticos para que sepan gestionar con mentalidad de turismo total. Los recursos que tienen asignados y las funciones que les corresponden.
- Mejorar la coordinación entre las diferentes instituciones en las actuaciones que afectan al producto turístico (infraestructura, seguridad, sanidad, medio ambiente, etc.).
- Presionar a los empresarios, dentro del grupo de la empresa pequeña, familiar atomizada y dispersa en el territorio para que se concencie de la importancia que tiene su autoformación.
- Incrementar la coordinación y los contactos entre las escuelas y el sector empresarial para adecuar los contenidos de los programas de estudios de las escuelas de turismo y hostelería y los de formación profesional a las necesidades del mercado, para facilitar así la integración laboral a sus alumnos.
- Potenciar el asociacionismo empresarial activo y eficiente en cada destino turístico, en un mercado tan competitivo, tan solo con economías a gran escala se puede mejorar la productividad.
- Mejorar la calidad del destino turístico mediante la aplicación de la idea de que todo lo que afecta a la imagen que percibe el visitante hay que tratarlo bajo el prisma del “turismo total”.
- Crear en cada destino turístico, de forma que resulte visible para el visitante, el banco de habitaciones libres para facilitar su ocupación.

- Ayudar a crear en cada destino turístico el suficiente ocio para ser atractiva y distraída la estancia de los visitantes, a través de la publicidad ofrecida a los intermediarios comerciales de cada destino turístico, como un elemento más de actuación y fidelización de los visitantes.
- Desarrollar auditorias de la calidad, tanto a la administración pública del destino como a las empresas turísticas, para contribuir a mejorar el nivel de calidad que percibe el cliente de las instalaciones, de los servicios, del trato y especialmente de la oferta de los equipamientos públicos del destino.
- Crear en cada destino el teléfono de información y auxilio turístico, para satisfacer al visitante en sus deseos de información y seguridad.
- Mejorar los accesos, la circulación, el aparcamiento y la señalización de los destinos.
- Adecuar los horarios, la dedicación, los conocimientos y la dimensión de los registros de los funcionarios públicos de los patronatos de turismo y ayuntamientos turísticos, especialmente en los meses de mayor afluencia de visitantes.
- Incrementar la vigilancia y la observación en el cumplimiento estricto de las normativas existentes en el sector.
- Introducir las nuevas tecnologías en la comercialización de los destinos turísticos.

4.2. EL TURISMO EN EL ECUADOR

4.2.1. RESEÑA HISTÓRICA DEL TURISMO EN EL ECUADOR

Los siguientes son hechos históricos importantes que han sucedido a lo largo de la historia en lo que respecta al turismo en el Ecuador:

- **1953.-** 15 Mar. 1953 - Metropolitan Touring se fundó el 15 de marzo de 1953 y su historia ha estado estrechamente ligada al desarrollo del turismo en el Ecuador. Fundada por Eduardo Proaño y Hernán Correa.
- **1980.-** 27 Sep. 1980 - Luis Orlando Cañar, presidente de la Cámara provincial de Turismo de Zamora Chinchipe, recordó que el 27 de septiembre de 1980, la Organización Mundial de Turismo declaró esta fecha como del Día Mundial del Turismo.
- **1998.-** 23 Dic. 1998 - El 23 diciembre de 1998, el Presidente Jamil Mahuad mediante Decreto Ejecutivo N. 412 al considerar que el funcionamiento del sector turístico está encargado del Ministerio de Turismo y la Corporación Ecuatoriana de Turismo.
- **2001.-** 19 Jul. 2001 - 1 y 2 de su reglamento ; Art. 3 literal b) de la Ley de Turismo; y, el Convenio de Transferencia de Competencias, Responsabilidades, Atribuciones y Recursos del Gobierno Nacional a través del Ministerio de Turismo como organismo responsable.
- **2002.-** 11 Sep. 2002 - El 11 de septiembre del 2002, el Ministerio de Turismo aprobó el Estatuto de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FEPTCE, otorgándole personalidad jurídica.
- **2005.-** En el año 2005 el Ministerio de Turismo del Ecuador solicitó al Gobierno de la República Popular China, la ya mencionada

aprobación. El siguiente paso es la negociación y aprobación de un “memorando de entendimiento”.

- **2007.-** 28 Feb. 2007 - La Cámara Cantonal de Turismo (Cactur) participará en la Feria internacional denominada Vitrina Turística, organizada por Anato, a realizarse en la ciudad de Bogotá, Colombia, desde el 26 al 28 de febrero del 2007.
- **2008.-** 30 Dic. 2008 - Ecuador pasó ayer, por primera vez en su historia, la barrera anual del millón de turistas extranjeros que arriban al país. Lo más cercano que estuvo la nación de llegar a esta meta fue el año pasado, cuando registró 954.000 visitantes.
- **2009.-** 1 Ene 2009 - Estados Unidos es el principal origen de los turistas extranjeros que llegan a Ecuador, país donde se registró un incremento global de visitantes del 7% en el 2008 respecto del año anterior, informó este jueves el director de la Cámara de Turismo de Quito.
- **2010.-** 21 Abr. 2010 - Los participantes recibieron 10 módulos de asignaturas como: gerencia de servicios, marketing, introducción al turismo, historia y arqueología del Ecuador, identidad y cultura, inglés básico, entre otras. Además, realizaron tres giras prácticas de observación de los atractivos y sitios turísticos existentes.

4.3. IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA

El informe de la OMT, 11 de Sep., dice que: “Se define importante al sector (y de desempeño positivo) desde el punto de vista económico, ya que el turismo es una actividad de mucha jerarquía por su incidencia en el desarrollo nacional, especialmente sobre la redistribución de la renta, sobre la

balanza de pagos, sobre el nivel de empleo, sobre el producto bruto interno y sobre las economías regionales.”

En casi todos los países del Mundo el turismo representa una parte importante de su economía. Como actividad económica, por una parte está definido por su demanda y el consumo de los visitantes. Por otra parte, el turismo se refiere a los bienes y servicios producidos para atender a dicha demanda. En sí mismo, incluye una amplia gama de actividades diferentes, por ejemplo, transporte hacia y en los destinos, alojamiento, abastecimiento, compras, servicios de agencias de viaje, operadores de turismo receptivo y emisor. El turismo internacional es una fuente fundamental de ingresos para muchos destinos.

4.4. EFECTOS ECONÓMICOS DEL TURISMO

Los efectos del turismo sobre la economía son, tal vez, los más conocidos y han sido los que en mayor grado estimularon el interés de los países por el fomento y desarrollo de la actividad turística. Muchos países optaron por el turismo para potenciar su desarrollo económico, en virtud de los indudables efectos benéficos que este brinda, y que se manifiestan fundamentalmente en su contribución a la balanza de pagos, la creación de empleos y el impacto positivo que tiene sobre otras ramas de la actividad económica.

4.4.1. EFECTOS DEL TURISMO SOBRE LA BALANZA DE PAGOS

Éste es quizá el más notable de todos los posibles beneficios del turismo, y por consiguiente, el que con más frecuencia ha sido estudiado. Ya desde 1911 se tiene antecedentes de estudios tendientes a analizar la aportación del turismo a la balanza de pagos, motivados por la capacidad que tiene el sector para generar divisas. La contribución del turismo a la

balanza de pagos puede ser analizada tanto desde el punto de vista económico, que ha sido el enfoque tradicionalmente utilizado en este análisis, como desde el punto de vista estrictamente contable, a efectos de establecer el resultado operacional neto del intercambio turístico con el exterior.

4.4.2. EVALUACIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA ECONÓMICO

La evaluación de los efectos del Turismo sobre la balanza de pagos siempre se ha efectuado desde el punto de vista económico. En este se analiza la contribución que el Turismo hace a la economía de un país, como consecuencia de la capacidad que tiene la actividad turística para generar divisas, contribución que se manifiesta a través de los ingresos generados por concepto del turismo internacional, se les compara con el valor de las exportaciones de bienes y servicios realizadas por el país y se analizan las contribuciones que dichos ingresos hacen a la cobertura de las importaciones y al pago de los servicios de la deuda pública externa.

4.5. MEDICIÓN DE LA PRODUCCIÓN DEBIDA AL TURISMO

Los gastos erogados por los turistas generan salarios y otros ingresos en los factores de producción, y como el propio sector turístico está compuesto de varias ramas, los efectos inmediatos de esos gastos suelen estar más dispersos que los de las exportaciones de otros bienes y servicios

4.6. INCIDENCIA DEL TURISMO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS

Existen complejas relaciones entre el turismo y el desarrollo y la evolución que la misma ha presentado, desde las concepciones sobre la

relación turismo desarrollo hasta el actual positivismo, o lo que es lo mismo que se acepte mayoritariamente en nuestros días el que exista una relación estrecha y directa entre ambos términos. Asimismo, se contempla una reflexión sobre las características más apreciadas del turismo como “instrumento de desarrollo” y su rol en el proceso de desarrollo económico de las áreas de baja renta.

4.7. VALORACIÓN DE LA INCIDENCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA

A partir del año 2000, en que la comisión de estadísticas de las naciones Unidas aprobó el diseño metodológico de la cuenta satelital de turismo (CST), los países disponen de un nuevo instrumento para evaluar la incidencia del turismo en sus economías de manera integral. Las cuentas satélites de turismo se puede describir como un conjunto de cuentas y tablas, basados en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presentan los distintos parámetros económicos del turismo de manera interrelacionada para una fecha de referencia; está conformada por las siguientes tablas:

- Consumo de turismo receptor por productos y categorías de visitantes (gasto efectivo del consumo final del visitante).
- Consumo turístico interno por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante).
- Consumo turístico emisor por productos y categorías de visitantes (gasto en efectivo del consumo final del visitante).
- Consumo turístico interior por productos y tipos de turismo.
- Cuenta de producción de las ramas de actividad turística y de otras ramas de actividad.
- Oferta interior y consumo turístico interior por productos.
- Empleo en las ramas de actividad turística.

- Formación bruta de capital fijo turístico de las ramas de actividad turística y de otras ramas de la actividad.
- Consumo colectivo turístico por funciones y nivel de administración.
- Indicadores no monetarios.

Como el visitante puede realizar gastos en varias categorías de productos, lo cual dificulta la delimitación y medición de dicho gasto, a efectos de la cuenta satélite de turismo (CST), y para poder facilitar las comparaciones internacionales, se acordó centrar y analizar el gasto efectuado por los turistas en siete grandes categorías de servicios:

- Alojamiento.
- Provisión de alimentos y bebidas.
- Transporte de pasajeros.
- Agencias de viajes, tour operadores y guías turísticos.
- Culturales.
- Recreativos y otros servicios de entretenimiento.
- Turísticos diversos.

4.8. EFECTOS SOCIOCULTURALES POSITIVOS DEL TURISMO

La mayoría de los efectos sociales positivos que tiene el turismo se relacionan con el patrimonio cultural:

- Preservación de monumentos arqueológicos y testimonios de culturas antiguas.
- Revalorización de los usos y costumbres de la población.
- Revitalización de zonas de las ciudades que han perdido su función original.
- Reconversión de edificios e instalaciones obsoletas o en desuso.
- Fomento de las actividades culturales.

4.9. LA INDUSTRIA TURÍSTICA

SECALL, Esteve. Manifiesta: “La industria turística cumple las tres características básicas de cualquier industria: 1) Rigidez de la superestructura, en este caso turística, 2) Dependencia de la infraestructura de transportes y 3) la existencia de fuertes inversiones en inmovilizado que requieren de un largo periodo de amortización Características a las que habría que añadir la exigencia de capital humano, la necesidad de adaptación constante de nuevas tecnologías de frontera para mantener niveles aceptables de productividad y competitividad de la industria y por último la exigencia de calidad de procesos y productos fundamental para garantizar la supervivencia de la industria en un entorno de fuerte competitividad y mutabilidad como es el actual”.

Es muy importante tener en cuenta los diferentes aspectos de la Industria Turística para lograr un amplio desarrollo del sector el cual pueda competir de acuerdo a las exigencias existentes en el mismo, en donde se debe valorar los recursos tanto naturales como ambientales que se posee y así saberlos explotar de la mejor manera para lograr el óptimo desarrollo de la Industria.

4.10. LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO

Los beneficios económicos son probablemente la principal razón por la cual muchos países están interesados en el desarrollo del turismo. En este sentido la contribución de este sector a la economía es, evidentemente importante; ya que el turismo es actualmente la segunda industria más grande del mundo. Para muchos países el turismo es uno de los mayores empleadores y exportadores de servicios, y a pesar de

ello, los economistas no han prestado mucha atención a las revisiones de las posibles contribuciones del sector a la economía nacional.

Los principales impactos económicos positivos del Turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos, y la generación de empleo y oportunidades de negocios. El gasto turístico representa una inyección de dinero en la economía local de un destino. Esa inyección tiene tres tipos de impactos:

- **Impactos Directos:** Se reflejan el aumento de los ingresos por ventas de las empresas de servicios turísticos.
- **Impactos Indirectos:** Cuando los proveedores directos compran sus insumos a otras empresas de la región, que a su vez compran insumos a otras empresas, y así sucesivamente.
- **Impactos Inducidos:** Surgen cuando los destinatarios del gasto directo e indirecto (propietarios de las empresas y empleados) gastan sus ingresos.

4.11. INVERSIÓN DEL ECUADOR EN TURISMO PARA REVERTIR POBREZA

El Gobierno de Ecuador tiene previsto un presupuesto de: USD \$ 12'136.392,30, de dólares con un notable incremento en la asignación para el Ministerio de Turismo, con el fin de promover un programa de reactivación de las zonas de turismo en el país, promocionar la imagen de la nación, y al mismo tiempo implementar con ello un plan de erradicación de la pobreza en el país.

Cuyos ejes prioritarios corresponden a:

- Erradicar la pobreza a través del turismo como herramienta productiva sostenible.
- Fomentar el turismo interno.
- Apoyar los proyectos de microempresas turísticas.
- Fomentar el turismo sostenible en todo el Ecuador.

Estos 12 millones del presupuesto se invertirán en zonas vulnerables, identificadas con mayores índices de pobreza, pero inmensamente ricas en cuanto a atractivos turísticos por explorar y promocionar. Entre los principales proyectos que el MINTUR ha priorizado con este presupuesto están:

- Turismo Sostenible con la Comunidad que tiene asignados 470 mil dólares.
- Marketing para turismo interno y receptivo 500 mil dólares.
- Inventario de atractivos turísticos con 500 mil dólares.
- Señalización turística con 460 mil dólares.
- Cuenta satélite del turismo 200 mil dólares, entre otros proyectos de enorme importancia.

Además el presupuesto del MINTUR tendrá un carácter descentralizado para operar, pues solo el 15% de los recursos se quedarán en la matriz y el 85% están ya asignados a los gerencias y direcciones regionales de turismo.

4.12. APORTE DEL TURISMO EN EL DESARROLLO LOCAL

VAZQUEZ, Blakely. Dice: “El desarrollo de las comunidades locales puede ser analizado desde el paradigma emergente del desarrollo económico local (DEL), el cual es definido como un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento eficiente de

los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local”

La experiencia demuestra que no se trata de un proceso lineal y acumulativo sino que tiene que ver en gran medida, con la interacción de los actores locales del Cantón, tanto la cooperación como la asociación son factores clave para impulsar el desarrollo. Las comunidades más desarrolladas, lo han sido en la medida que sus actores han tenido mayor predisposición a cooperar en aras de objetivos comunes y, en sentido contrario, las comunidades de menor desarrollo, deben su atraso a la escasa predisposición a cooperar por parte de sus organizaciones e instituciones

En esta perspectiva, las comunidades locales que se enfrentan al fenómeno turístico poseen distintas dosis de capital social, pero entre más fuertes sean estos recursos, mejores posibilidades tendrán para incidir en la determinación del modelo de desarrollo turístico y lograr mayores niveles de “rentabilidad social”.

4.13. EL TURISMO Y EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

4.13.1. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

- Los Recursos Naturales y Culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.

- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

4.14. EL TURISMO COMO COMPLEMENTO DE LA ECONOMÍA

Diccionario práctico profesional Turismo, hoteles y restaurantes. Dice: “El turismo no es necesariamente un proyecto exclusivista, a menudo se combina bien en una economía mixta, el turismo forma una parte importante en la economía de la ciudad, pero está muy lejos de ser la más importante”. Pág. (155).

El turismo es una parte esencial en la economía puesto que al existir buenas políticas de desarrollo del sector se puede lograr beneficios económicos los cuales beneficiarán a la población que se encuentra inmersa. Es por eso que se debe buscar las mejores estrategias en donde se busque promocionar los lugares turísticos existentes cumpliendo los objetivos planteados en beneficio de su gente.

4.15. TURISMO FACTOR DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

CARDENAS, Fabio. Dice: “El turismo sostenible es aquel que reporta beneficios económicos al tiempo que mantiene la diversidad y la calidad ecológica, es decir conjuga la conservación con el desarrollo económico”.

El turismo es un factor de desarrollo sostenible puesto que produce beneficios económicos en donde la mayor prioridad es conservar los recursos naturales existentes, tomando en cuenta que se debe concienciar a la población en la conservación y mantenimiento de los

recursos naturales y por ende del medio ambiente para lograr así una mayor acogida de turistas tanto nacionales como extranjeros.

4.16. TURISMO ECOLÓGICO O ECOTURISMO

(TIES) Sociedad Internacional de Ecoturismo define ecoturismo como "un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local".

El Turismo ecológico o ecoturismo es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajantes. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, grupos, cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

El ecoturismo es un subcomponente del campo del desarrollo sostenible, es una forma de turismo centrado en la naturaleza que se caracteriza por estar fuertemente orientado al desarrollo sostenible y por lo tanto se sustenta en el cumplimiento de siete componentes.

- Contribuye a la conservación de la biodiversidad.
- Sostiene el bienestar de la población local.
- Incluye una experiencia de aprendizaje / interpretación
- Involucra la acción responsable por parte de turistas y de la industria turística.
- Es ofrecido primordialmente a grupos pequeños por pequeñas empresas.
- Requiere el consumo más bajo posible de recursos no renovables.

- Enfatiza la participación local, propiedad y oportunidad de negocios para la población rural.

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR) define al Turismo de Naturaleza como "los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales." La SECTUR hace diferencia entre Turismo de Naturaleza y Ecoturismo, por lo que ha dividido al Turismo de Naturaleza en tres grandes segmentos, Ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

Definiendo al Ecoturismo como "Aquellos viajes que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación. Tienden a realizarse en áreas poco perturbadas por el hombre y suelen incluir prácticas de entendimiento y sensibilización cultural."

Otra definición puede ser "viajar en forma responsable hacia áreas naturales conservando el medio ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales".

4.16.1. CATEGORÍAS

El ecoturismo se puede clasificar en por lo menos tres grandes categorías, podría establecerse que cuando sólo se refiere a la conservación de la naturaleza, estamos en presencia de un ecoturismo de categoría 1; si además de la conservación de la naturaleza se añade la conservación de la cultura local y de su patrimonio histórico, se estaría hablando de un ecoturismo categoría 2, y finalmente, si a la categoría 2 se le añade lo que sería un ecoturismo socialmente sustentable, es decir la oportunidad que brindaría como actividad de servicios para mejorar la calidad de vida de la población receptora, estaríamos hablando de un

ecoturismo categoría 3, que sería el que en realidad integraría los aspectos medioambientales, socioculturales y de la distribución de la riqueza generada , por lo que este tipo de ecoturismo sí merecería todo el apoyo de las instituciones del estado, debido a sus múltiples impactos positivos.

4.16.2. PRINCIPIOS

- Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad;
- Construir respeto y conciencia ambiental y cultural;
- Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones;
- Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación;
- Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local;
- Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones;
- Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

4.16.3. FINES

- Fondos para la conservación.
- Educación sobre la importancia de un ecosistema conservado.
- Conciencia en los miembros de la localidad.
- Desarrollo balanceado y sostenible de las áreas.
- Protección del sitio utilizado, sobre todo haciendo hincapié en lo negativo de las actitudes depredadoras de algunos seres humanos.
- Participación de los miembros de la localidad de manera activa en el establecimiento de las decisiones a favor de todos.

4.16.4. ECOTURISMO COMO ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE

Del término ecoturismo se derivan varias tesis. La primera se refiere a la posibilidad de vincular la ecología con el turismo, lo que presenta una interrogante de entrada: ¿Es posible unir en la teoría y en la práctica una disciplina biológica con una disciplina social?, la primera tendencia es aquella que considera que el turismo orientado hacia la naturaleza fue y sigue siendo equivalente a ecoturismo

4.16.5. LOS TOUR OPERADORES ECOTURÍSTICOS

Se trata de aquellas empresas que crean y comercializan sus propios programas o paquetes turísticos. Son productoras de tours y excursiones, distribuidos a través de mayoristas y minoristas, sean o no sus sucursales o filiales. Este tipo de empresas tienen dos funciones básicas:

- Elaboración de programas de viajes (tours, excursiones o cruceros).
- Operación de los programas que elabora.

Las operadoras turísticas dan inicio y fin al ciclo productivo, a la vez que son responsables de la fase operativa frente al cliente. Si bien es cierto que cada operador de servicios es responsable de su porción del programa, ante el consumidor es el tour operador quién aparece como organizador y responsable directo de la operación.

4.16.6. EL PAPEL DEL ECOTURISTA EN EL PROCESO PRODUCTIVO

En el ecoturismo, el visitante desempeña un papel trascendental en la aplicación de los procedimientos técnicos y en las posibles implantaciones de procesos de gestión ambiental, ya que él si se incorpora de una manera verdaderamente activa al proceso productivo

turístico, prácticamente se convierte en productor de lo que desea consumir. Por tanto, una vez que el operador da inicio al proceso productivo turístico, al precisar los elementos que intervendrán en dicho procedimiento y ofertárselos al turista, es éste último, durante la etapa operativa, quien realmente definirá con su participación, si la experiencia ecoturística y la estrategia de gestión ambiental que la empresa pretende poner en marcha, podrán, efectivamente ser ejecutadas o no.

4.16.7. DIFERENCIAS CON OTROS TIPOS DE TURISMO VERDE

En la práctica se presenta un problema para establecer lo que es turismo ecológico y lo que no es. Por un lado, existen varias definiciones de lo que es ecoturismo; tampoco existe un órgano a nivel internacional que certifique tal actividad; y además, muchos de los turistas realizan en sus viajes actividades de ecoturismo combinadas con otras que no lo son. Por otra parte, algunos gobiernos y empresas del sector turístico por conveniencia económica tratan el ecoturismo como equivalente a cualquier clase de turismo basado en la naturaleza. Turismo de aventura, sol y playa, acampar, pesca o cualquier actividad turística de convivencia con la naturaleza no necesariamente es ecoturismo, en la mayoría de los casos es solamente turismo natural o turismo verde. Sin embargo, la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) y el Programa para el Medio Ambiente de las Naciones Unidas (UNEP) han emitido diversas publicaciones en las cuales además de aportar su definición de ecoturismo, plantean recomendaciones de política pública y buenas prácticas, para hacerlo sostenible. En ellas, reconocen que el término ecoturismo mantiene un doble significado, por una parte se refiere a un concepto elaborado bajo un conjunto de principios y por otra, hace referencia a un segmento de mercado.

4.16.8. TURISMO ECOLÓGICO COMO SEGMENTO DE MERCADO

Desde el punto de vista del mercado, el ecoturismo ha crecido aceleradamente a nivel mundial, aunque no todos los países han establecido políticas o certificaciones para aquellas empresas que respetan los principios del ecoturismo orientado a la sustentabilidad, ello ha llevado a confusiones en la forma en que se promueve e incluso en lo que se ofrece como tal.

Mucho de lo que es mercadeado como ecoturismo a nivel mundial, realmente es solo "ecoturismo leve", o peor todavía, "greenwashing", un engaño mediante el cual se utilizan imágenes y la etiqueta de turismo ecológico tan solo como un medio publicitario para atraer turistas a ciertas actividades que en realidad no siguen ninguno de los principios y prácticas del ecoturismo verdadero. El ejemplo clásico es el de un gran complejo hotelero de playa tradicional localizado cerca de un lugar prístino o de belleza singular para aprovecharse su ubicación. En general el turismo de masas produce muchos impactos negativos y solo trae beneficios económicos para los propietarios y las operadoras de turismo, sin que existan beneficios para la conservación del ambiente ni para la población local, excepto por los empleos de baja paga. Por esta razón, el ecoturismo ha sido criticado por su carencia de estándares y criterios de homologación fiables, lo que permite que se ofrezcan en el mercado mundial productos que no son ecoturismo verdadero como si lo fueran.

4.17. TURISTA

MONTANE. Jordy, (2006). Manifiesta: "Es el visitante temporal que permanece al menos 24 horas y menos de un año, en el lugar de destino, distinto al de su lugar de residencia o entorno habitual (mismo país - turista nacional - u otro país - turista internacional-), donde efectúa una pernoctación como mínimo y no supera un año de estancia"

Un turista es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

Las características que lo definen como turista no responden a un sólo aspecto, por ejemplo, el cultural. Aquella persona que visita distintos puntos de su país, o del planeta, y que lo hace para aprender más o para aumentar su conocimiento cultural es turista. Sin embargo, una persona que visita por motivos de salud, puede cumplir con otras características que lo definen como turista, y sin embargo, no visitó un lugar para aumentar su conocimiento, ni para aprender más.

Todo individuo que se moviliza de un lugar a otro es considerado viajero. Entre la figura de "viajero" podemos distinguir al "visitante" de los "otros viajeros". Es visitante el que viaja a un lugar fuera de su entorno habitual y no responde a una actividad remunerada en el destino por residentes.

Entre los visitantes podemos distinguir a los turistas y a los excursionistas, y la única característica que los diferencia es si pernoctan o no en el destino.

El carácter lucrativo no es determinante para la clasificación de la actividad como de turismo. De hecho, el turismo de negocios es lucrativo para el individuo considerado turista, y no por ello deja de ser considerado como tal, ni de realizar actividades turísticas.

Para la identificación del entorno habitual se considera la frecuencia con que se viaja a determinada localidad o región, y la distancia entre el origen y el destino. Sin embargo, frecuencia y distancia no son conceptos exhaustivos, siendo todavía difusos.

4.17.1. TIPOS DE VIAJEROS

ENCICLOPEDIA OCÉANO, turismo dice:

CUADRO N: 63
TIPOS DE VIAJEROS

PSICOCENTRICOS	ALOCÉNTRICOS
<ul style="list-style-type: none">- Prefieren lo conocido cuando eligen la zona de destino.- Prefieren el tipo de actividades corrientes en esa zona elegida.- Prefieren los típicos lugares para tomar el sol y divertirse, con la posibilidad de descansar mucho.- Bajo nivel de actividad.- Prefieren destinos accesibles en automóvil.- Prefieren alojamientos para turistas, del tipo complejos hoteleros grandes, restaurantes familiares y tiendas para turistas.- Prefieren ambientes caseros, las diversiones de tipo familiar, sin notar un ambiente extraño.- Lo más apropiado son los viajes organizados, con	<ul style="list-style-type: none">- Prefieren las zonas no turísticas.- Disfrutan con la sensación de descubrir y con nuevas experiencias, antes de que otra gente conozca esas zonas.- Prefieren lugares desconocidos y diferentes a lo normal.- Alto nivel de actividad.- Prefieren destinos accesibles en avión.- Los alojamientos deben estar equipados, como los buenos hoteles, con comida aceptable, hoteles no necesariamente modernos o de cadenas hoteleras, y con pocas atracciones especiales para turistas.- Les gusta encontrarse y tratar con gente de cultura extraña y diferente.- Pueden hacer un viaje en

casi todo incluido.	el que les han organizado las cosas más básicas y que les permita una considerable libertad y flexibilidad”. Pág. (173)
---------------------	---

Elaborado por: La Autora

4.18. DESARROLLO SOCIO – ECONOMICO

SELDON, Arthur. Manifiesta: “Acrecentar, por lo general este término significa crecimiento económico y social, se emplea para describir no las medidas cuantitativas de una economía en crecimiento como la tasa de aumento de la renta real per cápita, sino, los cambios económicos, sociales de cualquier tipo que dan lugar al crecimiento, el desarrollo económico exige cambios en las técnicas de producción, en las actitudes sociales y en las instituciones”.

El desarrollo socio-económico se refiere al crecimiento tanto económico como social, es decir los cambios económicos que suceden logrando un crecimiento positivo, empleando nuevas y mejores técnicas de producción, mejorando las actitudes de la población para que todos conjuntamente logren un crecimiento óptimo tanto a nivel económico como a nivel social.

4.19. DESARROLLO SUSTENTABLE

CHÁVEZ, Jorge (2005), dice: “La satisfacción de las necesidades y aspiraciones humanas es el principal objetivo del desarrollo. En los países de desarrollo no se satisfacen las necesidades esenciales –alimento, ropa, abrigo, trabajo- de gran número de personas, que tienen además legítimas

aspiraciones a una mejor calidad de vida. Un mundo en el que la pobreza y la desigualdad son endémicas será siempre propenso a crisis ecológicas o de otra índole. El desarrollo sostenible requiere la satisfacción de las necesidades básicas de todos y extiende a todos la oportunidad de satisfacer sus aspiraciones a una vida mejor.” Pág. (42)

El desarrollo sustentable no es sino la satisfacción de las necesidades de los seres humanos en la cual se aspira a una vida mejor.

4.20. ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

MONTANE. Jordy; y otros, (2006). Manifiestan: “Es el conjunto de organismos públicos de un estado que llevan a cabo las funciones, correspondientes de ordenación, fiscalización, promoción, fomento, etc; del turismo, tanto en el exterior como en el interior del país”.

La administración se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, laborar o trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. La administración es conducción racional de actividades, esfuerzos y recursos de una organización, resultándole algo imprescindible para su supervivencia y crecimiento.

4.21. MARKETING

KOTLER. Philip, (2006). Manifiesta: “El marketing es el proceso social y administrativo, por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios”

Los servicios, al igual que los productos, utilizan el marketing para aumentar sus ventas, con la salvedad de que no existe una transferencia física. Los servicios deben diseñarse y ofrecerse de forma que satisfagan las necesidades de los clientes.

4.21.1. PUBLICIDAD

GARNICA. C.H; y otros, (2009). Manifiestan: “Es aquella comunicación no personal pagada acerca de una organización, que se transmite a una audiencia meta a través de un medio de comunicación masivo, como la televisión, radio, revistas, periódicos, vehículos de transporte, vallas y los muros”

La publicidad se refiere, dar a conocer a los clientes sobre un producto existente en el mercado, la cual se la realiza mediante diferentes medios de comunicación.

4.21.2. PROMOCIÓN

GARNICA. C.H; y otros, (2009). Manifiestan: “Significa comunicarse con individuos, grupos u organizaciones, con la finalidad de facilitar directa o indirectamente intercambios al informar o persuadir a una o más audiencias para que acepten los productos de una organización”.

La mercadotecnia moderna requiere algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de sus clientes meta. Las compañías también deben comunicarse con éstos, y lo que dicen nunca debe dejarse al azar. Para tener una buena

comunicación, a menudo las compañías contratan compañías de publicidad que desarrollen anuncios efectivos, especialistas en promociones de ventas que diseñan programas de incentivos de ventas, y empresas de relaciones públicas que les creen una imagen corporativa. También entrenan a sus vendedores para que sean amables, serviciales y persuasivos. Pero, para la mayor parte de las compañías, la cuestión no está en si deben tener una comunicación, sino en cuánto deben gastar y en qué forma.

4.22. MATRIZ DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

La Matriz Estratégica consta de:

4.22.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Es un elemento programático que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a los propósitos.

4.22.2. ESTRATEGIAS

La estrategia responde a la pregunta sobre cómo han de lograrse los objetivos acordados. Normalmente la estrategia de plan es bastante breve.

4.22.3. PROYECTOS

Es un conjunto de eventos y actividades orientados al logro de un objetivo predeterminado dentro de ciertos límites de tiempo y de recursos.

4.22.4. RESPONSABLES

Son los o las personas responsables de la ejecución del proyecto.

4.22.5. TIEMPO

Es necesario alguna indicación del tiempo que cada paso puede exigir: el mismo varía según varios factores:

- La cantidad y la complejidad de las actividades.
- La experiencia de planificación y gestión de la información que se dispone.
- Los recursos que se poseen para ayudar a la planificación.

CAPITULO IV

5. LA PROPUESTA

5.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA.

“PLAN DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS DISTINTOS LUGARES TURÍSTICOS ECOLÓGICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR”

5.2. ANTECEDENTES

El cantón Montúfar está ubicado al norte del Ecuador, su capital es San Gabriel, declarada por la UNESCO el 11 de noviembre de 1992 como Patrimonio Nacional por la fachada colonial de sus construcciones. Conocida también como la ciudad de la Eterna Primavera se encuentra localizado en el sector sur este de la Provincia del Carchi, a 40 Km. de Tulcán. Tiene una población aproximada de 30.000 habitantes.

En el año 2001 se inicia un plan de recuperación de los centros turísticos del Cantón, con una inversión en obras físicas y programas de educación ecológica. Gruta de la Paz.- Caverna natural, donde se venera a la “Virgen de La Paz”. Bosque de Los Arrayanes.- Relicto natural y centro ceremonial de la Cultura PASTO. Laguna “El Salado”.- Espacio artificial cuyo entorno es un paisaje paradisíaco. Piscina de Paluz.- La primera piscina de agua termal a pocos metros de la Chorrera de Paluz. Primera Chorrera de Paluz.- Manto blanco que lleva su nombre en referencia a un

duende llamado “Paluzín”. Segunda Chorrera de Paluz.- A pocos metros de la primera, encerrada en una hermosa hondonada. Sistema de Cascadas de Huaquer.- A la ribera de la montaña occidental que en un número de cuatro cascadas, conforman un ecosistema ideal para el turismo ecológico. Pilar de Athal.- referente astronómico de la Cultura PASTO. Museo Particular de Arqueología.- Mostrario de la fina cerámica de las culturas: Capulí, Cuasmal, Tusa y Tortuga. La Provincia del Carchi y en particular el Cantón Montúfar, son productores de papa, alverja, maíz, haba, melloco, ganado lechero y de carne. Actualmente se ha convertido en centro de mercadeo de estos productos, sumando en algunos de ellos el valor agregado, como la producción de derivados lácteos, tanto de microempresas artesanales como de empresas industriales. Todas ellas por iniciativas propias, sin recibir ningún programa de apoyo por la municipalidad, en donde el turismo ecológico es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los visitantes.

Con referentes humanos de alto nivel desde finales del siglo XIX, principios de siglo XX, hasta hace cuatro décadas. Hoy la juventud retoma la posta y genera grandes movimientos culturales: revitalizando el Sainete, el Drama, el Teatro de denuncia Social, la Farsa, la Canción Social, la Poesía, la Literatura y Oratoria. Además de involucrarse en la participación ciudadana con representantes en la Asamblea de Unidad Cantonal de Montúfar. Se realizan dos eventos de teatro internacional a año seguido, con una asistencia por demás positiva de nuestro amado pueblo.

5.3. JUSTIFICACIÓN

En los diversos estudios realizados sobre el Turismo Ecológico del Cantón Montúfar, se recogen innumerables argumentos que defienden la singularidad y riqueza del Cantón, por ser poseedor de atractivos turísticos y por sus valores ambientales y patrimoniales.

El Cantón Montúfar tiene mucho potencial para crecer y darse a conocer a nivel local, nacional e internacional en el ámbito turístico puesto que posee un gran atractivo turístico y diversidad de culturas con gran oportunidad para realizar turismo; la riqueza arqueológica, testimonio de su cultura ancestral son los ejes sobre los cuales se desarrolla la floreciente industria del turismo local es por esta razón la elaboración de este proyecto para fomentar la promoción y comercialización de todos sus rincones turísticos.

Es por esto que es necesario elaborar un plan de “Difusión y promoción de los distintos lugares turísticos ecológicos del cantón Montúfar” potencializando así los distintos rincones que el cantón posee.

El programa eco turístico aparece entonces como un complejo conjunto de prestaciones de servicios, y de experiencias, cuya producción y operación requieren, entre muchas otras actividades, el empleo de técnicas de creación de nuevas y buenas ideas, así como el análisis de potencialidad de nuevos atractivos.

Es por esto que el plan a realizarse traerá consigo efectos positivos motivando así la promoción de los lugares, lo cual servirá de gran ayuda para fomentar el turismo en el Cantón.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. GENERAL

Construir un plan de difusión y promoción de los diferentes lugares turísticos ecológicos del cantón, con la finalidad de generar el óptimo desarrollo del sector.

5.4.2. ESPECÍFICOS.

- Dinamizar la actividad turística local a través de la promoción del turismo ecológico para así lograr el desarrollo del sector.
- Promover la competitividad de la actividad turística, por medio de procesos participativos, para así alcanzar el desarrollo económico, social y ambiental del Cantón Montúfar.
- Ofertar los lugares turísticos ecológicos del cantón como un producto diferenciado y de calidad que lo convierta en un polo de atracción para el turismo de interior regional y nacional.

5.5. METAS

Con la difusión y promoción de los distintos lugares turísticos ecológicos del Cantón Montúfar se pretende lograr:

- Que el Turismo ecológico en Montúfar sea el eje primordial para alcanzar el desarrollo generando beneficios de forma automática para sus anfitriones.
- Que el Turismo ecológico en Montúfar se contemple como una industria en la cual el gobierno local pueda utilizar estrategias de acción logrando así el crecimiento y la reestructuración de la economía, con la generación de empleo, y el desarrollo local a través de la provisión de incentivos financieros y de asistencia en las tareas de investigación, marketing y promoción.
- Que el Turismo ecológico en Montúfar sea el medio por el cual se fomente el crecimiento y desarrollo en zonas específicas.

- Que el Turismo Ecológico en Montúfar sea un mecanismo por el cual se adopten medidas de coordinación y control, en donde se haga realidad el entero propósito de conseguir un desarrollo sostenible del sector que constituye el argumento central de las políticas y los esfuerzos de planificación.
- Que el Turismo Ecológico en Montúfar además de ser un negocio rentable, mejore la calidad de la vida del residente, convirtiéndose así en un sector de servicios dominante, buscando nuevos modelos para planificar.
- Que el Turismo Ecológico en Montúfar busque un nuevo equilibrio de las formas de vida para poder disfrutar con cierto confort el marco natural en el que se consumen servicios y paisajes, pero siempre con la condición de poderse sustraer a la cotidiana vida urbana, a fin de relacionarse de una manera diferente con otro entorno más aventurero, es decir espacios que en realidad son eventos mágicos, que esconden en parte el mundo real.

5.6. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En los actuales momentos el mundo tiene ansias de conocer y viajar, con lo cual el Cantón Montúfar puede valerse para ofrecer sus alternativas turísticas, mejorando su economía, lo que daría una gran oportunidad para generar desarrollo, por tanto se hace extremadamente necesario que el cantón posea su propio plan de turismo.

Es necesario que al pensar y ejecutar acciones turísticas se piense siempre en lo que el turista necesita y quiere, es decir pensar desde la demanda, pero sin que ello signifique que la oferta no se ajuste a un determinado grupo objetivo; en otras palabras, el desarrollo turístico, también, es un mecanismo para poner en contacto a los viajeros con las regiones anfitrionas. Un verdadero turismo sustentable.

Este es un momento importantísimo para la proyección turística del territorio, es la etapa de toma de conciencia, que es fundamental para un cambio de actitud frente a los recursos naturales, lo que sienta las bases de cambio para ya no tirar basura en los lugares turísticos, reducir la quema de terrenos, la contaminación de ríos y en general mejorar el cuidado de los recursos naturales y contribuir y participar para hacer bonitos y atractivos sus espacios y los espacios colectivos. También se genera un cambio de actitud frente a los demás, especialmente hacia los turistas que pueden generarle ingresos por la venta de sus servicios o productos o por enseñarles toda la belleza natural, cultural o por explicarles la historia de su territorio, o de las formas propias de producir, cultivar, de rendir homenaje a sus familiares muertos, etc. También se va logrando apreciar más lo propio, lo construido colectivamente, sus costumbres y tradiciones y ello nos lleva a incrementar la identidad con lo local, poniendo con ello una importante resistencia ante las posibles amenazas de otras culturas que puedan destruir lo propio.

El Cantón Montúfar cuenta con una gran variedad de lugares turísticos, los cuales deben ser aprovechados de la mejor manera ya que el Turismo es una industria a la cual se le debe dar el uso más eficiente para producir beneficios en lo que a ingresos y empleo se refiere para así alcanzar el óptimo desarrollo del sector. Es por esto que se propone Realizar un Plan de difusión y promoción de los distintos lugares turísticos, el cual consta de las siguientes etapas:

5.6.1. PRIMERA ETAPA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

En esta etapa se tomó en cuenta tanto la situación interna como externa del turismo ecológico del cantón Montúfar, y las interrelaciones entre las diferentes partes involucradas, para así establecer un diagnóstico integral de la situación actual del turismo.

El análisis externo aborda temas como la oferta y demanda turística, entonces lo que esta parte del análisis de la situación pretende identificar son las amenazas y las oportunidades que presenta el entorno para el cumplimiento de los objetivos.

Por otro lado el análisis interno busca definir cuales son las fortalezas y debilidades.

Metodología.- Para la elaboración del diagnóstico se realizó:

Encuestas a los habitantes del cantón Montúfar como a los turistas tanto locales como extranjeros.

Entrevista en profundidad con el técnico de Turismo del departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón

Análisis de la documentación de promoción.

Visitas de campo a los principales recursos turísticos.

Investigación para la recopilación, análisis de resultados y elaboración de conclusiones. Estos datos constan en el capítulo III, Desarrollo Operativo del Diagnóstico, en el cual se hizo un diagnóstico poblacional donde se pudo conocer la situación actual del turismo ecológico en el cantón.

5.6.2. SEGUNDA ETAPA: PLANTEAMIENTO DE LAS ESTRATEGIAS

La etapa mas relevante de este proceso es ésta, ya que es cuando se tiene que definir cuales son los objetivos a alcanzar, es decir, se define el porque y el para que se está haciendo el Plan de difusión y Promoción.

Una vez definidos los objetivos fue necesario definir cómo se van a alcanzar los mismos, es decir, se debe determinar cuales serán las estrategias.

5.6.3. TERCERA ETAPA: TOMA DE DECISIONES OPERATIVAS

Las decisiones que se tomen en esta etapa asegurarán la puesta en práctica de las estrategias definidas a través de actividades las cuales alcanzarán los objetivos establecidos, para esto fue necesario asignar un responsable de las actividades a realizarse para cumplir con el plazo previsto, para esto es importante que se tenga que priorizar la ejecución de las diferentes actividades, de tal manera maximizar los resultados y el eficiente uso de los recursos.

La ETAPA II y ETAPA III se detalla a continuación en la siguiente Matriz de Selección de Alternativas, en la cual se plantean los objetivos, estrategias, actividades, responsables y el tiempo en el cual se deben desarrollar las actividades citadas.

5.6.4. MATRIZ DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

CUADRO N: 64
MATRIZ DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> • Promocionar los diferentes lugares turísticos ecológicos existentes en el cantón Montúfar • Desarrollar y difundir la imagen del cantón con una oferta integrada de calidad que satisfaga las necesidades del visitante. 	<p>Promoción Turística en los diferentes sectores.</p>	<p>1. Elaboración de material promocional y publicitario de los diferentes atractivos turísticos ecológicos del Cantón.</p> <p>2. Promocionar el producto Turístico a través de una imagen que lo identifique.</p>	<p>Municipalidad.</p> <p>Directivos del Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo</p>	<p>6 meses</p>

Elaborado por: La Autora

5.6.5. DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES PROPUESTAS EN LA MATRIZ

5.6.5.1. ACTIVIDAD N: 1 Elaboración de material promocional y publicitario de los diferentes atractivos turísticos ecológicos del Cantón.

Todo el esfuerzo que se pretende llevar a cabo en el Cantón Montúfar no tiene sentido si los resultados no se hacen llegar a la mayor cantidad de público posible. Para ello hace falta una promoción intensa en los diferentes sectores que puedan estar potencialmente interesados.

Así pues, los lugares turísticos existentes en la zona cuentan con la ventaja de tener la visita de turistas a lo largo de todo el año, a los que se les puede ofertar, múltiples actividades para que conozcan mejor los lugares.

Además de los turistas que demandan turismo convencional que se ha venido desarrollando hasta ahora, se puede llegar a otro más específico, que busca ofertas culturales o ambientales. Ya que Montúfar ofrece grandes posibilidades en cuanto al desarrollo de itinerarios específicos para apreciar de mejor manera la naturaleza existente.

Por todo esto, hay que hacer un gran esfuerzo promocional para llegar a los diferentes sectores interesados:

- a) **TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS:** La afluencia de visitantes, tratándose de un turismo que demanda cada vez más una oferta amplia de actividades complementarias, como lo demuestra la creciente afluencia de visitantes.
- b) **ASOCIACIONES DE LA TERCERA EDAD:** Este sector es un potencial importante de visitas, muestran gran interés ante este tipo

de actividades, ya que muchos de ellos se sienten vinculados a una historia que ellos han vivido, y que sienten como suya cuando se la muestras.

- c) **ESCOLARES:** Son un sector importante, a los que es importante llegar para darles a conocer su entorno, mediante actividades de educación ambiental y cultural.
- d) **ASOCIACIONES DE VECINOS Y ASOCIACIONES DE MUJERES:** del Cantón para que conozcan y valoren su entorno.
- e) **SECTORES ESPECÍFICOS:** naturistas, senderistas, restauradores, arqueólogos, geólogos, botánicos, asociaciones culturales, etc.

La labor promocional incluye la elaboración y distribución del material promocional. Para ello hay que llevar a cabo una intensa actividad como la visita a asociaciones, colegios, urbanizaciones, hoteles, ayuntamientos, oficinas de turismo.

- f) **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** prensa, radio, televisión, internet, comunicación de todas las actividades que se van a llevar a cabo, de todas las noticias y cambios de la oferta.

Cuando se realiza una campaña y se crea el mensaje, es importante considerar en el proceso creativo las características de los distintos medios. En este sentido la creatividad debe adaptarse no sólo a las condiciones de cada medio, sino a las características que ofrecen los soportes de cada uno de ellos.

Los siguientes medios de comunicación son importantes para la promoción y publicidad de los rincones turísticos que tiene el cantón Montúfar:

1. EL DIARIO.- Es el medio escrito informativo por excelencia. Sus principales características como medio: Credibilidad, Permanencia del mensaje, y su peso informativo.

Ventajas

- Flexibilidad geográfica: Si se quiere alcanzar a un público ubicado en una zona geográfica determinada, se podrá elegir un medio local, regional o nacional.
- Escasa saturación: no tienen un porcentaje tan elevado de anuncios como otros medios, lo que favorece la posibilidad de ser visto y disminuye el rechazo hacia la publicidad.
- Crédito del medio: respeto y credibilidad repercuten positivamente sobre las marcas que se publicitan en sus páginas.
- Posibilidad de relectura: el mensaje puede ser visto más de una vez sin que el anunciante tenga que invertir en el segundo o tercer impacto.
- Tiempo de recepción: el individuo elige cuánto tiempo quiere dedicarle al anuncio, puede recortar el anuncio o tomar nota del teléfono o la web que aparece en él.

Soportes del medio

Anuncio: aviso de distintas medidas; página entera, doble página, media página, pie de página, columna).

Insertos: pieza gráfica independiente que se incluye en el interior del periódico y que se puede separar y conservar.

2. LA REVISTA.- se caracteriza por ser el medio gráfico de mayor calidad y con un nivel más alto de especialización temática. Sus principales características son:

Nivel de especialización: distintos tipos de comprador y lector de revistas, eligen la publicación por el tipo de información y por los contenidos.

Nivel de estima hacia el medio: quien compra una revista paga un precio que no siempre es bajo, por lo tanto es un medio de colección y un medio de recomendación.

Ventajas

- Posibilidad de relectura: el mensaje puede ser visto más de una vez por otro lector.
- Mayor calidad de impresión: permite ofrecer excelentes condiciones para realizar anuncios.
- Flexibilidad en las acciones publicitarias: estas publicaciones son más flexibles con las formas publicitarias y las acciones que los anunciantes quieren insertar.
- Buena segmentación del público: Los perfiles del público objetivo están mejor definidos por edad, sexo, vivienda, actividad profesional, nivel de ingresos y clase social, etc.

Soportes del medio

Anuncio: avisos de página, doble página, media página, cabecera o pie de página, columna.

Contraportada: aviso ubicado al otro lado de la portada

Insertos: pieza gráfica independiente que se incluye en el interior de la revista y que se puede separar y conservar.

Inclusión de corpóreos: regalos promocionales.

3. LA RADIO.- medio auditivo que se caracteriza por la flexibilidad geográfica y horaria de su transmisión, la recepción individual y cómoda, la Complicidad con el oyente, y la volatilidad del tiempo en la transmisión del mensaje.

Ventajas

- Mantiene la audiencia en distintos lugares: el público puede escuchar la radio en la casa, en el trabajo, viajando, conduciendo, etc.
- Alta segmentación geográfica: la radio es un buen medio para realizar campañas locales. Segmentación demográfica y psicográfica: es la programación la que permite segmentar la audiencia según distintas variables como la edad o los gustos.
- Cuenta con la imaginación del público: la voz, la música, los efectos crean un mensaje que cada persona termina por completar con su imaginación.
- Bajo costo: la producción del mensaje y las tarifas del medio, son comparativamente más económicos que otros medios.

Soportes del medio

La cuña: mensajes breves en los espacios destinados a la publicidad del programa.

Jingle: anuncio cantado que habla del producto.

Espacios patrocinados: un mensaje al inicio y/o final de una parte de la emisión en la que se hace referencia expresa a que la marca patrocina esta información.

Microprograma: o consultorio de corta duración dedicado en exclusiva al mensaje del anunciante que se resuelve con preguntas y respuestas.

4. LA TELEVISIÓN.- Es el medio masivo de la entretención. Sus características principales: Carácter audiovisual: la combinación del sonido y la imagen en movimiento multiplica las posibilidades de impacto en la audiencia. Audiencias masivas: es el medio más masivo lo que ofrece a sus mensajes una enorme difusión y notoriedad.

Ventajas

- Rapidez de penetración: rápida difusión y notoriedad en poco tiempo, adecuado cuando el objetivo es impactar en poco tiempo.
- Flexibilidad geográfica y temporal: la señal llega a todos los puntos del país, los horarios de emisión son muy amplios y la oferta es creciente.
- Calidad del mensaje: combinación entre el lenguaje visual/auditivo, el receptor puede mirar, escuchar, leer el mensaje, cantarlo, etc. Además, se agrega la alta calidad de las producciones.

Soportes del medio

Spot: aviso de 20 ó 25 segundos situados en los bloques publicitarios de la parrilla de programación.

Patrocinios televisivos: existen dos tipos, con un mensaje al inicio y/o final de un programa o, el mensaje se incorpora al contenido del programa y lo anuncia el animador.

Telepromociones: espacios dedicados a la promoción de un producto, servicio o causa también durante el desarrollo del programa.

Sobreimpresión: inserción en pantalla de la marca, el eslogan o cualquier elemento publicitario en el transcurso de un programa.

Emplazamiento de producto (product placement): ubicación del producto o marca en la producción de una serie o programa.

5. VÍA PÚBLICA.- Se trata de un elemento urbano que cumple una función primordial de difusión, aparejada a la decorativa, ya que pasa a ser un componente más del paisaje.

Sus mensajes deben responder al instante que les dedicamos cuando caminamos, o pasamos en un medio de transporte: cortos, sintéticos, sencillos e impactantes.

La propuesta de este medio responde a una fórmula básica de contacto con las personas que frecuentan determinados lugares, donde viven, trabajan, hacen deporte o se divierten. Para ampliar su zona de influencia, se estudia la ubicación de los mensajes a lo largo de los itinerarios que recorre nuestro público objetivo.

Entre sus características destacan la simplicidad del mensaje, aspecto que responde al tipo de comunicación que se puede establecer en la calle con la audiencia, y el gran alcance de la población local: lo ve todo aquel que pasa al lado de los soportes exteriores, sin embargo, es necesario que haya un contacto visual directo para recibir el mensaje.

Ventajas

- Flexibilidad geográfica: los soportes exteriores se pueden ubicar en los emplazamientos establecidos en cualquier punto geográfico.
- Calidad de impacto: relacionado con el acierto del mensaje que está determinado por las condiciones de recepción, y la oportunidad que ofrecen algunas ubicaciones de repetir el número de impactos. Por ejemplo, cada vez que se toma el autobús o se pasa cerca del paradero de la casa, caminando o en vehículo, se tiene delante el anuncio. Al día o la semana puede tratarse de un número significativo de impactos.
- Variedad de soportes: ofrece opciones muy diferenciadas, adaptables a las necesidades y a los presupuestos

Soportes del medio

Vallas: herederas directas del cartel, que producen gran impacto por su tamaño.

Paletas: vallas en alto con pie en forma de columna

Paraderos: que contactan con el público que espera el autobús

Medios de transporte: que convierten el soporte en móvil enseñando el mensaje a lo largo del recorrido, tanto a los que utilizan ese transporte como a los que están cerca de él, ejemplo: buses, taxis.

Mobiliario urbano: que ofrece las superficies de papeleras, puntos de información, contenedores, etc.

6. INTERNET.- es el medio de comunicación más interactivo y que potencia en el usuario la sensación de intervenir en el proceso de comunicación. Sus principales características:

Contacto personal: el internauta accede de manera individual al medio, de modo que el mensaje llega a su pantalla y se dirige a él como si fuera un destinatario privilegiado.

Medio interactivo, audiencia activa: la audiencia que entra en internet ejerce un papel activo y se siente protagonista.

Carácter de descubrimiento: el medio entrega la posibilidad de entrar en un mundo nuevo, sin límites, para ofrecer todo tipo de información y de acceso a múltiples opciones.

Ventajas

- Selección específica del público objetivo: Jóvenes y profesionales suelen ser un público abierto a las propuestas informativas y promocionales que le llegan a su Computador.

- Espacio único: la publicidad y el resto de contenidos comparten el mismo espacio.
- Calidad de impacto: derivado de las buenas condiciones de recepción. La publicidad en internet se beneficia del nivel de concentración al que llega la audiencia en este medio.

Soportes del medio:

Banners: situados normalmente de forma horizontal en la página web, pueden tener distintos tamaños y la mayoría son animados. e-mail marketing: o correo electrónico que se envía al email del público para mantenerlo informado, proponer ofertas y otras alternativas.

Web site: o página web, un espacio en la red diseñado para dar a conocer la empresa, las personas que lo dirigen, sus productos y servicios, sus actividades, su filosofía, etc.

Intersticial: verdaderos spots de 5 a 10 segundos de duración, emitidos en la pantalla.

5.6.5.2. ACTIVIDAD N: 2 Promocionar el producto Turístico a través de una imagen que lo identifique

a) ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR:

El Cantón Montúfar cuenta con hermosos paisajes que se ven reflejados en sus atractivos naturales, culturales, en su Gastronomía, en sus fiestas, costumbres y tradiciones que hacen que este pequeño rinconcito sea muy único para las personas que tienen el placer de visitarlo.

b) ATRACTIVOS NATURALES:

Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motivan al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo. Satisfacen necesidades de recreación esparcimiento, como son los bosques, lagos, lagunas, etc. El ambiente natural es un sistema formado por componentes orgánicos e inorgánicos que se influyen recíprocamente y se mantienen en equilibrio dinámico debido a leyes de regulación interna puesto que todas sus partes están en continua evolución.

Algunos de estos elementos sufren cambios o variaciones y otros surgen, por lo que el resto deben readaptar su funcionamiento hasta que el conjunto recupere su armonía.

c) PROPUESTA DE PRODUCTO:

Por definición “Producto Turístico” es el conjunto de componentes tangibles e intangibles que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de turistas, porque satisfacen las expectativas que motivan su viaje. El producto turístico está ‘en la estantería’, listo para que el turista lo adquiera.

En términos generales, el producto turístico es un espacio geográfico que dispone de un grupo de empresas y micro empresas orientadas a satisfacer las expectativas de viaje de personas que han optado visitar esta zona para conocer sus atractivos y recursos turísticos.

Específicamente, Montúfar es un espacio geográfico, cuyos esfuerzos públicos y privados ofertan experiencias turísticas con elementos culturales, gastronómicos, de naturaleza, de esparcimiento y deportivos, cuyos ejes de desarrollo son la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial.

En este sentido, para darle sustentabilidad al producto Turístico, se debe incorporar:

d) ANÁLISIS PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO:

Análisis económico: conocer los beneficios financieros que brinda el turismo en el Cantón.

Análisis cultural: establecer la situación real de los aspectos culturales de tal manera de adoptar prácticas turísticas responsables.

Análisis social: conocer y preparar a la comunidad para afrontar los impactos turísticos.

Análisis ambiental: definir las áreas de intervención turística para implementar estudios de capacidades de carga.

e) PRINCIPALES SEGMENTOS:

Para el efecto se establece que los consumidores del Producto Turístico son de dos tipos los visitante que es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por un periodo inferior a 12 meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. Pueden ser turistas (los visitantes que pernoctan al menos una noche) y los excursionistas (los que regresan a su entorno habitual el mismo día).

f) DISEÑO DE IMAGEN:

La imagen de un producto turístico no es solamente la parte gráfica, sino los componentes que representan, por tanto ese sustento deben estar en función de las facilidades de captación y presentación del significado y significante de la imagen.

Además la imagen debe estar acompañada por un slogan. En concordancia con las actuales tendencias del diseño de logotipos, la autora de esta tesis hace la propuesta del siguiente gráfico para el producto turístico de Montúfar

A color:

IMAGEN N: 15
LOGOTIPO TURISMO MONTÚFAR



Ahora bien, con base en la oferta turística de Montúfar, el slogan sería:
¡Creciendo con el Turismo!

g) GENERALIDADES:

El cantón Montúfar es un destino turístico con prácticas de responsabilidad ambiental, social y empresarial, por lo tanto empresarios y ciudadanía en general deberán encaminar sus acciones para el adecuado uso de los recursos turísticos de la zona.

Cada empresa, negocio e institución, así como los profesionales del cantón, incorporarán en sus planes de Marketing y procesos de ventas, la propuesta turística tanto en imagen como en calidad de prestación de servicios.

Las empresas, negocios, instituciones y profesionales que hagan uso de la imagen turística del cantón, tienen la obligación de cumplir acciones que mejoren al destino turístico.

h) USO DE LA IMAGEN:

Cuando una persona natural o jurídica, pública o privada, del cantón Montúfar use el logotipo, deberá ajustarse a lo aquí mencionado.

Cuando el logo tipo se use en papelería a impresa a colores, usará la imagen de sin recuadro y a la escala que considere oportuno, no podrá variar el color ni distorsionar la forma.

Podrá usar en el lugar del papel que considere más apropiado y que no afecte su propia imagen.

i) USO DEL SLOGAN:

Si requiere usar el slogan, podrá hacerlo sin cambiar ninguna parte del texto y usando el tipo de letra Brush Script Std Medium y en tamaño que se ajuste a sus propios requerimientos.

Misión

Implementar entre los actores turísticos públicos y privados del Cantón Montúfar, debidamente articulados, un plan operacional turístico para lograr un incremento sostenido del flujo de turistas y excursionistas.

Visión

Para el año 2015 Montúfar será reconocido como destino turístico por su gran eficiencia en la Administración de atractivos turísticos naturales, lo cual permitirá el desarrollo del Cantón, comprometidos así con el cuidado de la ecología y atentos en brindar la mejor atención y servicio a nuestros visitantes.

5.7. CUARTA ETAPA: MONITOREO Y CONTROL

Finalmente es de vital importancia contar con un sistema de monitoreo y avance de la ejecución del Plan de difusión y promoción de los distintos lugares turísticos ecológicos del cantón, de tal manera se debe llevar un control exhaustivo de lo que se alcanza y en caso de ser necesario hacer los cambios requeridos para ajustar cualquier elemento del plan, que asegure la correcta implementación del mismo para así alcanzar de la mejor manera los objetivos.

Para lo cual se plantea una reunión mensual de los integrantes del Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del cantón Montúfar, para evaluar el desarrollo de las actividades antes mencionadas

Además esto servirá como foro de intercambio de opiniones para la priorización de acciones. Esta priorización ayudará como guía para la toma de decisiones en el ámbito turístico del cantón.

5.8. IMPACTOS

5.8.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Es necesario realizar un análisis técnico de cada uno de los impactos que generará el proyecto en los ámbitos económico, social, ambiental; para lo cual se ha utilizado la siguiente metodología:

Para cada ámbito a ser analizado se utilizará una matriz de impactos en el cual el eje horizontal utilizamos los niveles de impacto sobre la base de la siguiente tabla:

CUADRO N: 66
MATRIZ DE IMPACTOS

-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Negativo Alto	Impacto Negativo Medio	Impacto Negativo Bajo	No hay Impacto	Impacto Positivo Bajo	Impacto Positivo Medio	Impacto Positivo Alto

FUENTE: Investigación Personal.
Elaborado por: La Autora

Para el respectivo cálculo se aplicará la siguiente fórmula:

$$NI = \frac{\sum}{n}$$

En donde:

NI = Nivel de Impacto

\sum = Sumatoria de la valoración cuantitativa

n = Número de indicadores

Entre los principales impactos que inciden en el proyecto se ha identificado son los siguientes:

- Impactos Económicos.
- Impactos Sociales.
- Impactos Ambientales.
- Impactos Comerciales.

5.8.1.1. IMPACTO ECONÓMICO

CUADRO N: 67

MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

INDICADORES	NEGATIVO			POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	1	2	3	
Estabilidad económica						X	3
Incremento del Empleo					X		2
Desarrollo del sector						X	3
Creación de micro-empresas					X		2
Total							10

FUENTE: Investigación Personal.
Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria de Calificación}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{10}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,5$$

ANÁLISIS:

En el aspecto económico el presente proyecto generará un impacto positivo alto, puesto que con la promoción y desarrollo de los lugares turísticos ecológicos existentes se generarán mayores fuentes de empleo obteniendo así una estabilidad económica logrando el desarrollo del sector. Ya que el Turismo es una industria con la cual se obtiene beneficios económicos para su población.

5.8.1.2. IMPACTO SOCIAL

CUADRO N: 68

MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

INDICADORES	NEGATIVO			POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	1	2	3	
Mejorar la calidad de vida						X	3
Disminución de problemas sociales				X			1
Bienestar de la población						X	3
Seguridad de los turistas					X		2
Total							9

FUENTE: Investigación Personal.
Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria de Calificación}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,25$$

ANÁLISIS:

En el impacto social la propuesta planteada dará como resultado un impacto positivo medio, ya que le permitirá al Cantón conocer su entorno con el propósito de crear estrategias efectivas en donde se potencialice al sector turístico mejorando así la calidad de vida de la población disminuyendo así los problemas sociales existentes, logrando así la

seguridad de las personas que visiten Montúfar y por ende se logrará el bienestar de su población.

5.8.1.3. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N: 69
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

INDICADORES	NEGATIVO			POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	1	2	3	
Protección al medio ambiente						X	3
Reciclaje de desechos					X		2
Desarrollo sustentable						X	3
Total							8

FUENTE: Investigación Personal.
Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria de Calificación}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,67$$

ANÁLISIS:

En el aspecto ambiental este trabajo generará un impacto positivo alto porque ayudará a fomentar en la población una cultura de protección del medio ambiente y preservación de las áreas naturales los cuales son atractivos turísticos importantes que se deben conservar, para que las personas que visiten el Cantón tengan una buena imagen de Montúfar como sector turístico. En donde es necesario incorporar técnicas de gestión ambiental dentro de los procesos operativos turísticos, en donde se adquiera una mayor conciencia ambiental y un interés verdadero por la problemática del ambiente, estar más dispuestos a participar en la implantación y ejecución de estos procesos.

5.8.1.4. IMPACTO GENERAL

CUADRO N: 70
MATRIZ DE IMPACTO GENERAL

INDICADORES	NEGATIVO			POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	1	2	3	
Impacto Económico						X	3
Impacto Social					X		2
Impacto Ambiental						X	3
Total							8

FUENTE: Investigación Personal.
Elaborado por: La Autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria de Calificación}}{\text{Numero de indicadores}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2,67$$

ANÁLISIS:

Con esto podemos concluir que el proyecto generará un impacto positivo alto es decir es viable para su aplicación.

CONCLUSIONES:

1. El Ecoturismo bien practicado puede convertirse en un poderoso instrumento para la conservación de la flora y la fauna al valorizar los recursos naturales que el Cantón posee.
2. La deficiencia en aspectos de vialidad, infraestructura y servicios, debe tomarse como punto de partida para el desarrollo económico y social del cantón. Las parroquias de Cristóbal Colón y la Paz poseen un gran potencial para el turismo ecológico por sus lagunas, bosques nativos, sin embargo el aislamiento, falta de vías de acceso o en deterioro, servicios e incluso desconocimiento de sus propios pobladores, ha contribuido en el poco desarrollo de éstas parroquias como destino turístico.
3. El desarrollo turístico puede convertirse en agente impulsor de la conservación del patrimonio natural, contribuyendo al mismo tiempo a concienciar a los residentes de la zona desde sobre su importancia, de esta forma la dimensión económica se convierte en estímulo para la preservación del patrimonio y la herencia artística del entorno geográfico. Los valores propiamente culturales no se desnaturalizan ni comprometen al vincularse con los intereses turísticos, por el contrario, contribuyen a firmar la conciencia.
4. El turismo puede captar los aspectos económicos del patrimonio y aprovecharlos para la generación de fondos, es así que se debe promocionar los lugares turísticos del cantón, ya que el turismo es un factor esencial para la economía y puede ser un importante factor de desarrollo cuando se gestiona adecuadamente.

5. La concientización del turismo no es solo una responsabilidad del Gobierno Central, los Gobiernos locales tienen un rol primordial en esta materia. Todas las comunidades que quieren beneficiarse óptimamente de la creciente industria del turismo tienen que asumir, un compromiso con la calidad de los productos turísticos, la cual no se mide solo en el hotel o el restaurante en donde el turista obtiene servicios, esta calidad del producto turístico se mide también en el entorno, en la seguridad, en los riesgos de contraer enfermedades, en la honestidad de los precios o en la sonrisa que se brinda.

RECOMENDACIONES:

1. Todos los agentes del desarrollo turístico deben salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.
2. Es importante mejorar la infraestructura de los lugares turísticos para satisfacer las necesidades tanto de la población como de las corrientes de emigrantes que provienen de otros lugares rurales y urbanos, respondiendo a las expectativas de una mejor calidad y género de vida.
3. Se recomienda generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamiento, facilidades, y servicios para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.

4. Lograr la participación directa en la toma de decisiones de personas como el alcalde, los directores o los líderes de la comunidad receptora, de manera que esto sirva para lograr un consenso acerca de la difusión y promoción de los lugares turísticos ecológicos, y las preocupaciones sobre cómo lograr una mayor transparencia en la planificación y las actividades programadas.

5. Es necesario adoptar una nueva manera de organizar el espacio turístico en piezas escenográficas autónomas, donde el equipamiento recreativo sea el primordial. A nivel comunitario, el turismo ecológico necesita de un control de los recursos en el ámbito local, en donde alcanzar el desarrollo sostenible requiere paciencia, diligencia y un compromiso a largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

1. **ACERENZA**, Miguel Ángel, Efectos Económicos, Socioculturales y Ambientales del Turismo, Editorial Trillas, 2005.
2. **ANDRADE**, Bastidas Alicia (2005), Montufar 100 años en la Historia, Editorial Grafin, Carchi-Ecuador.
3. **ASCANIO**, Alfredo (2009) Turismo Sustentable, El equilibrio necesario en el siglo XXI,
4. **BERNAL**, Cesar Augusto, Metodología de la Investigación, Pearson Educación, México, segunda ed.2006.
5. **CADENA**, Homero (2006), Salvemos lo Nuestro, Editorial Portilla, San Gabriel-Carchi-Ecuador.
6. **CADENA**, Homero (2006), Amemos lo Nuestro, Graffin, Ibarra-Ecuador.
7. **COORDINACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**; Guía para el diseño plan de Trabajo de Grado; 2005; Editorial Universitaria.
8. **CHÁVEZ**, Jorge (2005), Metodología para un Turismo Ambientalmente Planificado,
9. **DEL CID**, Alma; **MÉNDEZ**, Rosemary; **SANDOVAL**, Franco; "INVESTIGACIÓN FUNDAMENTOS Y METODOLOGÍA", Pearson Prentice Hall, primera edición 2007.
10. **Enciclopedia Océano.**
11. **FHAY**, John; y otros, (2007), Fundamentos de Marketing, Segunda Edición.
12. **GARNICA**, C.H; y otros, (2009), Fundamentos de Marketing, Primera Edición.

13. **GUTIERRES**, M. Abraham, Curso de Métodos de la Investigación y Elaboración de la Monografía.
14. **HALL**, Michael (2005) El Turismo como ciencia social de la Movilidad, Editorial Síntesis.
15. **KOTHLER**, Philip (2004), Marketing para Turismo, 3ra Edición, Editorial Pearson Educación.
16. **LEIVA**, Zea Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición, 2006.
17. **MONTANE**, Jordy; y otros, (2006), Diccionario de Turismo.
18. **OMT** (Organización Mundial de Turismo).
19. **PILAR**, Baptista Lucio, metodología de la investigación, Mc Graw Hill Colombia (2005).
20. **PULIDO**, Juan, (2007), El Turismo Rural, Editorial Síntesis.
21. **TIES** (Sociedad Internacional de Ecoturismo).
22. **Wikipedia la Enciclopedia libre** (2008).
23. **ZORILLA**, Arena; metodología de la investigación; 2006 octava reimpresión Quito.

INSTITUCIONES:

- Municipio de Montúfar
- INEC

PÁGINAS DE INTERNET:

1. <http://www.planeta.com/planeta/96/0596monarch.html>

2. <http://es.ask.com/web?q=turismo+ecuador&qsrc=999&l=sem&siteid=1704&qenc=utf-8&ifr=1>
3. <http://www.turismo.gob.ec/>
4. <http://www.turismoecuador.com/>
5. http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecol%C3%B3gico
6. http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecol%C3%B3gico
7. <http://www.tsaitami.com/Tours.aspx?id=32>
8. <http://www.risposteatutto.com/hotels/438770c-28-montufar.html>
9. http://www.radiohorizonte.com.ec/joo/index.php?option=com_content&view=article&id=61&Itemid=59
10. <http://www.youtube.com/watch?v=gRnbqof5OnI>
11. http://travelingluck.com/South%20America/Ecuador/Carchi/_3654038_Cant%C3%B3n+Mont%C3%B3n.html#local_map
12. http://tierra.tiempo.com/tierra_Canton+Montufar_3654038_EC_esp.html
13. http://www.viajandox.com/carchi/carchi_montufar.htm
14. <http://es.scribd.com/doc/39621374/MONTUFAR-INFORMACION-TURISTICA>
15. <http://es-es.facebook.com/pages/FIESTAS-Y-TURISMO-EN-EL-CARCHI/486786995450>

ANEXOS

ANEXO A

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

**GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN, CULTURA,
DEPORTES Y TURISMO DEL CANTÓN MONTÚFAR.**

La presente entrevista tiene como finalidad obtener la información necesaria para conocer los aspectos importantes del Turismo existente en el Cantón Montúfar

Nombre: _____

Cargo: _____

Instrucción: Primaria _____ Secundaria _____ Superior _____

1. ¿Qué funciones principales cumple el Departamento?

2. El departamento cuenta con reglamentación interna?

3. ¿El departamento cuenta con una Misión y Visión?

4. ¿Cree Ud. que Montúfar es considerado un Cantón Turístico?

5. Cuáles son los atractivos turísticos existentes en Montúfar?

6. Aproximadamente, ¿cuántos turistas visitan el cantón al año?

Turistas nacionales _____
Turistas extranjeros _____

7. ¿Cómo se realiza actualmente la promoción y publicidad de los rincones turísticos de Montúfar?

8. ¿Cree Ud. que el turismo Ecológico en el Cantón es el eje fundamental para lograr el desarrollo económico deseado?

9. ¿Considera Ud. que a través del Turismo se pueden generar mayores fuentes de empleo?

10. ¿Con qué presupuesto cuenta el Departamento para el desarrollo turístico?

11. ¿Considera Ud. que existen los recursos económicos necesarios por parte del municipio y organismos involucrados en el tema turismo para lograr el óptimo desarrollo del sector?

12. Considera Ud. que los costos para visitar los lugares turísticos de Montúfar son:

Altos
Medios
Bajos

13. ¿Actualmente las vías de acceso a los lugares turísticos se encuentran en buenas condiciones?

14. Existe alguna ordenanza municipal en lo que respecta al turismo ecológico para el cantón?

15. ¿Los diferentes sitios turísticos cuentan con los servicios básicos necesarios?

ANEXO B

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

GUIA DE ENCUESTA DIRIGIDA A PERSONAS QUE RESIDEN EN EL CANTÓN MONTÚFAR
El objetivo de esta encuesta es conocer la opinión de los habitantes del Cantón Montúfar acerca de diversos aspectos del Turismo.

1. ¿Conoce Ud. de las actividades que realiza el Departamento de Educación, Cultura, Deportes y Turismo del Cantón Montúfar?

SI CONOCE NO CONOCE

Si su respuesta es afirmativa indique cuáles?

2. ¿Considera Ud. que Montúfar es un Cantón Turístico?

SI NO

Por qué?

3. Conoce Ud. lo que es el Turismo Ecológico?

SI CONOCE NO CONOCE

4. ¿De los siguientes atractivos turísticos ecológicos, mencione cual/es Usted conoce?

Laguna del Salado	<input type="checkbox"/>	Cascada de Guadir	<input type="checkbox"/>
Bosque los Arrayanes	<input type="checkbox"/>	Pilar de Athal	<input type="checkbox"/>
Cascada de Paluz	<input type="checkbox"/>	Gruta de la Paz	<input type="checkbox"/>
Todos	<input type="checkbox"/>		

Ninguno

5. ¿Con qué frecuencia visita Ud. sitios turísticos ecológicos?

Cada semana

Cada mes

Solo feriados

6. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando visita los atractivos turísticos de Montúfar?

Tradicional

Mariscos

Rápida

China

Otros

7. ¿Qué presupuesto aproximadamente destina Ud. Para diversión especialmente para Visitar lugares turísticos?

\$10 - \$25

\$25 - \$50

\$50 - en adelante

8. ¿Qué servicios le gustaría que se implemente en los lugares turísticos ecológicos que Ud. Conoce?

Alimentación

Transporte

Hospedaje

Guía Turística

Circuitos

Balnearios

9. ¿Considera Ud. que la población de Montúfar está capacitada para recibir a los visitantes?

Muy capacitados

Medianamente capacitados

No están capacitados

10. ¿Cuál/es cree Usted son los impedimentos que tiene el cantón para desarrollar el turismo?

Mala gestión de autoridades Ubicación geográfica

Escaso presupuesto Poco interés de los habitantes

Infraestructura deteriorada Tipo de clima

Poca información

11. ¿Considera Ud. que las autoridades competentes deben destinar mayores recursos para mejorar el turismo en el CANTÓN?

SI

NO

12. ¿Qué recomendaciones daría Ud. para impulsar el Turismo ecológico en Montúfar?

a) _____

b) _____

13. ¿Conoce Ud. Acerca de la publicidad de los lugares turísticos con que cuenta el cantón?

SI CONOCE

NO CONOCE

Si su respuesta es afirmativa indique cuál

14. ¿Cree Ud. que el Turismo es una industria la cual puede conectar beneficios económicos para la gente local?

SI

NO

15. ¿Actualmente las vías de acceso a los lugares turísticos ecológicos se encuentra en buenas condiciones?

SI

NO

16. Considera Ud. que los costos para visitar los lugares turísticos ecológicos de Montúfar son:

Altos

Medios

Bajos

17. Existen suficientes lugares para hospedarse en Montúfar?

SI

NO

18. Existen suficientes restaurantes acorde a sus exigencias?

SI

NO

19. Los lugares de diversión son suficientes para la afluencia de turistas y habitantes del cantón?

SI

NO

20. ¿Por qué medios de comunicación considera Ud. se debería difundir la actividad turística que tiene el cantón?

- a) _____
- b) _____
- c) _____

DATOS TÉCNICOS

Fecha:

Edad: 15-19 ----- 20-24 ----- 25-29 ----- 30-34 ----- 35-39-----
40-44 ----- 45-49 ----- 50-54 ----- 55-59 -----

Género: Masculino ----- Femenino-----

Instrucción: Primaria ----- Secundaria ----- Superior -----

Muchas gracias por su colaboración

ANEXO C

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA**

GUIA DE ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN

La presente encuesta tiene como objetivo medir el nivel de conocimiento de los turistas acerca de los lugares turísticos existentes en Montúfar

1. Cuando visitan Montúfar acude a alguna Agencia de Turismo o al Departamento de Turismo del cantón Montúfar para obtener información sobre los lugares turísticos?

SI NO

Por qué

2. ¿Con qué frecuencia visita Ud. sitios turísticos ecológicos?

Entre semana
Cada mes
Solo feriados
Solo fines de semana

3. ¿Qué presupuesto aproximadamente destina Ud. Para diversión especialmente para visitar lugares turísticos?

10 - 25
25 - 50
50 - 100
100 - en adelante

4. ¿Cuál de de los siguientes atractivos turísticos naturales son de su preferencia?

Cascadas

Lagos /Lagunas

Balnearios

Bosques

5. ¿Qué tipo de alimentación prefiere cuando visita Montúfar?

Tradicional Mariscos

Rápida China

6. ¿Cómo se entero Ud. acerca de los lugares turísticos de Montúfar?

Referencias Publicidad

Pagina Web Promociones

Radio TV

Afiches Trípticos

7. ¿Cuánto tiempo es su estadía en Montúfar?

1 a 3 días 4 a 6 días

7 a 9 días 10 en Adelante

8. ¿Cuál de los siguientes lugares turísticos ecológicos de Montúfar conoce Ud.?

Laguna del Salado Cascada de Guadir

Bosque los Arrayanes Pilar de Athal

Cascada de Paluz Gruta de la Paz

Todos

Ninguno

9. Existen suficientes lugares para hospedarse en Montúfar?

SI

NO

10. Existen suficientes restaurantes acorde a sus exigencias?

SI

NO

11. Los lugares de diversión son suficientes para la afluencia de turistas y habitantes del cantón?

SI

NO

12. ¿Qué servicios le gustaría que se implemente en los Sitios Turísticos ecológicos?

Alimentación

Transporte

Hospedaje

Guía Turística

Circuitos

Balnearios

13. ¿Considera a Montúfar como una Cantón Turístico?

SI

NO

14. ¿Qué recomienda Ud. para impulsar el Turismo en Montúfar?

a) _____

b) _____

DATOS TÉCNICOS

Fecha:

Edad: 15-19 ----- 20-24 ----- 25-29 ----- 30-34 ----- 35-39-----

40-44 ----- 45-49 ----- 50-54 ----- 55-59 -----

Género: Masculino ----- Femenino-----

Instrucción: Primaria ----- Secundaria ----- Superior -----

Muchas gracias por su colaboración