

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “Medios de promoción turística y el desarrollo turístico del cantón Cotacachi provincia de Imbabura”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Turismo

AUTOR: Pastrana Rivadeneira Kevin Andrés

TUTOR: Ing. Enríquez Montenegro Cesar A, MSc

Tulcán, 2023.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Pastrana Rivadeneira Kevin Andrés con el número de cédula 1003870738 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: “Medios de promoción turística y el desarrollo turístico del cantón Cotacachi provincia de Imbabura”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Dr. Enríquez Montenegro Cesar Armando, MSc

TUTOR

Tulcán, julio de 2023

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Pastrana Rivadeneira Kevin Andrés con cédula de identidad número 1003870738 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Pastrana Rivadeneira Kevin Andrés

AUTOR

Tulcán, julio de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Pastrana Rivadeneira Kevin Andrés declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Medios de promoción turística y el desarrollo turístico del cantón Cotacachi provincia de Imbabura" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Pastrana Rivadeneira Kevin Andrés

AUTOR

Tulcán, julio de 2023

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme la oportunidad de perseguir mis sueños y por guiarme en cada paso del camino. A mis amados padres, quiero expresarles mi más profundo agradecimiento por su amor incondicional, su apoyo constante y su sacrificio incansable. Gracias por animarme a perseguir mis sueños, por creer en mí cuando a veces yo mismo dudaba y por brindarme las herramientas necesarias para alcanzar el éxito. Además, quiero agradecer a todos aquellos que me han acompañado en este viaje académico. A mis profesores, por compartir su conocimiento y orientarme en mi camino de aprendizaje. A mis amigos y seres queridos, por su apoyo y comprensión durante los momentos de intensa dedicación a mi tesis.

DEDICATORIA

El presente trabajo es en honor al esfuerzo y sacrificio de mis padres; Carlos Pastrana y Sintia Rivadeneira que gracias a su constante apoyo y guía han sido fundamentales en mi trayectoria académica y personal, y sin ellos, no habría llegado a este punto crucial en mi vida. Estoy eternamente agradecido por todo lo que han hecho y seguiré haciendo honor a su sacrificio, persiguiendo mis sueños con pasión y determinación. Espero que este logro les llene de orgullo y les permita ver el impacto positivo que han tenido en mi vida.

ÍNDICE

RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
I. EL PROBLEMA	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo General	18
1.4.2. Objetivos Específicos	18
1.4.3. Preguntas de Investigación	19
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. MARCO TEÓRICO	21
2.2.1. Marketing	21
2.2.2. Marketing Mix.....	22
2.2.3. Imagen del destino.....	23
2.2.4. Promoción Turística.....	23
2.2.5. Medios de promoción turística.....	23
2.2.6. Atractivos Turísticos	24
2.2.7. Desarrollo turístico	26
III. METODOLOGÍA	29
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	29
3.1.1. Enfoque cuantitativo.....	29

3.1.2. Tipo de Investigación.....	29
3.2. HIPÓTESIS	30
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	30
3.3.1. Definición de las variables	30
3.3.2. Operacionalización de las variables.....	31
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	32
3.4.1. Método no experimental	32
3.4.2. Método correlacional	32
3.4.2. Método descriptivo.	32
3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO	32
3.5.1. Población y muestra.....	33
3.5.3 Técnicas e instrumentos de investigación	33
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
4.1 RESULTADOS	35
4.1.17. Pruebas estadísticas	60
4.2. DISCUSIÓN.....	63
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67
5.1. CONCLUSIONES	67
5.2. RECOMENDACIONES.....	68
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	70
VII. ANEXOS.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Atractivos turísticos del cantón Cotacachi	25
Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente	31
Tabla 3. Operacionalización de la variable dependiente	31
Tabla 4. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 1	35
Tabla 5. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 2.....	35
Tabla 6. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 3.....	36
Tabla 7. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 4.....	37
Tabla 8. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 5.....	37
Tabla 9. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 6.....	38
Tabla 10. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 7.....	39
Tabla 11. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 8.....	39
Tabla 12. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 9.....	40
Tabla 13. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 10.....	40
Tabla 14. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 11.....	41
Tabla 15. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 12.....	41
Tabla 16. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 13.....	42
Tabla 17. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 14.....	42
Tabla 18. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 15.....	43
Tabla 19. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 16.....	43
Tabla 20. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 17.....	44
Tabla 21. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 18.....	44
Tabla 22. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 19.....	45
Tabla 23. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 20.....	45
Tabla 24. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 21.....	46

Tabla 25. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 22.....	46
Tabla 26. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 23.....	47
Tabla 27. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 24.....	47
Tabla 28. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 25.....	48
Tabla 29. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 26.....	48
Tabla 30. Atractivos Naturales y Culturales del cantón Cotacachi.....	56
Tabla 31. Evaluación del desarrollo turístico del cantón.	59
Tabla 32. Tabla cruzada	60
Tabla 33. Prueba de chi-cuadrado	60
Tabla 34. Prueba coeficiente de correlación de Pearson SPSS	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Encuesta realizada a residente	80
Figura 2. Encuesta realizada a turista	80
Figura 3. Representante GAD Cotacachi.....	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de sustentación de predefensa de TIC	72
Anexo 2. Certificado de Abstract por parte de idiomas	73
Anexo 3. Encuesta dirigida a los turistas.....	74
Anexo 4. Encuesta dirigida a la población.....	77
Anexo 5. Entrevista a representantes del GAD Municipal de Cotacachi.....	79
Anexo 6. Evidencia de encuestas aplicadas	80

RESUMEN

En la ciudad de Cotacachi existen algunos recursos turísticos, sin embargo, la laguna de Cuicocha es la que mayor desarrollo turístico presenta. De ahí que, se ha planteado como problema de investigación “la baja afluencia de visitantes y el subdesarrollo turístico en Cotacachi debido a la escasa promoción” El objetivo central de la investigación fue analizar los medios de promoción turística de los atractivos del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, sobre el desarrollo turístico. Se trabajó con una metodología cuantitativa, tipo de investigación documental y de campo: La primera consistió en el análisis exhaustivo de documentos de fuentes relevantes, mientras que la segunda implicó recolectar directamente información de una muestra mediante encuestas a 384 personas. Con los datos obtenidos se aplicó dos pruebas estadísticas para identificar la correlación entre las variables. Chi-cuadrado (0,000) y el coeficiente de correlación de Pearson (0,000). Valores que al ser comparados con P valor (0,05) permitieron rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa “La promoción turística está relacionada con el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi”. Por otro lado, los resultados de las pruebas permitieron identificar que la relación es moderada, esta entre el 40% y 60%. Se recomienda promover la utilización de redes sociales o medios digitales para promocionar los atractivos turísticos y llegar a más personas. Esto ayudará a fomentar información de la región y dará a conocer la diversidad de sus atractivos; al incrementar la afluencia de turistas, se contribuye al desarrollo del cantón.

Palabras claves: Promoción turística, Desarrollo turístico, atractivos turísticos.

ABSTRACT

In the city of Cotacachi there are some tourist resources, however, the Cuicocha lagoon is the one that presents the greatest tourist development. Hence, the problem of research has been "the low influx of visitors and the underdevelopment of tourism in Cotacachi due to low advertisement". The main objective of the research was to analyze the means of tourist promotion of the attractions of the Cotacachi canton, in the Imbabura province related to tourism development. It worked with a quantitative methodology, type of documentary and field research: the first consisted of an exhaustive analysis of documents from relevant sources, while the second involved directly collecting information from a sample through surveys of 384 people. With the data obtained, two statistical tests were applied to identify the correlation between the variables. Chisquare (0.000) and the Pearson correlation coefficient (0.000). Values that once compared with P value (0.05) allowed to reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis "Tourism promotion is related to tourism development in the Cotacachi Canton". On the other hand, the results of the tests allowed us to identify that such relationship is moderate. It is between 40% and 60%. Then, It is recommended to promote the use of social networks or digital media to promote tourist attractions and reach more people. This will help to promote information about the region and make the diversity of its attractions known. This would increase the influx of tourists, and contributes with the development of the canton.

Keywords: Tourism advertisement, Tourism development, Tourist attractions.

INTRODUCCIÓN

La promoción turística desempeña un papel fundamental, pues a través de los medios de comunicación, las empresas incentivan a los usuarios a consumir los distintos productos y servicios de un lugar. En este contexto, el presente trabajo se centra en analizar la promoción de los atractivos de Cotacachi, con el objetivo de fomentar la práctica de actividades turísticas y dinamizar el desarrollo local.

La promoción turística y el desarrollo turístico se rigen como pilares fundamentales para el éxito y la sostenibilidad de los destinos. La promoción turística se enfoca en implementar estrategias de marketing y comunicación para atraer, captar y persuadir a los viajeros potenciales, generando un aumento en la demanda y la visita a los lugares de interés. Por su parte, el desarrollo turístico se concibe como un enfoque planificado y sostenible que gestiona el crecimiento de los destinos, considerando factores socioeconómicos, ambientales y culturales para garantizar un equilibrio armónico y duradero en la experiencia turística. La conjunción de ambos elementos permite crear una oferta turística atractiva, auténtica y responsable, generando impactos positivos tanto en la economía local como en la preservación del patrimonio cultural y natural, así como en el bienestar de las comunidades receptoras y en la satisfacción del visitante.

El documento está estructurado en siete capítulos, basados en datos recopilados que reflejan la realidad turística del cantón. El capítulo I aborda la problemática, plantea y formula el problema central, las variables, sus causas y efectos, así como los objetivos generales, específicos y las preguntas de investigación.

El capítulo II presenta la fundamentación teórica en torno a las dos variables: promoción turística y desarrollo turístico. El propósito es contribuir con conceptualizaciones y brindar una orientación sobre el tema central. Así mismo, se incluyen antecedentes fundamentados en estudios previos y proyectos relacionados a otros destinos turísticos.

En el capítulo III se describe la metodología utilizada. Incluye el enfoque, modalidad, tipos y métodos empleados, así como las técnicas e instrumentos diseñados para recopilar información. También, presenta la operacionalización de las variables y el proceso estadístico aplicado para cumplir con el objetivo general.

El capítulo IV expone los datos de las encuestas estructuradas dirigidas a la población del cantón y a turistas, así como de las entrevistas a representantes del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal y los resultados de los indicadores utilizados en el estudio.

El capítulo V detalla las conclusiones y recomendaciones basadas en el problema y los objetivos planteados.

Finalmente, el capítulo VI se encuentran las referencias bibliográficas y el capítulo VII los anexos respectivos a imágenes de la recolección de información, instrumentos, validaciones y certificados.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El cantón Cotacachi de la provincia de Imbabura cuenta con una amplia variedad de atractivos capaces de potenciar el desarrollo turístico del lugar. Sin embargo, a pesar de las riquezas naturales y culturales, existe baja afluencia de turistas, lo que demuestra un subdesarrollo de esta actividad.

Uno de los factores que contribuye a ello es la limitada promoción turística. Aunque existen lugares ampliamente conocidos como la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas y la Laguna de Cuicocha, y la compraventa de artesanía local, Cotacachi ofrece una variedad de atractivos adicionales que no son promocionados, especialmente por la falta de una estrategia adecuada.

Las pocas o nulas campañas publicitarias, la escasa presencia en medios digitales y la insuficiente difusión en eventos turísticos relevantes contribuyen a que los potenciales visitantes no tengan suficiente información y, en consecuencia, opten por destinos mejor promocionados. Como resultado, Cotacachi no logra posicionarse como destino nacional ni internacional, pues difícilmente los potenciales usuarios podrían visitar un lugar del que poco o nada se informa.

Ante esta problemática, es necesario investigar cómo las limitadas estrategias de promoción turística tienen relación con el subdesarrollo turístico del cantón. Además, se requiere conocer los medios que más utilizan las personas para informarse sobre un lugar y que deben ser empleados para mejorar la afluencia de turistas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Los limitados medios de promoción de los atractivos turísticos de Cotacachi generan baja afluencia de visitantes y subdesarrollo turístico en 2022.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación analiza los medios de promoción turística y cómo impactan en el crecimiento y aprovechamiento del turismo de Cotacachi. Con el objetivo de obtener respuestas claras, el estudio se centra en diversas variables implícitas que permiten comprender de mejor manera la problemática y el camino a seguir para aumentar el flujo de turistas, ofrecer experiencias positivas, incrementar el nivel de confianza y comodidad de los varios destinos.

Al potenciar los atractivos turísticos, se aperturarían mayores plazas de trabajo que permitirán a las familias mejorar su calidad de vida, así como impulsar el desarrollo económico y social mediante la implementación de ideas innovadoras. En general, contribuiría a generar ingresos para el sector y fomentar crecimiento sostenible de la comunidad.

La presente investigación proporciona así información relevante para los actores clave del sector turístico de Cotacachi, autoridades locales, empresas turísticas, organizaciones relacionadas a la promoción de esta actividad y para futuras investigaciones. Se espera que los hallazgos establezcan las bases para implementar estrategias efectivas de promoción y contribuyan al desarrollo sostenible y a la maximización del potencial turístico del cantón.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar los medios de promoción turística de los atractivos del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, sobre el desarrollo turístico.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la promoción turística y el desarrollo del turismo para el sustento de las variables de la investigación.
- Determinar los medios de promoción turística de los atractivos de Cotacachi para reconocer el medio más idóneo que permita potenciar el desarrollo del turismo.
- Diagnosticar el desarrollo turístico de Cotacachi mediante indicadores que permitan identificar la situación actual.
- Medir la correlación que tienen los medios de promoción turística de los atractivos de Cotacachi en el desarrollo del turismo del cantón.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿En qué consiste la promoción y desarrollo turístico?
- ¿Cuál es el medio más idóneo de promoción para los atractivos turísticos de Cotacachi?
- ¿Cuál es la situación actual del desarrollo turístico de Cotacachi?
- ¿La promoción turística tiene correlación en el desarrollo del turismo de Cotacachi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de los peruanos Quichiz y Rosales (2019), *Promoción turística y posicionamiento de Huacho como destino turístico, distrito de Huacho, período 2019*, se centra en determinar la relación entre la promoción turística y el posicionamiento del lugar como un destino turístico. El estudio está sustentado en una muestra de 246 turistas a quienes se les aplicó un cuestionario bajo la escala de Likert, instrumento validado y verificado su confiabilidad mediante el alfa de Cronbach. Como principales resultados se evidencian problemas en cuanto a la publicidad, relaciones públicas y la promoción de ventas, deficiencias que impactan negativamente en la capacidad para segmentar eficientemente el mercado. Existe así una correlación positiva entre la promoción turística y el posicionamiento de Huacho como un destino turístico y, por consiguiente, se requiere implementar una estrategia integral de promoción para subsanar las deficiencias y captar la atención del público externo.

Otro estudio que vale reconocer es el de Sinchigalo (2022): *La promoción turística y el turismo rural en el complejo comunitario aguas termales Reina del Rosario "Kunugyaku" parroquia Pilahuín*. La autora analiza la situación a través de encuestas aplicadas a una muestra de 101 visitantes del complejo y la prueba de bondad de ajuste chi-cuadrado. Como conclusión, propone crear contenido publicitario en Instagram para promover el complejo y facilitar la interacción entre los proveedores de servicios y potenciales visitantes, estrategia que busca mejorar la visibilidad y promoción del Complejo Comunitario Kunugyaku.

Por otro lado, en el artículo *Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España*, Plumed et al. (2018) expresan lo siguiente:

Analizando la evolución de la política y la promoción turística de España, se percibe cómo la gestión sostenible puede influir en la industria turística y cómo los mensajes transmitidos en las diferentes campañas tienen también influencia en la imagen del destino. Ser sostenible es ser competitivo, y tener una imagen positiva es la clave para tener un buen posicionamiento. (p. 16)

Además, las autoras indican que el vínculo entre sostenibilidad y promoción turística requiere necesariamente una adecuada planificación, y es el gobierno el principal responsable para que ello ocurra.

Por otra parte, Revelo (2020) se enfoca en analizar el impacto de la promoción turística en el desarrollo del atractivo natural Guandera del cantón San Pedro de Huaca. Utiliza un enfoque cuantitativo bajo un estudio de campo e investigación documental, así como una población de 3900 participantes entre 20 y 64 años y una muestra de 350 individuos a quienes se les aplica encuestas y entrevistas. Además, a través de la prueba chi-cuadrado determina el grado de asociación entre variables clave, y mediante el coeficiente de correlación de Pearson analiza los resultados obtenidos. El estudio devela que la promoción turística de Guandera incide en 15,8% en el desarrollo del turismo de San Pedro de Huaca, por lo que es sustancial impulsar estrategias de promoción efectivas para incrementar el número de visitantes.

Finalmente, el trabajo de Aparicio (2021) cuenta con un enfoque cuantitativo y una muestra de 145 artesanos seleccionados de una población de 230. El instrumento de recolección de datos es la encuesta, y se aplica la prueba estadística alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna del instrumento y asegurar su validez. De este modo, la autora determina que el turismo es una actividad económica dinámica que genera varias fuentes de empleo e impulsa el crecimiento local; por consiguiente, ante una mayor y adecuada promoción, mayor será el desarrollo del lugar.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Marketing

Armstrong y Kotler (2013) mencionan que el marketing es un proceso por el que las personas y empresas satisfacen sus necesidades y deseos al interactuar entre ellas y generar valor a través de intercambios. Desde un sentido empresarial, implica establecer relaciones rentables y valiosas con los consumidores. En síntesis, el

marketing consiste en promocionar servicios y/o productos que generen valor a los clientes y establecer relaciones sólidas con ellos.

2.2.2. Marketing Mix

Consiste en la combinación de cuatro elementos, las cuatro “p”, que desempeñan un papel fundamental al momento de implementar una estrategia de marketing exitosa: producto, precio, plaza y promoción. En conjunto, aportan a crear productos y servicios que satisfacen las necesidades de los consumidores (Fernández, 2015).

2.2.2.1. Producto

Arriaga et al. (2012) abordan al producto como aquel componente palpable y/o impalpable que satisface una necesidad o anhelo de un determinado mercado. Sea cual fuere, su finalidad es cubrir de manera eficiente una escasez y establecer una primacía sobre la competencia para acaparar mayor cuota de mercado.

2.2.2.2. Precio

El precio es el costo económico que los consumidores pagan para poseer y/o utilizar un bien o servicio. Generalmente, está vinculado a una meta previamente fijada y a una nivelación de costos (Arriaga et al., 2012).

2.2.2.3. Plaza

La estructura interna y externa de una organización es necesaria para establecer el vínculo entre empresa y clientes y así facilitar la adquisición de productos o servicios. A través de la formalización y desarrollo de operaciones de compraventa, se generan mayores oportunidades de compra, acceso a información, asistencia técnica, resolución de problemas, uso, mantenimiento y reparación del producto o servicio ofrecido (Arriaga et al., 2012).

2.2.2.4. Promoción

Por medio de mensajes y varias actividades, la empresa da a conocer los productos y/o servicios y las ventajas competitivas con la finalidad de atraer más clientes. La promoción juega un papel crucial en la comunicación y difusión, pues mediante varias estrategias y herramientas, como publicidad, relaciones públicas, marketing digital, entre otras, se busca crear conciencia, despertar el interés y persuadir a los clientes potenciales para que elijan la oferta de la empresa (Arriaga et al., 2012). De este modo, se destacan los beneficios, características únicas y se construye y

fortalece la imagen de la marca en la mente del consumidor; contribuye, por ende, a generar demanda, aumentar ventas y fidelizar a los clientes.

2.2.3. Imagen del destino

Como lo indica Folgado et al. (2011), las personas buscan vivir experiencias turísticas positivas en los destinos que visitan. No se trata solamente de lograr que regresen a futuro, sino que inclusive recomienden el lugar a sus amigos, familiares y los seguidores de sus redes sociales. Es así como la imagen desempeña un papel fundamental para atraer a los turistas, pues influye significativamente en el proceso de elección de un destino, independientemente si refleja fielmente todo lo que el lugar tiene para ofrecer.

2.2.4. Promoción Turística

Para Castillo y Castaño (2015), la promoción turística es crucial en la estrategia de comunicación y marketing, pues se centra en informar a los potenciales visitantes sobre las opciones turísticas disponibles. Pueden emplearse herramientas de promoción tradicionales y convencionales como anuncios impresos y folletos, redes sociales, estrategias SEO, etc.

Consiste en implementar acciones y estrategias para difundir información relevante, características distintivas del lugar, una imagen positiva que genere un impacto duradero en los posibles viajeros y persuadirlos a elegir el lugar por medio de los atractivos y beneficios que existen. Al generar conciencia y atraer visitantes, la promoción turística contribuye al desarrollo y crecimiento de la industria y de la localidad.

2.2.5. Medios de promoción turística

Los medios de promoción turística son herramientas y canales para difundir información y crear conciencia sobre los destinos y sus atractivos. Incluyen una variedad de enfoques: desde los tradicionales, como la publicidad impresa y los folletos informativos, hasta los modernos, como el marketing en línea y redes sociales.

2.2.5.1. Medios primarios

Como lo indica Domínguez (2012), los medios primarios están relacionados con la comunicación interpersonal y no requieren de tecnología para llevarse a cabo; en otras palabras, es la promoción boca a boca. Son medios de comunicación masiva

debido a que, cuando un grupo supera los siete miembros, deja de considerarse un grupo y se convierte en una masa.

2.2.5.2. Medios secundarios

Los medios secundarios implican el uso de tecnología y determinadas técnicas por parte del emisor para transmitir el mensaje, pero el receptor no requiere ninguna de ellas para recibirlo. Estos medios son diversos materiales impresos como folletos, periódicos, revistas, trípticos, vallas, entre otros (Domínguez, 2012).

2.2.5.3. Medios terciarios

También conocidos como medios electrónicos, tanto el emisor como el receptor requieren utilizar cierta tecnología. Para recibir y comprender el mensaje transmitido, es necesario contar con dispositivos específicos como televisión, radio, teléfono u otros (Domínguez, 2012).

2.2.5.4. Medios cuaternarios

También se los conoce comúnmente como medios digitales. De acuerdo con Domínguez (2012), permiten a las personas comunicarse de manera mutua y masiva a tiempo real, acortan distancias, ofrecen alta calidad en la emisión y recepción de mensajes y proporcionan nuevas formas de interacción y acceso a información instantánea a nivel global. Abarcan redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, entre otros.

La promoción turística también puede involucrar la participación en ferias y eventos especializados, la creación de material promocional, como folletos, videos y guías turísticas, y el uso de tecnologías emergentes como realidad virtual y aumentada para brindar experiencias inmersivas a los potenciales visitantes. Por su puesto, es esencial seleccionar los medios más adecuados en función del público objetivo, los recursos disponibles y los objetivos de marketing. Una estrategia de promoción integral y bien planificada permite así alcanzar y atraer a un público diverso y generar mayor interés.

2.2.6. Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos son lugares, monumentos, paisajes o eventos que poseen características excepcionales sea por su belleza natural, importancia histórica o cultural, o por ofrecer experiencias únicas. Según Navarro (2015), son

“representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística” (p. 354). Desde otra perspectiva, el *Manual de atractivos turísticos* del Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2018) los concibe como un registro valorado que cuenta con características naturales, culturales y oportunidades que los hace parte del patrimonio turístico de un país. Implica de forma inherente una correcta gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio.

2.2.6.1. Clasificación de atractivos turísticos

El MINTUR (2018) clasifica a los atractivos turísticos en naturales y culturales.

2.2.6.1.1. Atractivos Naturales

Existen 54 subtipos y 11 tipos: montañas, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares (MINTUR, 2018).

2.2.6.1.2. Atractivos Culturales

El MINTUR (2018) reconoce 25 subtipos y 4 tipos: arquitectura, acervo cultural y popular, realizaciones técnicas y científicas y, finalmente, acontecimientos programados.

El cantón Cotacachi es un destino turístico que ofrece una amplia variedad de atractivos para los visitantes. A continuación, se presenta los principales atractivos turísticos:

Tabla 1. Atractivos turísticos del cantón Cotacachi

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Reserva Cotacachi-Cayapas	Sitio Natural	Bosques	Húmedo	IV
Laguna de Cuicocha	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Laguna	IV
Laguna de Piñan	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Laguna	IV
Bosque protector Los Cedros	Sitio Natural	Bosques	Húmedo	III
Iglesia La Matriz	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Históricas Religiosas	IV

Museo de las Culturas	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Museos	III
--------------------------	-------------------------------	--------------	--------	-----

2.2.7. Desarrollo turístico

Consiste en la planificación, gestión y promoción de actividades y servicios turísticos en una determinada región o destino con el objetivo de fomentar el crecimiento económico, social y cultural del área. Con el fin de explorar en mayor detalle, se analizan los indicadores propuestos por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

2.2.7.1. Indicadores del desarrollo sostenible del turismo

La OMT (2005), en su guía *Desarrollo sostenible en destinos turísticos*, plantea medidas que permiten identificar y evaluar dificultades existentes y futuras. Los indicadores son así indicios de potenciales situaciones a ocurrir y proporcionan una medida del riesgo y la necesidad de emprender acciones; en resumen, es información cuidadosamente seleccionada para medir los cambios relevantes en el desarrollo de la gestión turística. Cada uno de los indicadores son detallados en los siguientes puntos.

2.2.7.1.1. Satisfacción de los residentes con el turismo

Los cambios en el nivel de satisfacción puede ser una señal temprana de hostilidad o la probabilidad de incidentes; además, proporcionan información sobre problemas y preocupaciones emergentes antes de que se intensifiquen. La satisfacción es un reflejo directo de la opinión real y una manera de conocer cómo los residentes perciben el turismo y sus impactos.

2.2.7.1.2. Efectos del turismo en la comunidad

El turismo tiene efectos sociales, culturales y económicos en las comunidades anfitrionas, y de ello se producen beneficios y conflictos. Algunas poblaciones pueden resistirse a compartir su cultura, mientras que otras pueden no comprender el interés de los turistas en su estilo de vida.

2.2.7.1.3. Satisfacción de los turistas

La probabilidad de que los turistas regresen a un destino y lo recomienden o no depende de su nivel de satisfacción. Este indicador es fundamental para evaluar la sostenibilidad a largo plazo de un destino, pues se basa en diversos elementos como la variedad de lugares de interés, posición en el mercado, calidad de los servicios, expectativas de los turistas y experiencia individual de cada uno durante su estancia.

2.2.7.1.4. Estacionalidad del turismo

Los destinos turísticos experimentan estacionalidad, con temporadas altas y bajas. Las condiciones climáticas del lugar influyen en la demanda turística: la temporada baja se caracteriza por un clima desfavorable, mientras que la temporada alta puede tener condiciones climáticas más atractivas.

2.2.7.1.5. Beneficios económicos para la comunidad y el destino

El turismo genera inversiones y oportunidades de empleo, así como mejoras en los servicios e infraestructura. En ese sentido, es importante que una comunidad evalúe la rentabilidad de invertir en turismo, tome en cuenta los empleos directos e indirectos, ingresos generados por el gasto turístico, impuestos obtenidos y el impacto en el valor del patrimonio local. Estas consideraciones económicas también tienen implicaciones socioculturales.

2.2.7.1.6. Gestión energética

Reducir el consumo de energía tiene beneficios económicos, ambientales, sociales y ayuda a reducir costos para las empresas turísticas y disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero. Los indicadores se enfocan en el consumo, el uso de fuentes renovables y programas de eficiencia energética.

2.2.7.1.7. Disponibilidad y conservación del agua

El agua es esencial y, por ende, su escasez obstaculiza el desarrollo del turismo. Por esa razón, conservar el líquido vital es importante para mitigar los problemas asociados y asegurar que las actividades se ejecuten con normalidad.

2.2.7.1.8. Tratamiento de las aguas residuales

La gestión de aguas residuales es un tema de gran preocupación. La contaminación de playas, lagos y ríos perjudica a la industria turística, degrada el destino, afecta a la salud y la biodiversidad. Casos conocidos de contaminación, como vertidos de petróleo o epidemias, pueden arruinar la calidad de un destino, dañar su reputación y reduce la afluencia de visitantes.

2.2.7.1.9. Gestión de los residuos sólidos

Los residuos sólidos son un foco de contaminación global. La práctica común de enterrarlos y tener vertederos subterráneos no solo representa una pérdida de recursos, sino también aumenta las emisiones de gases de efecto invernadero

durante su producción y transporte. En áreas sin sistemas adecuados de recolección y gestión de residuos, suelen ser abandonados o se contrata a terceros para deshacerse de ellos.

2.2.7.1.10. Control de la intensidad de uso

Es sustancial medir la densidad e intensidad de uso en los destinos turísticos. Al emplear diversas herramientas, se establecen puntos de referencia para evitar daños o presiones excesivas en los sitios y sistemas.

2.2.7.1.11 Control del desarrollo

La planificación y control del desarrollo turístico son fundamentales para lograr el tipo de destino deseado y evitar impactos negativos, como construcciones inadecuadas o usos incompatibles. Es importante entonces contar con sistemas de planificación que orienten el desarrollo hacia objetivos deseables y regulen aspectos como ubicación, densidad y diseño. Por supuesto, Los sistemas pueden variar desde indicaciones generales hasta regulaciones estrictas.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque cuantitativo

Según Hernández et al. (2014), el enfoque cuantitativo recaba datos con la finalidad de comprobar una hipótesis a partir de la medición numérica y análisis estadístico; de esa manera, se determinan pautas de comportamiento y teorías.

En ese sentido, la presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo en el que fueron aplicadas encuestas para recolectar datos. Los resultados se analizaron con pruebas estadísticas, específicamente el chi-cuadrado, para determinar la relación entre las variables promoción turística y desarrollo turístico. También se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson para evaluar el grado de correlación entre las variables.

3.1.2. Tipo de Investigación

El estudio fue de tipo documental. Se realizaron exhaustivas revisiones de definiciones y conceptos relacionados con el tema y de diversas fuentes que proporcionan sólidas bases teóricas: datos del MINTUR, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, tesis y artículos científicos.

Por otro lado, el estudio tuvo un componente de investigación de campo debido al método de recolección de datos utilizado. En este aspecto, la técnica de la encuesta se consideró fundamental, pues permite predecir el comportamiento de la población de estudio.

3.1.2.3. Investigación Documental

La investigación documental se centra en buscar, recuperar, analizar, criticar e interpretar datos secundarios; es decir, información recopilada y registrada por otros investigadores en fuentes impresas, audiovisuales o electrónicas. Al igual que en cualquier estudio, el objetivo es contribuir a la generación de nuevos conocimientos (Arias, 2012). Al respecto, Gómez (2010) manifiesta que:

Es una invitación para que el estudiante universitario de pregrado y/o postgrado encuentre en el abordaje de las fuentes originales de los autores y sus obras una vivencia cercana en el tiempo y en el espacio de lo que significa construir conocimiento y desarrollar el pensamiento científico. (p. 232)

Se optó por utilizar este enfoque debido a que fue necesario recurrir a diversas fuentes secundarias en Internet, libros, revistas y artículos científicos. Cada una aportó a fundamentar teóricamente la promoción y el desarrollo turístico.

3.1.2.4. Investigación de Campo

Como lo indica Arias (2012), la investigación de campo consiste en recopilar directamente datos -primarios- de la población de estudio en torno a los hechos que ocurren, pero sin intervenir ni controlar ninguna variable. En otras palabras, el investigador obtiene la información sin alterar las condiciones existentes, lo que le confiere un carácter no experimental.

La investigación de campo es un componente crucial para obtener resultados significativos y generar conocimientos relevantes. Los datos recopilados desempeñan un papel fundamental, pues proporcionan una base sólida para el desarrollo del estudio. Así, la compilación y análisis aportan a alcanzar los objetivos y brindar mayor comprensión del tema.

3.2. HIPÓTESIS

HO= La promoción turística no está relacionada con en el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi.

H1= La promoción turística está relacionada con en el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Definición de las variables

Como lo indica Arias (2012), la operacionalización de variables consiste en transformarlas de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles. En otras palabras, definir dimensiones e indicadores específicos que permitan medir y observar la variable en cuestión.

3.2.2. Operacionalización de las variables

A continuación, la Tabla 1 y 2 detallan la operacionalización de las variables,

Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTO
Promoción turística: Es la promoción y difusión de destinos turísticos para atraer visitantes y fomentar el crecimiento del turismo.	Medios de promoción	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Medios Primarios</i> • <i>Medios Secundarios</i> • <i>Medios Terciarios</i> • <i>Medios Cuaternarios</i> 	Encuesta	Cuestionario

Tabla 3. Operacionalización de la variable dependiente

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTO
Desarrollo turístico: Implica el crecimiento equilibrado y sostenible en aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales de una región.	Bienestar de las comunidades receptoras Satisfacción de los turistas Aprovechamiento de los beneficios económicos del turismo Gestión de recursos naturales escasos Limitación del impacto ambiental del turismo Control de las actividades turísticas Ordenación y control del lugar de destino	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción de los residentes con el turismo. • Efectos del turismo en la comunidad. • Mantenimiento de la satisfacción de las turistas. • Estacionalidad del turismo. • Beneficios económicos para la comunidad y el destino. • Gestión energética • Disponibilidad y conservación del agua • Calidad del agua potable • Tratamiento de las aguas residuales • Gestión de los residuos sólidos • Control de la intensidad de uso • Control del desarrollo 	Encuesta/ Entrevista	Cuestionario

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método no experimental

En cuanto al método no experimental, Hernández et al. (2014) mencionan que no manipula las variables y se limita a observar los fenómenos que ocurren en su entorno natural. En ese sentido, se optó por este enfoque para analizar las dos variables establecidas.

3.4.2. Método correlacional

La investigación correlacional busca evaluar el grado de relación o asociación (no causal) entre dos o más variables. Se procede inicialmente a medir las variables y, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y técnicas estadísticas, estimar la correlación. Aunque el estudio no establece relaciones causales de forma directa, puede brindar pistas sobre las posibles causas de un fenómeno (Arias, 2012).

Se empleó este método con el objetivo de analizar la relación entre la variable independiente y dependiente, identificar las asociaciones y, a su vez, comprobar la hipótesis.

3.4.2. Método descriptivo.

La investigación descriptiva está enfocada en describir y caracterizar un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el propósito de comprender su estructura o comportamiento. Los resultados se sitúan en un nivel intermedio en términos de profundidad de conocimientos adquiridos (Arias, 2012).

Este enfoque fue seleccionado debido a que se estableció contacto directo con los habitantes y diversos representantes, lo que permitió obtener una comprensión profunda de la realidad de estudio.

3.5 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Se aplicó la prueba chi-cuadrado para evaluar la relación entre variables, así como el coeficiente de correlación de Pearson para determinar el grado de asociación de ellas. Este coeficiente establece si existe una relación significativa entre las variables: si el valor de p es menor a 0.05, el coeficiente es significativo a un nivel de confianza del 95%, lo que significa que hay una alta probabilidad de que la correlación sea real y solo 5% de probabilidad de error; en cambio, si el valor de p es menor a 0.01, el coeficiente es significativo a un nivel de confianza del 99%, lo que

indica una mayor certeza de que la correlación es verdadera y solo 1% de probabilidad de error (Hernández et al., 2014). En resumen, representa el grado de seguridad de los resultados obtenidos.

3.5.1. Población y muestra

Mediante digital Geo VIT, se obtuvo información relevante sobre el cantón Cotacachi del último año disponible que corresponde a 2018. Durante ese periodo, se registraron 226 582 turistas, cifra que tomada como población objetivo. A partir de esta cifra, se estableció un tamaño muestral de 384 personas con base en la siguiente ecuación:

(N) Tamaño de población= 226582

(Z) Nivel de confiabilidad= 1,96

(p) probabilidad de éxito= 0,5

(q) probabilidad en contra = 0.5

(e) margen de error= 0.05

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{226582 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (226582 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = 383,511$$

3.5.3 Técnicas e instrumentos de investigación

- Encuesta

La encuesta fue una herramienta esencial dado que permitió recopilar información directa de las personas mediante cuestionarios estructurados. Como lo indica Arias (2012), es una técnica que recaba información de un grupo de sujetos sobre ellos mismos y en relación con un tema en específico.

- Entrevista

Con el objetivo de obtener información detallada y contextualizada, se llevó a cabo una entrevista no estructurada a los representantes del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Cotacachi. Esta metodología dio paso a tener una interacción abierta y flexible para tratar temas específicos. Precisamente, Arias

(2012) la define como una técnica que utiliza el diálogo entre el entrevistador y entrevistado para tratar un tema previamente establecido y así recopilar la información requerida.

- Instrumento: Cuestionario

Es una herramienta que consta de una serie de preguntas diseñadas para recopilar información de manera sistemática y estandarizada.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

A continuación, se detallan los resultados de la encuesta. En primera instancia, la Tabla 3 expone el propósito de la visita.

1. ¿Cuál fue el propósito o motivo detrás de su visita al cantón Cotacachi?

Tabla 4. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 1

	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	176	45,8
Negocio - Trabajo	45	11,7
Visita familiares y amigos	89	23,2
Descanso	40	10,4
Otro	34	8,9
Total	384	100,0

Análisis:

Con 45,8%, el motivo más frecuente para ir a Cotacachi es por turismo, cifra que indica que esta actividad desempeña un papel crucial para atraer visitantes. Otras razones también son trabajo y negocios (11,6%) y por visitar a familiares y amigos (23,2%). Es importante considerar esta información para diseñar estrategias de promoción y desarrollo turístico, así como para comprender las necesidades y preferencias de los visitantes. A continuación, la Tabla 4 presenta sobre las visitas a atractivos naturales y culturales.

2. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos ha tenido la oportunidad de visitar?

Tabla 5. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 2

	Frecuencia	Porcentaje
Reserva Cotacachi-Cayapas	15	3.91%
Laguna de Cuicocha	353	91.93%
Laguna de Piñan	5	1.30%

Bosque protector Los Cedros	2	0.52%
Iglesia La Matriz	5	1.30%
Museo de las Culturas	4	1.04%
Total	384	100,0

Análisis:

La mayoría de encuestados, el 91,93%, considera que la Laguna de Cuicocha es el atractivo más popular y frecuentado por los turistas. Por otro lado, la Reserva Cotacachi-Cayapas alcanza un 3,91%, de afluencia, mientras que la laguna de Piñan, la iglesia La Matriz y el Bosque protector Los Cedros, tienen una afluencia más limitada pero aún reciben visitas en un bajo porcentaje. Esto sugiere que Cotacachi cuenta con una diversidad de atractivos que atraen tanto a turistas ocasionales como a aquellos que regresan de manera recurrente.

Por otra parte, la Tabla 5 detalla el medio de comunicación por el que conocieron sobre el lugar.

3. ¿Por qué medio se enteró de la existencia de los atractivos turísticos del cantón Cotacachi?

Tabla 6. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 3

	Medios de promoción	Porcentaje
Reserva Cotacachi-Cayapas	Medios Digitales (Facebook)	3.91%
Laguna de Cuicocha	Medios Digitales (Facebook)	91.93%
Laguna de Piñan	Boca a Boca	1.30%
Bosque protector Los Cedros	Boca a Boca	0.52%
Iglesia La Matriz	Boca a Boca	1.30%
Museo de las Culturas	Boca a Boca	1.04%
Total		100,0

Análisis:

Los medios digitales, especialmente la red social Facebook, destacan como el medio de promoción más efectivo con un 95,84% para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Cotacachi. El boca a boca también juega un papel significativo para el 4,16%, quienes conocieron del lugar a través de recomendaciones y conversaciones, comportamiento que demuestra la influencia de experiencias compartidas y las recomendaciones personales en la toma de decisiones de viaje.

En resumen, los medios digitales y el boca a boca destacan como los principales canales para informar sobre los atractivos turísticos. Por lo tanto, subraya la importancia de implementar estrategias digitales de promoción; pero claro, también hay que tomar en cuenta la influencia de recomendaciones personales.

A continuación, la Tabla 6 expone los resultados de la siguiente pregunta.

4. ¿Considera usted beneficioso contar con diversos medios de promoción turística que den a conocer los atractivos del cantón Cotacachi?

Tabla 7. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	341	88,8
Poco	42	10,9
Nada	1	0,3
Total	384	100,0

Análisis:

La gran mayoría de encuestados (88,8%) considera beneficioso contar con diversos medios de promoción turística para dar a conocer los atractivos de Cotacachi; por ende, constituye un fuerte respaldo para implementar estrategias de promoción más amplias y diversificadas. Solo un porcentaje minoritario, apenas 10,9%, opina que contar con pocos medios de promoción sería suficiente, mientras que un porcentaje aún más bajo (0,3%) considera que no es beneficioso tener canales de promoción. En cuanto al medio de comunicación más adecuado, la Tabla 7 expone los datos.

5. ¿Cuál medio cree usted que sería el más adecuado para promocionar los atractivos del cantón Cotacachi?

Tabla 8. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 5

	Frecuencia	Porcentaje
Radio/Televisión	75	19,5
Revistas, folletos, periódicos	24	6,3
Redes Sociales	272	70,8
Boca a Boca	13	3,4
Total	384	100,0

Análisis:

La mayoría de encuestados, el 70,8%, considera que las redes sociales son el medio más adecuado para promocionar los atractivos del lugar. Ello refleja la creciente influencia de las plataformas digitales en el ámbito turístico y la importancia de utilizar estrategias de marketing para llegar a un público más amplio y diverso.

En segundo lugar, se encuentra la radio/televisión con 19,5%. Aunque los medios tradicionales aún tienen cierto impacto, es evidente que las redes sociales han ganado terreno en la preferencia de promoción turística. Incluso, las revistas, folletos y periódicos apenas ascienden al 6,3%, lo que demuestra que su alcance y efectividad están limitados.

Por último, para el 3,4% el boca a boca es el medio adecuado para promocionar los atractivos turísticos. Aunque no deja de ser importante esta manera de comunicar, es evidente que las plataformas digitales tienen mayor influencia y, por ende, las redes sociales son el medio idóneo. Ello destaca la importancia de implementar estrategias de marketing como una herramienta efectiva para aumentar el reconocimiento y atractivo de los destinos turísticos.

Por otro lado, la Tabla 8 detalla los resultados con respecto a la afluencia de turistas.

6. ¿Considera que el desarrollo turístico de los diversos atractivos del cantón Cotacachi contribuiría a aumentar la afluencia de turistas?

Tabla 9. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 6

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	318	82,8
Poco	54	14,1
Nada	12	3,1
Total	384	100,0

Análisis:

El 82,8% considera que el desarrollo turístico de los diversos atractivos contribuiría a aumentar la afluencia de turistas; de esta forma, los encuestados reconocen que mejorar y promocionar los atractivos turísticos genera un impacto positivo. El 14,1% concibe que el desarrollo turístico tendría poco impacto en la afluencia de turistas, postura que podría deberse a la percepción de que existen otros factores que también influyen como infraestructura, accesibilidad u otros destinos. Un pequeño

porcentaje (3,1%) afirma que en realidad no contribuiría en nada a aumentar la afluencia de turistas, una visión escéptica posiblemente basada en experiencias pasadas o en limitaciones de la capacidad turística del cantón.

Sin duda, la mayoría reconoce que el desarrollo turístico tiene el potencial para aumentar la afluencia de visitantes; sin embargo, existen opiniones divergentes sobre la magnitud de este impacto. Los resultados son útiles para comprender las percepciones de los residentes y planificadores locales sobre el desarrollo turístico y orientar estrategias de promoción y planificación que maximicen los beneficios del turismo en el cantón.

A continuación, la Tabla 9 expone otros resultados relacionados.

7. ¿Considera que es importante utilizar diversos medios de promoción turística para los atractivos turísticos como contribución al desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi?

Tabla 10. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 7

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	313	81,5
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	4,2
En desacuerdo	55	14,3
Total	384	100,0

Análisis:

La mayoría de encuestados (81,5%) considera importante utilizar diversos medios de promoción para contribuir al desarrollo del turismo. Solo un pequeño porcentaje se muestra neutro (4,2%) y otro grupo minoritario está en desacuerdo (14,3%). Los hallazgos resaltan la relevancia de implementar estrategias de promoción variadas y efectivas para atraer visitantes y fomentar el crecimiento turístico en la región.

8. ¿El estado en las carreteras y la señalización del cantón Cotacachi se encuentran en buen estado?

Tabla 11. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 8

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	356	92,7
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	28	7,3
Total	384	100,0

Análisis:

El 92,7% considera que el estado de las carreteras y señalización del cantón es bueno; implica entonces que están en condiciones favorables para la circulación y orientación de los turistas. Sin embargo, una minoría expresa que el estado es deficiente o insatisfactorio debido a la señalización al ingresar a Cotacachi. Por otro lado, la Tabla 11 detalla la variedad de actividades turísticas que existen.

9. ¿El cantón Cotacachi cuenta con una variedad de actividades turísticas para ofrecer?

Tabla 12. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 9

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	111	28,9
Poco	260	67,7
Nada	13	3,4
Total	384	100,0

Análisis:

Un porcentaje significativo de encuestados, el 67,7%, sostiene que Cotacachi cuenta con baja variedad de actividades turísticas, una percepción negativa sobre las opciones disponibles. Por otro lado, el 28,9% opina que hay bastantes actividades, y un pequeño porcentaje (3,4%) afirma que en realidad no existe diversidad. Los resultados respaldan la necesidad de continuar promoviendo el turismo para satisfacer las demandas y expectativas de los visitantes. En este aspecto, la Tabla 12 detalla datos relevantes en cuanto a la calidad de establecimientos.

10. ¿Existen establecimientos de calidad para alimentación y hospedaje en el cantón Cotacachi?

Tabla 13. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 10

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	127	33,1
Poco	244	63,5
Nada	13	3,4
Total	384	100,0

Análisis:

El 63,5% afirma que hay pocos establecimientos de calidad en cuanto a alimentación y hospedaje. Un porcentaje menor (33,1%) considera que son muchos los lugares de buena calidad y el 3,4% en cambio indica que no existen.

El hecho de que una proporción considerable de encuestados considere que la oferta de establecimientos de calidad es insuficiente, evidencia la necesidad de mejorar los lugares e impulsar la creación de otros nuevos para satisfacer las expectativas de los visitantes y fortalecer el sector turístico.

Por otro lado, en cuanto a la conservación de los sitios culturales y naturales, la Tabla 13 expone los datos.

11. ¿Los sitios de interés cultural y natural del cantón Cotacachi se encuentran conservados?

Tabla 14. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 11

	Frecuencia	Porcentaje
Si	327	85,2
No	57	14,8
Total	384	100,0

Análisis:

De los 384 evaluados, 327 (85,2%) afirman que sí están conservados estos espacios y apenas 57 respondieron negativamente (14,8%), lo que evidencia que hay un buen proceso de conservación de los sitios culturales y naturales. Sin embargo, es importante tener en cuenta las percepciones negativas para realizar los ajustes que sean necesarios.

En cuanto a la seguridad del cantón, la Tabla 14 presenta los datos.

12. ¿El cantón Cotacachi ofrece un entorno seguro para los turistas?

Tabla 15. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 12

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Seguro	105	27,3
Poco Seguro	253	65,9
Nada Seguro	26	6,8
Total	384	100,0

Análisis:

Los resultados revelan que hay una preocupación importante en cuanto a la seguridad en el cantón, pues el 65,9% se siente poco seguro, el 27,3% muy seguro y el 6,8% nada seguro. Entonces, en cuanto a la posibilidad de volver a Cotacachi, la Tabla 15 expone los datos.

13. ¿Estaría dispuesto/a visitar nuevamente el cantón Cotacachi en el futuro?

Tabla 16. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 13

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	177	46,1
A veces	207	53,9
Total	384	100,0

Análisis:

De 384 encuestados, el 46,1% está siempre dispuesto a regresar a Cotacachi, lo que evidencia un fuerte deseo de visitar nuevamente el lugar a futuro. El 53,9% a veces regresaría; es decir, no está totalmente comprometido a visitarlo otra vez. Los resultados resaltan la importancia de mantener y mejorar la calidad de la experiencia turística para satisfacer las expectativas de visitantes y seguir atrayéndolos. En ese sentido, la Tabla 16 detalla si el turismo genera o no beneficios a Cotacachi.

14. ¿Considera que el turismo brinda beneficios al cantón Cotacachi?

Tabla 17. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 14

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	343	89,3
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	38	9,9
En desacuerdo	3	0,8
Total	384	100,0

Análisis:

El 89,3% está de acuerdo que el turismo brinda beneficios al cantón y, por tanto, reconoce y valora el impacto positivo que tiene en la economía, cultura y desarrollo local. Por otro lado, el 9,9% no está de acuerdo ni en desacuerdo; podría considerarse como una cierta ambigüedad en sus percepciones o una falta de opinión formada. Finalmente, solo el 0,8% afirma que el turismo no brinda beneficio alguno. En síntesis, los resultados destacan la importancia del turismo como una fuente de ingresos y

desarrollo para Cotacachi. A continuación, la Tabla 17 detalla respecto a los beneficios.

14. ¿Ha experimentado usted beneficios como resultado del turismo?

Tabla 18. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 15

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	139	36,2
A veces	222	57,8
Nunca	23	6,0
Total	384	100,0

Análisis:

El 36,2% siempre tiene beneficios del turismo, mientras que el 57,8% únicamente los percibe a veces. Como puede verse, la mayoría se beneficia constantemente o en determinadas ocasiones de las actividades turísticas. Sin embargo, el 6,0% afirma no tener beneficios, lo que puede deberse a diversas razones como falta de participación en actividades turísticas o percepciones negativas sobre los efectos del turismo en su vida.

En general, los beneficios incluyen oportunidades de empleo, mejoras en la infraestructura, desarrollo económico y cultural, entre otros aspectos. Por supuesto, es importante considerar las preocupaciones de aquellos que indican no beneficiarse del turismo, con el fin de comprender mejor las posibles áreas de mejora y garantizar que esta actividad genere ventajas para todos los involucrados.

En cuanto a la apertura de plazas de empleo, la Tabla 18 detalla los datos.

16. ¿El turismo genera empleo para los residentes locales?

Tabla 19. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 16

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	271	70,6
Poco	113	29,4
Total	384	100,0

Análisis:

Para el 70,6%, el turismo genera mucho empleo, pero el 29,4% considera que en realidad es poco. Aunque la mayoría percibe que el turismo tiene un impacto

positivo, se requieren implementar estrategias adicionales para potenciar este aspecto.

Por otra parte, la Tabla 19 detalla información relacionada a la infraestructura turística.

17. ¿Cree usted que el cantón Cotacachi cuenta con una infraestructura turística adecuada?

Tabla 20. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 17

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	154	40,1
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	199	51,8
En desacuerdo	31	8,1
Total	384	100,0

Análisis:

El 40,1% está de acuerdo en que el cantón cuenta con una infraestructura turística adecuada y, por ende, cumple con sus expectativas y necesidades. Por otro lado, el 51,8% tiene una posición neutral, no está de acuerdo ni en desacuerdo, lo que podría deberse a una falta de consenso o una percepción mixta sobre el tema. Finalmente, el 8,1% manifiesta su desacuerdo, pues no cree que la infraestructura sea suficiente.

En ese sentido, es importante también analizar el impacto ambiental, información que lo presenta la Tabla 20.

18. ¿Ha sido afectado el medio ambiente debido a la actividad turística?

Tabla 21. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 18

	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	70	18,2
Poco	238	62,0
Nada	76	19,8
Total	384	100,0

Análisis:

El 18,2% afirma que el medio ambiente ha sido afectado en gran medida debido a la actividad turística, una minoría que no por ello deja de ser importante a tomarla en cuenta. Por otro lado, el 62,0% indica que hay poco impacto ambiental, y el 19,8% expresa que no existe realmente una afectación de este tipo.

Como puede verse, hay una diversidad de opiniones sobre el impacto ambiental de la actividad turística en la zona: mientras algunos consideran una fuerte afectación, otros perciben que es menor o incluso nula. Los hallazgos destacan la importancia de tomar medidas para gestionar y mitigar las incidencias negativas del turismo en el medio ambiente y promover prácticas sostenibles y conscientes.

Por otro lado, la Tabla 21 detalla los beneficios de la venta de artesanías y atracciones culturales.

19. ¿El cantón ha experimentado beneficios a través de la venta de artesanías y la visita a atracciones culturales?

Tabla 22. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 19

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	272	70,8
A veces	111	29,2
Total	384	100,0

Análisis:

El 70,8% sostiene que siempre hay beneficios significativos por la venta de artesanías y la visita a atracciones culturales, lo que genera un impacto positivo en la economía local y en la promoción de la cultura y el patrimonio del cantón. Por otro lado, el 29,2% indica que solo a veces hay beneficios, un respuesta menos consistente y menos generalizada. Estos hallazgos resaltan la importancia de continuar apoyando y fortaleciendo las actividades turísticas para fomentar el desarrollo sostenible y la preservación de la identidad cultural Cotacachi.

A continuación, la Tabla 22 expone los resultados de la siguiente pregunta.

20. ¿Los residentes tienen acceso libre a los lugares de atracción turística del cantón?

Tabla 23. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 20

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	188	49,0
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	147	38,3
En desacuerdo	49	12,8
Total	384	100,0

Análisis:

El 49% está de acuerdo en que los residentes tienen acceso libre a las atracciones turística, pero el 38,3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que sugiere que

podría haber algunas restricciones o limitaciones en cuanto al acceso. Solo el 12,8% manifiesta estar en desacuerdo, seguramente porque percibe dificultades o restricciones significativas. Las respuestas evidencian la importancia de garantizar un acceso equitativo y fácil a los residentes locales para que disfruten plenamente de los atractivos turísticos y se promueva así la participación de la comunidad en el desarrollo y beneficio del turismo en el cantón. En ese sentido, la Tabla 23 presenta el nivel de satisfacción con el turismo de Cotacachi.

21. En general, ¿está satisfecho/a con el turismo en el cantón Cotacachi?

Tabla 24. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 21

	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	201	52,3
Poco satisfactorio	183	47,7
Total	384	100,0

Análisis:

El 52,3% se encuentra muy satisfecho con el turismo en el cantón, mientras que el 47,7% expresa sentirse poco satisfecho. Sin duda, hay una división contundente en la percepción de los residentes, por lo que es importante considerar ambas posturas para tomar las medidas correctivas correspondientes.

A continuación, la Tabla 24 detalla los datos de la siguiente pregunta.

22. ¿Ha tenido la oportunidad de visitar los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Cotacachi?

Tabla 25. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 22

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	57	14,9
A veces	327	85,2
Total	384	100,0

Análisis:

El 14,9% afirma siempre visitar los atractivos naturales y culturales de Cotacachi, mientras que el 85,2% solo lo hace a veces. Es alentador observar que una gran proporción de los encuestados ha tenido la posibilidad de visitar los diferentes espacios del cantón, lo que evidencia un potencial turístico interesante y destaca la importancia de seguir promoviéndolos y preservándolos.

Con respecto a conocer el medio de promoción más adecuado, la Tabla 25 indica los resultados.

23. ¿Considera usted importante conocer cuál es el medio de promoción más adecuado para difundir los atractivos del cantón Cotacachi?

Tabla 26. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 23

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	280	72,9
Poco importante	104	27,1
Total	384	100,0

Análisis:

Existe dos opiniones marcadas en cuanto a la importancia de conocer el medio de promoción más adecuado para difundir los atractivos del cantón Cotacachi: el 72,9% considera que es muy importante y el 27,1% lo concibe como poco importante. Sin duda, hay una clara demanda por contar con información precisa y eficiente sobre los medios de promoción más efectivos, lo que demuestra la necesidad de llevar a cabo estudios, implementar estrategias para identificar y utilizar adecuadamente los distintos canales, así como para maximizar el impacto y alcance de los atractivos turísticos del cantón. En ese aspecto, la Tabla 26 demuestra las posturas sobre el adecuado o no desarrollo turístico de Cotacachi.

24. ¿Considera que el desarrollo turístico en el cantón Cotacachi es apropiado?

Tabla 27. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 24

	Frecuencia	Porcentaje
Muy adecuado	174	45,3
Poco adecuado	210	54,7
Total	384	100,0

Análisis:

El 45,3% afirma que el desarrollo turístico es muy adecuado, mientras que el 54,7% opina que es poco adecuado. Por ende, deben identificarse posibles áreas de mejora, oportunidades de crecimiento, así como realizar ajustes en la planificación y ejecución de estrategias de desarrollo turístico. Estas percepciones pueden ser valiosas para las autoridades y responsables de la promoción y planificación turística, dado que demuestran el sentir de los residentes.

Frente a esta situación, la siguiente pregunta detallada en la Tabla 27 expone la importancia de implementar nuevos medios de promoción turística.

25. ¿Considera importante la implementación de nuevos medios de promoción turística para mejorar el desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi?

Tabla 28. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 25

	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	356	92,7
Poco importante	28	7,3
Total	384	100,0

Análisis:

El 92,7% de los encuestados considera muy importante implementar nuevos medios de promoción turística, mientras que el 7,3% opina que es poco importante. Una clara mayoría valora la necesidad de utilizar nuevas vías para impulsar el turismo, lo que demuestra la importancia de adaptarse a las tendencias, utilizar estrategias innovadoras para atraer a más visitantes e invertir en nuevos recursos publicitarios.

Finalmente, la Tabla 28 expone los datos en cuanto a la contribución que el desarrollo turístico genera para atraer más visitantes.

26. ¿Cree usted que el desarrollo turístico de los atractivos del cantón Cotacachi contribuirá a atraer más turistas?

Tabla 29. Frecuencia y Porcentaje – Pregunta 26

	Frecuencia	Porcentaje
Ayudaría en gran medida	249	64,8
Ayudaría en mediana medida	124	32,3
Nada	11	2,9
Total	384	100,0

Análisis:

La mayoría de encuestados (64,8%) considera que el desarrollo turístico sí ayudaría a atraer más visitantes, lo que refleja una percepción positiva y optimista sobre el potencial del turismo en el cantón. En cambio, el 32,3% sostiene que el desarrollo turístico contribuiría medianamente a atraer más turistas; quizá, ello se deba a que no lo perciben como un factor determinante. Por otro lado, para el 2,9%, el desarrollo

turístico no contribuiría en lo absoluto a incrementar el flujo de visitantes; si bien esta cifra es baja, es importante tenerla en cuenta.

En general, hay una tendencia favorable sobre el potencial del desarrollo turístico de Cotacachi, hallazgo que respalda la importancia de seguir invirtiendo en esta actividad, promocionar los atractivos de la región y lograr beneficios económicos y sociales.

Grado de satisfacción local con el turismo mediante encuesta a la población.

El 36,2% de la población considera que el turismo tiene beneficios para el cantón; es decir, reconocen y valoran el impacto positivo que genera en la economía, la cultura y el desarrollo local. Cabe indicar que la principal actividad económica de Cotacachi es la producción agropecuaria, con énfasis en cultivos de maíz, frijol, tubérculos, caña de azúcar y hortalizas.

Por otro lado, el 70,8% ha experimentado beneficios significativos a través de la venta de artesanías y la visita a atracciones culturales. Por ende, es necesario apoyar y fortalecer estas actividades para promover el desarrollo sostenible y preservar la identidad cultural.

En relación con el impacto ambiental, el 18,2% sostiene que el turismo ha afectado negativamente el medio ambiente. Aunque es una minoría, es crucial tomar medidas para gestionar y mitigar los posibles impactos negativos y promover prácticas sostenibles y conscientes.

En otro aspecto, el 40,1% está de acuerdo en que existe una infraestructura turística adecuada; es decir, satisface las expectativas y necesidades de los usuarios. Sin embargo, apenas para el 33,1%, la calidad de alimentación y hospedaje es buena, lo que demuestra la necesidad de mejorar los establecimientos existentes y fomentar el desarrollo de nuevos negocios.

En general, los resultados reflejan una satisfacción moderada en cuanto al turismo en Cotacachi y aspectos positivos destacados en la economía y la cultura. También se identifican áreas de mejora, como la preocupación por el impacto ambiental y la calidad de los servicios turísticos. Por lo tanto, el grado de satisfacción es mixto y varía según el aspecto evaluado.

Grado de satisfacción de los turistas mediante encuesta a los turistas.

El 92,7% considera que el estado de las carreteras y señalización del cantón es bueno; implica entonces que están en condiciones favorables para la circulación y orientación de los turistas. Sin embargo, una minoría expresa que el estado es deficiente o insatisfactorio debido a la señalización al ingresar a Cotacachi, pues se encuentra marcado como salida en lugar de entrada. Indudablemente, es importante mantener y mejorar continuamente la infraestructura vial y la señalización para garantizar una experiencia turística segura y agradable.

En cuanto a la infraestructura hotelera y de restauración, solo el 33,1% afirma que es buena. Como ya se indicó previamente, resulta necesario efectuar mejoras en estos establecimientos y aportar nuevas propuestas para crear otros adicionales.

Con relación a la conservación de los recursos naturales y culturales, el 85,2% indica que se encuentran en buen estado. Un porcentaje menor tiene una postura contraria, pero no debe quedar relegado a segundo plano, pues seguramente hay aspectos que mejorar en cuanto a la conservación y prácticas sostenibles.

Con respecto al potencial turístico, el 45,8% viaja a Cotacachi por turismo, porcentaje que demuestra que aún falta por impulsar los atractivos, dado que generalmente la promoción se enfoca en la Laguna de Cuicocha. Es importante tomar en cuenta estos resultados para diseñar estrategias publicitarias que integren diversos lugares y no uno solo.

Por otro lado, el indicador de seguridad revela que el 65,9% se siente poco seguro. Por consiguiente, es sustancial tomar medidas para mejorar este aspecto y brindar un mejor servicio de seguridad a los turistas que visitan el cantón.

En resumen, los resultados de la encuesta muestran una percepción mayoritariamente positiva sobre el estado de las carreteras y la señalización en Cotacachi, aunque ciertamente hay áreas de mejora. También, destaca la necesidad de mejorar la calidad de infraestructura hotelera y de restauración, así como fortalecer los esfuerzos de conservación de los recursos naturales y culturales. Finalmente, es importante diversificar la promoción turística y atender las preocupaciones sobre la seguridad de los visitantes.

Beneficios económicos del turismo

De acuerdo con datos obtenidos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cotacachi (2022), diversas actividades económicas impulsan el desarrollo del cantón: la producción agropecuaria representa el 36%; la producción manufacturera y artesanal contribuyen en 25%, respectivamente, lo que fortalece la diversidad y vitalidad de la economía local; finalmente, el turismo desempeña un papel fundamental, pues representa el 23%. Este sector, en constante crecimiento, atrae a visitantes de todo el mundo debido a la riqueza cultural, impresionantes paisajes y autenticidad de las artesanías y productos locales. El turismo no solo genera ingresos directos, sino también impulsa el desarrollo de servicios relacionados, crea oportunidades de empleo y promueve el progreso de la comunidad.

En resumen, Cotacachi posee una economía en crecimiento basada en diversas actividades, y es necesario reconocer que se ha prestado una atención desigual a los diferentes atractivos turísticos. Por lo tanto, fomentar un turismo más inclusivo y diversificado requiere de una estrategia de promoción que destaque por igual todos los atractivos que el cantón tiene para ofrecer.

Gestión de energía

Según datos del GAD Municipal de Cotacachi y de la empresa eléctrica Emelnorte, existen alianzas estratégicas con instituciones y empresas para preservar el medio ambiente. Una de ellas consiste en la producción de energía a través de la incineración de desechos inorgánicos, propuesta en colaboración con UNACEM Ecuador y que se extiende a nivel de la provincia de Imbabura (Ibarra, Antonio Ante, Otavalo y Cotacachi).

En cuanto al suministro de energía eléctrica, el cantón tiene una cobertura del 93,37%, indicador positivo en términos de acceso a este servicio, esencial para el desarrollo de la comunidad. No obstante, aún persiste un pequeño porcentaje (1,16%) de la población que lamentablemente carece de electricidad. Es fundamental abordar esta situación y trabajar para que todos cuenten con energía y mejoren así la calidad de vida, dado que incide a nivel educativo, de salud, comunicación y desarrollo económico.

Es relevante destacar que solo el 0,2% de la población utiliza fuentes de energía alternativa. Esta cifra abre una oportunidad para fomentar el uso de energías limpias y renovables en el cantón, promover la implementación de sistemas solares, eólicos

y otras formas sostenibles que además de contribuir a la protección del medio ambiente, también diversifican la matriz energética y reducen la dependencia de los combustibles fósiles.

En resumen, a pesar de haber logrado una alta cobertura de energía eléctrica en Cotacachi, es crucial enfocar esfuerzos en garantizar el acceso universal a este servicio. Además, debe promoverse e impulsarse el uso de energías alternativas con el fin de fomentar la sostenibilidad y reducir las emisiones de carbono. Estas acciones resultan fundamentales para mejorar la calidad de vida y promover un desarrollo equitativo y sostenible.

Disponibilidad de agua potable

La administración municipal del cantón Cotacachi ha tomado medidas que garanticen el acceso al agua potable para la población. Según los datos recopilados, se estima que el 62.17% de los habitantes tiene acceso al recurso hídrico de consumo humano a través de la red pública. En el área urbana, la cobertura de agua potable inclusive alcanza un impresionante 97.53%; esto demuestra el compromiso de la municipalidad en asegurar que los residentes de las zonas urbanas puedan acceder al líquido vital.

Al observar los datos desglosados por localidades, se destaca que Cotacachi presenta el mayor porcentaje de abastecimiento de agua potable por la red pública, alcanzando un 78.26%. Le siguen Quiroga con el 71.59%, Imantag con el 57.82% y Apuela con el 51.95%; dichas localidades muestran una mayor cobertura en comparación con otras áreas del cantón. Sin embargo, algunas comunidades como Cuellaje, Peñaherrera, Plaza Gutiérrez y Vacas Galindo tienen una cobertura que oscila entre el 30% y el 50%. Evidentemente, estas zonas necesitan una atención especial para mejorar el acceso al agua potable y garantizar el bienestar de sus habitantes.

De manera lamentable, la localidad García Moreno se encuentra por debajo de los estándares establecidos, con una cobertura de agua potable del 25.63%; por lo tanto, es esencial que se tomen medidas inmediatas para mejorar esta situación y asegurar que todos los residentes de esta localidad tengan una óptima calidad de vida.

La administración municipal de Cotacachi ha asumido la responsabilidad de garantizar el acceso al agua potable en el cantón; a pesar de esto, aunque se han logrado avances significativos, aún existen desafíos en algunas zonas para mejorar la cobertura, por lo que es crucial continuar trabajando en soluciones para que los recursos lleguen a todas las comunidades.

Tratamiento de residuos (aguas residuales)

En el cantón Cotacachi, la cobertura de alcantarillado se sitúa en el 43.50% a nivel cantonal. En la zona urbana, alcanza el 92.50%, mientras que en el área rural apenas llega al 27.57%. Es importante destacar que la mayoría de la población se encuentra en la zona rural, donde la forma de eliminación de las aguas residuales se da a través de pozos sépticos o ciegos, con un porcentaje del 35.36%. Esta situación plantea desafíos significativos en su manejo adecuado, sobre todo en las áreas rurales.

Asimismo, se requiere una atención especial para mejorar la cobertura de alcantarillado y proporcionar soluciones adecuadas que garanticen la salud y el bienestar de los habitantes. Es fundamental promover la expansión de la infraestructura de alcantarillado y la implementación de sistemas de tratamiento de aguas residuales, así como educar y concientizar a la comunidad sobre prácticas adecuadas de eliminación de estas; en tal sentido, mejorar la cobertura de alcantarillado contribuirá al desarrollo sostenible y al cuidado del medio ambiente en el cantón de estudio.

Gestión de residuos sólidos

En Cotacachi, la eliminación de residuos sólidos se realiza principalmente a través de un carro recolector, con una cobertura del 58.79% en general. En el área urbana, la cobertura llega al 97.40%, mientras que en el área rural es de 46.24%. Sin embargo, un preocupante 19.94% de la población aún arroja sus residuos en terrenos baldíos o los quema. Cabe señalar que la producción diaria de residuos en el cantón es de 29.87 toneladas, lo que equivale a 657.14 toneladas mensuales y 7,885.68 toneladas al año, según registros del SNIM – AME; el horario de recolección de estos residuos es de lunes a viernes, de 06:00 a 14:00, y los sábados de 06:00 a 11:00.

La municipalidad dispone de instalaciones para la reclasificación de los desechos sólidos en el relleno sanitario. Se ha implementado un programa piloto en algunos barrios para promover la separación de orgánicos e inorgánicos; para el efecto, fueron entregados recipientes de diferentes colores. En los demás sectores donde se

brinda el servicio de recolección de residuos, la población generalmente utiliza bolsas plásticas para desecharlos.

Además, se han llevado a cabo proyectos piloto de separación en la fuente, donde se han entregado recipientes de colores (verde y negro) según el tipo de residuo (orgánico e inorgánico), con el apoyo del MATE. Así también en las tardes, se realiza el barrido de las calles principales de la ciudad, recogiendo los residuos dispersos por la población; para esta tarea se utilizan dos recipientes de 30 litros cada uno. La municipalidad cuenta con un equipo de 10 jornaleros de higiene distribuidos en nueve zonas urbanas de la ciudad y una zona que incluye la cabecera parroquial de Quiroga, estos trabajadores se encargan de mantener la limpieza y el orden en sus respectivas áreas.

En resumen, considerando el índice diario de producción de residuos del cantón, el horario de recolección abarca los días laborables y los sábados por la mañana, es posible afirmar que la localidad sí cuenta con instalaciones para la reclasificación de los desechos.

Grado de intensidad de uso, entrevista a los representantes del GAD municipal.

El Municipio de Cotacachi posee información únicamente sobre el flujo de turistas que ingresan al Parque Nacional Cotacachi – Cayapas. A partir de experiencias previas de campañas publicitarias, se han identificado fechas importantes y feriados en los que se registra una mayor afluencia de turistas. Algunos ejemplos incluyen el mes de febrero, durante el Carnaval, marzo o abril, durante la Semana Santa, septiembre, durante las Fiestas de la Jora, noviembre, en el Día de Difuntos, y diciembre, durante las festividades de Navidad y Año Nuevo. Estas fechas son propicias para atraer visitantes y promover el turismo en el cantón, aunque es importante considerar la promoción de otros atractivos para diversificar y potenciar la oferta turística local.

Estacionalidad del Turismo

Para satisfacer las necesidades y deseos de la demanda turística, es fundamental utilizar el indicador que evalúa si el destino cuenta con establecimientos turísticos autorizados que ofrecen los servicios y las adecuaciones necesarias. En el caso de Cotacachi, el cantón tiene una amplia infraestructura turística distribuida en sus tres zonas, lo que permite brindar una estadía placentera.

Según el catastro, se han registrado aproximadamente 60 establecimientos turísticos, pero, además, se pueden encontrar albergues comunitarios en las zonas Andina e Intag, donde la población local se convierte en el anfitrión principal, ofreciendo a los turistas experiencias auténticas y únicas a través de la convivencia con la comunidad y la exploración de cada lugar.

En cuanto a la clasificación de los establecimientos turísticos, se distribuyen de la siguiente manera:

Operación: 4

Alimentos y bebidas: 21

Alojamiento: 16

Bares: 1

Transporte turístico: 4

Campamentos turísticos: 2

Asimismo, se estima que hay alrededor de 30 establecimientos en proceso para obtener el registro turístico, lo que demuestra el crecimiento y desarrollo continuo del sector económico en el cantón.

Resultados de las entrevistas aplicadas a los funcionarios del GAD Municipal

A continuación, constan cada una de las preguntas y respuestas consolidadas a partir del cuestionario planteado durante la entrevista. Las autoridades de colaboraron en la entrevista fueron Cumandá Vallejo y Verónica Cerpa representantes del área de turismo del GAD Municipal de Cotacachi.

¿Existe actualmente un inventario de recursos y atractivos turísticos en el Cantón Cotacachi?

El cantón sí cuenta con un inventario de atractivos y sitios turísticos entre naturales y culturales, estos son:

Sitios Naturales:

- Parque Nacional Cotacachi Cayapas
- Laguna de Cuicocha
- Río Cristopamba
- Río Chontal

Sitios Culturales:

- Parque la Matriz
- Parque San Francisco
- Iglesia San Francisco La Dolorosa
- Casa de las Culturas
- Calle 10 de Agosto
- Artesanías en cabuya de Intag
- Café orgánico de Intag
- Centro arqueológico de Gualimán
- Talleres de jabones artesanal "El Rosal"
- Artesanías de Lufa
- Carnes coloradas

Los principales sitios naturales y culturales considerados como atractivos turísticos con base en las fichas técnicas que establece el MINTUR son los que se enlistan en la Tabla 29.

Tabla 30. Atractivos Naturales y Culturales del cantón Cotacachi

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Reserva Cotacachi- Cayapas	Sitio Natural	Bosques	Húmedo	IV
Laguna de Cuicocha	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Laguna	IV
Laguna de Piñan	Sitio Natural	Ambientes Lacustres	Laguna	IV
Bosque protector Los Cedros	Sitio Natural	Bosques	Húmedo	III
Iglesia La Matriz	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Históricas Religiosas	IV
Museo de las Culturas	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Museos	III

Cabe señalar que el Instituto Cotacachi realizó el levantamiento de información de 60 sitios turísticos, datos que deberán ser revisados y validados conjuntamente entre el Ministerio de Turismo y el Municipio para ser considerados como atractivos turísticos con el criterio de las fichas técnicas establecidas por el ente regulador (MINTUR).

¿El municipio del Cantón Cotacachi lleva un registro de las llegadas de turistas que incluya información sobre las fechas de mayor afluencia?

El Municipio de Cotacachi sí dispone de información sobre el ingreso de turistas al Parque Nacional Cotacachi – Cayapas, además del visualizador que reporta el Ministerio de Turismo.

En función de experiencias de Campañas Publicitarias realizadas en años anteriores se han identificado fechas importantes y feriados en los que se cuenta con mayor afluencia de turistas, entre ellos: febrero (Carnaval), marzo o abril (Semana Santa), septiembre (Fiestas de la Jora), noviembre (Día de Difuntos) y diciembre (Navidad y Año Nuevo).

¿Cuál es su análisis sobre la situación turística actual en el Cantón Cotacachi?

El turismo es actualmente la tercera actividad económica y cultural más importante con la que puede contar un territorio, esto debido a que permite reactivar la economía, genera nuevas fuentes de trabajo directo e indirecto, además de que impulsa nuevas actividades económicas que permiten satisfacer las necesidades del mercado turístico.

La demanda que capta la Provincia de Imbabura proviene de diferentes ciudades del país, en donde vale señalar que Imbabura abarca el 5% del turismo nacional. También es importante hacer referencia a las provincias limítrofes, puesto que, por su cercanía, se evidencia gran volumen de turistas provenientes de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. De igual manera, refiriéndonos al turismo extranjero, en Imbabura se concentra el 12,30% del turismo internacional.

¿El Cantón Cotacachi dispone de una infraestructura turística adecuada que promueva el desarrollo del turismo?

Cotacachi posee una amplia infraestructura turística ubicada en las tres zonas del Cantón, por lo que permite ofrecer al turista y visitante una estadía placentera.

De acuerdo con el catastro se cuenta con aproximadamente 60 establecimientos turísticos, así como albergues comunitarios, en las zonas Andina e Intag, donde la población local es la anfitriona al ofrecer a los turistas experiencias únicas a través de la convivencia y autenticidad de cada lugar.

¿Considera usted que la gestión de los Gobiernos Autónomos Descentralizados es fundamental para impulsar el desarrollo turístico en el cantón?

El Gobierno Municipal de Santa Ana de Cotacachi suscribió el Convenio de Delegación de Transferencia de Competencias con el Ministerio de Turismo, el 19 de julio de 2001, mediante el cual el Órgano Rector trasladó las atribuciones de planificar, fomentar, incentivar, regular, controlar y sancionar (capacitar, realizar estadísticas locales) incentivar y facilitar la organización.

¿En su institución se han llevado a cabo actividades de promoción turística para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Cotacachi?

Desde la Jefatura de Turismo Sustentable se han planteado propuestas de promoción turística anual con la finalidad de potenciar los atractivos turísticos existentes en el Cantón de acuerdo con la afluencia de turistas que lo visitan en fechas importantes y feriados nacionales.

¿Desde su perspectiva, considera que los atractivos turísticos del Cantón Cotacachi están recibiendo una adecuada promoción en la actualidad?

Sí.

¿Considera necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del Cantón Cotacachi implemente estrategias de promoción para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón?

Se ha trabajado en la propuesta de promoción turística anual.

Desde su perspectiva, ¿Cómo analiza la situación turística de los atractivos turísticos del Cantón Cotacachi?

Cotacachi, por su ubicación geográfica, se divide en tres zonas: urbana, andina y subtropical de Intag y Golondrinas, en las cuales existen distintos grupos étnicos, como: indígenas, mestizos, afroecuatorianos y montubios; quienes se encuentran asentados en 10 diferentes parroquias, de estas, dos son urbanas y ocho son rurales, y cuentan con alrededor de 45.338 habitantes. El cantón es un destino turístico reconocido en la sierra norte del Ecuador.

En 2019, Cotacachi recibió la declaratoria de Pueblo Mágico y en 2020 la distinción de Safe Travels, la cual es otorgada por el Ministerio de Turismo a los destinos seguros y que además son famosos por su diversidad étnica, cultural, artística, paisajística,

turística y gastronómica. De este modo, se configura como un territorio con una oferta turística que permite conocer la riqueza de su gente a través de accesorios y ropa, turismo comunitario, agroturismo, ecoturismo, aviturismo, entre otros.

Por su parte, la Tabla 30, muestran la evaluación del desarrollo turístico del Cantón.

Tabla 31. Evaluación del desarrollo turístico del cantón.

Dimensiones	Indicadores	Porcentaje
Bienestar de las comunidades receptoras	Beneficios del turismo para el Cantón	89,3%
	Beneficios personales por el Turismo	32,6%
	El turismo crea fuentes de trabajo a los residentes	70,6%
	Existencia de infraestructura turística	40,1%
	Deterioro del medio ambiente por el turismo	18,2%
	Existencia de venta de artesanías y visita a lugares culturales	70,8%
	Accesibilidad turística de los lugares de atracción	49,0%
	Satisfacción del turismo	52,3%
Satisfacción de los turistas	Viajes por turismo	45,8
	Buen estado de las carreteras y señalización	92,7%
	Existencia de actividades turísticas	28,9%
	Existencia de establecimientos de comida y hospedaje	33,1%
	Conservación de las atracciones turísticas	85,2%
	Seguridad para el turista	27,3%
Aprovechamiento de los beneficios económicos del turismo	Grado de retorno al destino	46,1%
	Existencia de alojamientos (oficiales).	48%
	Residentes contratados para la actividad turística	70%
Gestión de recursos naturales escasos	Ingresos generados por el turismo	23%
	Existencia de energía eléctrica	93,37%
	Establecimientos turísticos (oficiales) que participen en programas de conservación de la energía	0%
Limitación del impacto ambiental del turismo	Existencia de agua potable	62,17%
	Porcentaje de aguas residuales del sitio que reciben tratamiento	43,50%
	Plan de manejo para los residuos sólidos.	58,79%
Ordenación y control del lugar de destino	Existencia de sistema de reciclaje por tipos diferentes	10%
	Planificación turística	90%
	Planificación territorial o desarrollo que incluya el turismo.	90%
Control de las actividades turísticas	Control de llegadas de turistas	10%
Total		51,14%

El 51,14% indica que el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi se encuentra en un nivel moderado. Si bien hay áreas que muestran fortalezas, también existen desafíos

que deben abordarse para alcanzar un desarrollo turístico sólido. En ese sentido, para mejorar la situación actual, se recomienda invertir en el desarrollo de infraestructura, implementar prácticas sostenibles, fortalecer la calidad de los servicios y promover una mayor satisfacción para el turista.

4.1.17. Pruebas estadísticas

A continuación, la Tabla 31, muestra información cruzada acerca de la percepción del desarrollo turístico de los diversos atractivos del cantón.

Tabla 32. Tabla cruzada

		¿Considera que el desarrollo turístico de los diversos atractivos del cantón Cotacachi contribuiría a aumentar la afluencia de turistas?			
		Ayudaría en gran medida	Ayudaría en mediana medida	Nada	Total
¿Considera importante la implementación de nuevos medios de promoción turística como contribución al desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi?	Muy Importante	245	111	0	356
	Poco Importante	4	13	11	28
	Total	249	124	11	384

Así mismo, la Tabla 32 detalla el cálculo de la prueba de chi-cuadrado.

Tabla 33. Prueba de chi-cuadrado

	Valor	GI	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	153,632	2	,000
Razón de verosimilitud	76,329	2	,000
Asociación lineal por lineal	77,796	1	,000
N de casos válidos	384		

Cálculo de grados de libertad:

$$V = (N \text{ de filas} - 1) (N \text{ de columnas} - 1)$$

$$V = (3-1) (2-1)$$

$$V = (2)(1) = 2 \text{ grados de libertad}$$

Grados de libertad: 2

Para determinar si se encuentra en la zona de aceptación o rechazo, es necesario comparar el valor estadístico de chi-cuadrado, es decir 153.632, con el valor crítico correspondiente a un nivel de significancia de 0.05 y 2 grados de libertad. En una tabla de distribución chi-cuadrado, se puede encontrar que el valor crítico para un nivel de significancia de 0.05 y 2 grados de libertad es aproximadamente 5.991; en resumen, con base en el valor del estadístico de chi-cuadrado de Pearson, donde se evidencia que este es mucho mayor que el valor crítico, se rechaza la hipótesis nula, lo que indica que hay una asociación significativa entre las variables categóricas evaluadas, en lugar de una asociación al azar. Es decir que, la promoción turística está relacionada con el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi.

Por otra parte, la Tabla 33, indica la información sobre la prueba coeficiente de correlación de Pearson SPSS.

Tabla 34. Prueba coeficiente de correlación de Pearson SPSS

		¿Considera importante la implementación de nuevos medios de promoción turística como contribución al desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi?	¿Considera que el desarrollo turístico de los diversos atractivos del cantón Cotacachi contribuiría a aumentar la afluencia de turistas?
¿Considera importante la implementación de nuevos medios de promoción turística como contribución al desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi?	Correlación de Pearson	1	,451*
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
¿Considera que el desarrollo turístico de los diversos atractivos del cantón Cotacachi contribuiría a aumentar la afluencia de turistas?	Correlación de Pearson	,451*	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

El coeficiente de correlación de Pearson obtenido es de 0,451, el cual indica la fuerza y dirección de la relación entre las variables. Un valor positivo implica una correlación directa, lo que se significa que al aumentar una variable la otra también tiende a aumentar. Por otro lado, un valor negativo resulta en una correlación inversa, esto implica que al aumentar una variable la otra tiende a disminuir.

Es importante indicar que el valor de significancia, o p-valor, es un resultado clave para tomar decisiones respecto a la hipótesis planteada. En este caso, el p-valor obtenido es de 0,000. Para evaluar esto, se compara con un nivel de significancia predefinido, como lo es 0,05. Si el p-valor es menor que el nivel de significancia (para este caso de 0,05), se rechaza la hipótesis nula; lo mencionado implica que existe

evidencia suficiente para afirmar que hay una correlación significativa entre las variables.

En resumen, el coeficiente de correlación de Pearson de 0,451 indica una correlación moderada y directa entre las variables. Además, el valor de significancia de 0,000 permite rechazar la hipótesis nula y concluir que hay una correlación significativa entre las variables.

A continuación, se presenta una guía para interpretar la magnitud de la correlación:

0,1 a 0,3: Correlación débil.

0,3 a 0,5: Correlación moderada.

0,5 a 0,7: Correlación moderada a fuerte.

0,7 a 1: Correlación fuerte.

De acuerdo con la información previa, con un coeficiente de correlación de 0,451, se entiende que existe suficiente evidencia para afirmar que hay una correlación significativa entre la promoción turística y el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi. La promoción turística tiene una influencia moderada en el desarrollo turístico, aunque no se trata de una correlación extremadamente fuerte.

4.2. DISCUSIÓN

Según un estudio realizado por Quichiz y Rosales (2019), se identificó una relación positiva y moderada entre la promoción turística y el posicionamiento de la ciudad de Huacho como destino turístico, con una correlación de Rho de Spearman de 0.403; estos hallazgos respaldan la importancia de implementar nuevas estrategias de promoción para impulsar el turismo en la zona.

En concordancia con los resultados obtenidos en la presente investigación, se encontró una correlación significativa y moderada entre la promoción y el desarrollo turístico del cantón. A pesar de haberse utilizado una prueba estadística distinta, como la correlación de Pearson, se pudo establecer una relación coherente con los resultados del estudio realizado por los autores; además, se destaca la relevancia de la promoción turística, puesto que desempeña un papel fundamental en el posicionamiento y desarrollo de un destino turístico.

Por otra parte, la investigación realizada por Sinchigalo y Gaviño (2022), centrada en la promoción turística y el turismo rural en el complejo comunitario de las aguas

termales Reina del Rosario "Kunugyaku", mostró resultados similares a los de la presente investigación, además de que uno de sus objetivos fue el de identificar la mejor estrategia publicitaria para este efecto. Las encuestas que realizaron los autores a los turistas, permitieron determinar que la publicidad a través de redes sociales es la estrategia más efectiva y los resultados indicaron que la mayoría de ellos prefiere recibir información sobre destinos turísticos a través de medios digitales, dado que estos canales les permiten encontrar contenido relacionado de manera más fácil y rápida.

Por lo expuesto, se determina que estos hallazgos concuerdan con los objetivos planteados en la presente investigación, debido a que demuestran que las redes sociales son consideradas como el medio más adecuado para promocionar los atractivos de Cotacachi. Los resultados también respaldan la importancia de identificar los medios de promoción más adecuados para el desarrollo turístico, evidenciando cuán efectivas pueden ser las estrategias de marketing en redes sociales para aumentar el reconocimiento y atractivo de los destinos.

También cabe añadir que el proyecto de tesis realizado por Revelo (2020), donde se utilizó una metodología cuantitativa que incluyó el uso de indicadores básicos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) para evaluar la situación de desarrollo turístico en el cantón y cuyo objetivo principal fue realizar un diagnóstico preciso del desarrollo mediante la aplicación de los indicadores, demostró que el cantón San Pedro de Huaca ha logrado un desarrollo turístico del 29.28%. Además, destacan aspectos positivos como el potencial turístico que ofrece en términos de recursos naturales, culturales y religiosos, los cuales están bien conservados y generan gran interés entre los turistas. Sin embargo, se identificaron áreas de mejora, como la insuficiente oferta de infraestructura turística que afecta la satisfacción del visitante, y la insatisfacción de los residentes locales por la falta de beneficios económicos significativos derivados de la actividad turística.

Al comparar dichos resultados con los obtenidos en la presente investigación, se concluye que el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi se encuentra en un nivel moderado, con un porcentaje del 51.14%. Tanto el estudio de Revelo (2020) como los datos obtenidos en este proyecto muestran la importancia de promover el desarrollo turístico por medio de estrategias de promoción efectivas y acciones que mejoren la experiencia, lo cual puede servir a los negocios y gobernantes que trabajan y brindan

servicios turísticos para esclarecer e implementar medidas que contribuyan al crecimiento sostenible del turismo en ambos cantones.

Por su parte, el artículo de investigación realizado por Plumed et al. (2018) destaca cuán importante fue el rol que desempeñó la promoción turística en el desarrollo y crecimiento de España como destino turístico. Los autores enfatizaron en que la promoción se debe adaptar a las necesidades del mercado y los principios de sostenibilidad; por ello, y a pesar de que se utilizaron metodologías diferente que las de la presente investigación, se confirma que la promoción turística, dentro de una estrategia general de planificación, es un elemento clave para el desarrollo exitoso de un destino turístico dado que produce un gran impacto.

A través de campañas publicitarias, presencia en medios de comunicación y participación en ferias y eventos turísticos, se logra despertar el interés y la curiosidad de los potenciales turistas, de esta manera se posiciona al destino en la mente de los viajeros y se resaltan sus características únicas, creando una imagen positiva y atractiva, tal como ha sucedido con España a lo largo de los años.

Es esencial tomar en cuenta el realizar estrategias efectivas de promoción para maximizar el potencial de una región y que se obtengan beneficios tanto para la comunidad local como para los visitantes. La promoción turística bien manejada puede contribuir eficazmente a la atracción de visitantes, generar empleo, fortalecer la identidad cultural y promover un turismo sostenible. Por lo expuesto, la investigación realizada por Plumed et al. (2018), se vincula directamente con este tema, al reconocer la significancia de aprovechar y realizar una promoción efectiva, mediante diversas estrategias y herramientas que tengan la capacidad de impulsar los atractivos turísticos, la economía local y preservar la identidad cultural.

Asimismo, el estudio realizado por Aparicio (2021) proporcionó información relevante del distrito de Pisac, en Perú, la cual se puede relacionar con los datos obtenidos en la presente investigación. Los autores aplicaron la prueba estadística de correlación de Pearson y obtuvieron una correlación positiva de 0.473 y una significancia de 0.000, resultados que indican que existe una relación significativa entre la promoción turística y el desarrollo local en el distrito en cuestión. La investigación acepta la hipótesis planteada, respaldando la idea de que la promoción turística está relacionada de manera ampliamente con el desarrollo local, y se rechaza la hipótesis nula, datos muy similares a los que se detallan en este proyecto.

El análisis de ambos resultados indica la relevancia de la promoción turística en el contexto del desarrollo local y turístico; tanto en el distrito de Pisac como en el Cantón Cotacachi, se observa una correlación significativa entre la promoción turística y el desarrollo. Sin embargo, es importante destacar que la fuerza de la correlación varía en cada caso, siendo moderada en ambos estudios. Estos hallazgos, nuevamente resaltan la importancia de implementar estrategias efectivas de promoción turística para potenciar el desarrollo sostenible de los destinos y maximizar sus beneficios económicos y sociales.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- La presente investigación se apoya en una amplia fundamentación teórica obtenida de diversas fuentes bibliográficas. Entre las destacadas se encuentran los informes realizados por reconocidas instituciones como la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Ministerio de Turismo (MINTUR) y universidades de renombre. Cabe resaltar que los datos recopilados fueron obtenidos a través de una investigación exhaustiva y rigurosa; sin embargo, es importante mencionar que la información presentaba un nivel de generalización considerable, lo que implicó un proceso complejo y extenso en la búsqueda de información.
- Se recabó información de diversas fuentes primarias y secundarias, como tesis, Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT), artículos científicos e informes relevantes para cumplir con el objetivo principal de este estudio que fue analizar los medios de promoción turística de los atractivos del Cantón Cotacachi, ubicado en la provincia de Imbabura, y su impacto en el desarrollo turístico de la región. Para lograrlo, se utilizaron instrumentos específicos que permitieron recolectar datos necesarios para el análisis de las variables implicadas. Fueron diseñados con el fin de obtener información precisa y relevante que permitiera evaluar la efectividad de los medios de promoción utilizados y su relación con el desarrollo turístico de la zona.
- El estudio identificó que las redes sociales son el medio más adecuado para promocionar los atractivos turísticos del cantón Cotacachi. Esto refleja la creciente influencia de las plataformas digitales en el ámbito turístico y la importancia de utilizar estrategias de marketing digital para llegar a un público más amplio y diverso; además de que respalda el objetivo de determinar los medios de promoción turística más eficaces.
- La presente investigación ha arrojado resultados relevantes respecto a la efectividad de los medios digitales, en especial la plataforma de redes sociales Facebook, como el medio de promoción más destacado para dos atractivos turísticos prominentes en el cantón Cotacachi: la Laguna de Cuicocha y la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas. Estos medios digitales han alcanzado un índice de efectividad elevado, registrando un 95,84% en la divulgación de

- estos atractivos. Además, se ha observado que el boca a boca también juega un papel significativo en otros atractivos turísticos del cantón, como la Laguna de Piñan, la Iglesia La Matriz y el Bosque Protector Los Cedros. Este método tradicional de recomendaciones personales y experiencias compartidas ha demostrado ser influyente en un 4,16% de los casos estudiados, lo que confirma su importancia en las decisiones de viaje.
- El desarrollo turístico del Cantón Cotacachi se encuentra en un nivel moderado, con un 51,14%. Diagnóstico que destaca la relevancia del turismo como fuente de beneficios económicos y laborales para la región. Sin embargo, también muestra la necesidad de abordar los desafíos relacionados con la infraestructura turística, el impacto ambiental y la promoción de los aspectos culturales. Un enfoque integral y sostenible en estas áreas puede contribuir a un desarrollo turístico equilibrado y favorable.
- Se verificó que la promoción turística tiene relación con el desarrollo turístico del Cantón Cotacachi, según los resultados obtenidos del estadístico de chi-cuadrado de Pearson y el coeficiente de correlación de Pearson. Aunque la correlación no es muy fuerte, sí existe una relación significativa entre ambas variables.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda obtener información de fuentes confiables para respaldar y otorgar credibilidad a cualquier investigación. Lo mencionado garantiza la precisión y validez de los datos utilizados, y, a su vez, fortalece la solidez y confianza en los resultados obtenidos.
- También es de interés el promover la utilización de redes sociales o medios digitales para promocionar los atractivos turísticos y llegar a más personas. Creando perfiles en plataformas populares como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube, y publicar contenido regularmente, en donde se debe incluir fotos, videos, historias y noticias relacionadas con los diferentes atractivos turísticos de Cotacachi. Esto ayudará a fomentar información de la región y dará a conocer la diversidad de sus atractivos; al incrementar la afluencia de turistas, se contribuye al desarrollo del cantón.
- Se recomienda desarrollar estrategias que promuevan un turismo responsable y sostenible, y que mejoren la experiencia del visitante. Con estas acciones,

Cotacachi puede consolidarse como un destino turístico atractivo y generar beneficios económicos y sociales para la comunidad local y los visitantes.

- Colaborar con otros actores del sector turístico también es una sugerencia, en ese escenario se encuentran las agencias de viajes, hoteles, restaurantes y operadores turísticos; esta relación puede potenciar la promoción y el desarrollo, dado que el establecer alianzas estratégicas permite crear paquetes turísticos atractivos, ofrecer descuentos especiales y proporcionar experiencias integradas a los visitantes. Estas colaboraciones también pueden ayudar a ampliar la difusión de la promoción turística a través de las redes de contactos de los socios involucrados.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aparicio, V. (2021). Turismo y Desarrollo Local: un Estudio de Caso en el Distrito de Pisac – Cusco. *Comuni@cción*, 12(4). <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.587>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. (6ta ed.). Episteme.
- Armstrong, G. y Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. (11^{ra} ed.). Pearson. https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Arriaga, L., Bazana, M. y Fuente, M. (2012). Marketing mix: la fortaleza de las grandes empresas. *Contribuciones a la Economía*, 11. <https://www.semanticscholar.org/paper/Marketing-mix%3A-la-fortaleza-de-las-grandes-empresas-Huerta-BAZANA/45eeb4d192c558b17eebb4af5a9fbd6cc99c28f0>
- Castillo, M. y Castaño, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(3), 737-757 <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Red Tercer Milenio.
- Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Biblioteca Anales de la Investigación*, 11, 64-78. <http://revistas.bnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/196/205>
- Folgado, J., Oliveira, P. y Hernández, J. (2011). Imagen del destino y marca turística: sinergias e implicaciones. *Tourism & Management Studies*, 1, 904-914. <https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867082.pdf>
- Gómez, L. (2010). Un espacio para la investigación documental. *Revista Vanguardia psicológica clínica teórica y práctica*, 1(2), 226-233. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4815129>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6^{ta} ed.). McGraw-Hill.
- López, B. (2001). *La esencia del marketing*. Ediciones UPC.
<http://hdl.handle.net/2099.3/36701>
- Ministerio de Turismo de Ecuador [MINTUR]. (2018). *Manual de atractivos turísticos*.
<https://amevirtual.gob.ec/manual-de-atractivos-turisticos/>
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, (35), 335-357.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/221641>
- Plumed, M., Gómez, D. y Martín, C. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España. *Retos*, 8(15), 7-17.
<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.01>
- Quichiz, A. y Rosales, J. (2019). *Promoción turística y posicionamiento de huacho como destino turístico, distrito de Huacho, período 2019* [Tesis de grado, Universidad José Faustino Sánchez Carrión].
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/6755>
- Revelo, K. (2020). *La Promoción turística del atractivo natural Guandera y el desarrollo turístico del cantón San Pedro de Huaca* [Tesis de grado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi].
<http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/961>
- Sinchigalo, J. (2022). *La promoción turística y el turismo rural en el complejo comunitario aguas termales Reina del Rosario "Kunugyaku" parroquia Pilahuín* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/35986>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de sustentación de predefensa de TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



ESTUDIANTE:	Pastrana Rivadeneira Kevin Andrés	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003870738
PERIODO ACADÉMICO:	2022 A		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA	DOCENTE TUTOR:	MSC. CESÁR ARMANDO ENRÍQUEZ MONTENEGRO
DOCENTE:	MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO		
TEMA DEL TIC:	"MEDIOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN COTACACHI PROVINCIA DE IMBABURA"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	9.33	Se debe cambiar el verbo del objetivo correlacionar por incidencia. Se hable en singular o plural y se evidencie en el trabajo
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9.67	Visualizar en el documento el fundamento teórico micro (atractivos del cantón)
3	METODOLOGÍA	8.33	
4	RESULTADOS	7.67	Se debe presentar los resultados de una manera mas amplia
5	DISCUSIÓN	9.33	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	5.00	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.67	Mejorar la fluidez verbal
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10.00	

Obteniendo una nota de: **8,70** Por lo tanto, **APRUEBA** : debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **jueves, 20 de julio de 2023**


 MSC. ELIZABETH JOSEFINA GUEVARA GUEVARA
PRESIDENTE TRIBUNAL


 MSC. CESÁR ARMANDO ENRÍQUEZ MONTENEGRO
DOCENTE TUTOR


 MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
DOCENTE

Anexo 2. Certificado de Abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Kevin Andrés Pastrana Rivadeneira

Fecha de recepción del abstract: 24 de julio de 2023

Fecha de entrega del informe: 24 de julio de 2023

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9,5 por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo 3. Encuesta dirigida a los turistas

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI Carrera de Turismo

Encuesta dirigida a los turistas

Objetivo: Determinar los medios de promoción turística de los atractivos de Cotacachi para reconocer el más idóneo que permita potenciar el desarrollo del turismo.

Instrucciones: El instrumento consta de 13 preguntas relacionadas a la promoción y desarrollo turístico, para su evaluación encierre en un círculo o marque con una X la respuesta según su consideración.

¿Cuál fue el propósito o motivo detrás de su visita al cantón Cotacachi?

- 1) Turismo
- 2) Negocio-Trabajo
- 3) Visita familiares y amigos
- 4) Descanso
- 5) Otro

¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos ha tenido la oportunidad de visitar?

- 1) Reserva Cotacachi-Cayapas
- 2) Laguna de Cuicocha
- 3) Laguna de Piñan
- 4) Bosque protector Los Cedros
- 5) Iglesia La Matriz
- 6) Museo de las Culturas

¿Por qué medio se enteró de la existencia de los atractivos turísticos del cantón Cotacachi?

- 1) Radio -Televisión
- 2) Periódicos, revistas, folletos
- 3) Medios Digitales (Facebook, YouTube, TikTok, etc.)
- 4) Boca a Boca
- 5) Ninguno

¿Considera usted beneficioso contar con diversos medios de promoción turística que den a conocer los atractivos del cantón Cotacachi?

- 1) Mucho
- 2) Poco
- 3) Nada

¿Cuál medio cree usted que sería el más adecuado para promocionar los atractivos del cantón Cotacachi?

- 1) Radio -Televisión
- 2) Periódicos, revistas, folletos
- 3) Medios Digitales (Facebook, YouTube, TikTok, etc.)
- 4) Boca a Boca
- 5) Ninguno

¿Considera que el desarrollo turístico de los diversos atractivos del cantón Cotacachi contribuiría a aumentar la afluencia de turistas?

- 1) Mucho
- 2) Poco
- 3) Nada

¿Considera que es importante utilizar diversos medios de promoción turística para los atractivos turísticos como contribución al desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi?

- 1) De acuerdo
- 2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 3) En desacuerdo

¿El estado en las carreteras y la señalización del cantón Cotacachi se encuentran en buen estado?

- 1) De acuerdo
- 2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 3) En desacuerdo

¿El cantón Cotacachi cuenta con una variedad de actividades turísticas para ofrecer?

- 1) Mucho
- 2) Poco
- 3) Nada

¿Existen establecimientos de calidad para alimentación y hospedaje en el cantón Cotacachi?

- 1) Mucho
- 2) Poco
- 3) Nada

¿Los sitios de interés cultural y natural del cantón Cotacachi se encuentran conservados?

- 1) Si
- 2) No

¿El cantón Cotacachi ofrece un entorno seguro para los turistas?

- 1) Mucho
- 2) Poco
- 3) Nada

¿Estaría dispuesto/a a visitar nuevamente el cantón Cotacachi en el futuro?

- 1) Siempre
- 2) A veces
- 3) Nunca

MUCHAS GRACIAS

Anexo 4. Encuesta dirigida a la población

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI Carrera de Turismo

Encuesta dirigida a la población

Objetivo: Diagnosticar el desarrollo turístico de Cotacachi mediante indicadores que permitan identificar la situación actual.

Instrucciones: El instrumento consta de 13 preguntas relacionadas a la promoción y desarrollo turístico, para su evaluación encierre en un círculo o marque con una X la respuesta según su consideración.

¿Considera que el turismo brinda beneficios al cantón Cotacachi?

- 1) De acuerdo
- 2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 3) En desacuerdo

¿Ha experimentado usted beneficios como resultado del turismo?

- 1) Siempre
- 2) A veces
- 3) Nunca

¿El turismo genera empleo para los residentes locales?

- 1) Mucho
- 2) Poco
- 3) Nada

¿Cree usted que el cantón Cotacachi cuenta con una infraestructura turística adecuada?

- 1) De acuerdo
- 2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 3) En desacuerdo

¿Ha sido afectado el medio ambiente debido a la actividad turística?

- 1) Mucho
- 2) Poco
- 3) Nada

¿El cantón ha experimentado beneficios a través de la venta de artesanías y la visita a atracciones culturales?

- 1) Siempre
- 2) A veces
- 3) Nunca

¿Los residentes tienen acceso libre a los lugares de atracción turística del cantón?

- 1) De acuerdo
- 2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 3) En desacuerdo

En general, ¿está satisfecho/a con el turismo en el cantón Cotacachi?

- 1) Muy satisfactorio
- 2) Poco satisfactorio
- 3) Nada satisfactorio

¿Ha tenido la oportunidad de visitar los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Cotacachi?

- 1) Siempre
- 2) A veces
- 3) Nunca

¿Considera usted importante conocer cuál es el medio de promoción más adecuado para difundir los atractivos del cantón Cotacachi?

- 1) Muy importante
- 2) Poco importante
- 3) Nada importante

¿Considera que el desarrollo turístico en el cantón Cotacachi es adecuado?

- 1) Muy adecuado
- 2) Poco adecuado
- 3) Nada adecuado

¿Considera importante la implementación de nuevos medios de promoción turística para mejorar el desarrollo del turismo en el cantón Cotacachi?

- 1) Muy importante
- 2) Poco importante
- 3) Nada importante

¿Cree usted que el desarrollo turístico de los atractivos del cantón Cotacachi ayudaría a atraer más turistas?

- 1) Ayudaría en gran medida
- 2) Ayudaría en media medida
- 3) Nada

MUCHAS GRACIAS

Anexo 5. Entrevista a representantes del GAD Municipal de Cotacachi.

1. ¿Existe actualmente un inventario de recursos y atractivos turísticos en el Cantón Cotacachi?
2. ¿El municipio del Cantón Cotacachi lleva un registro de las llegadas de turistas que incluya información sobre las fechas de mayor afluencia?
3. ¿Cuál es su análisis sobre la situación turística actual en el Cantón Cotacachi?
4. ¿El Cantón Cotacachi dispone de una infraestructura turística adecuada que promueva el desarrollo del turismo?
5. ¿Considera usted que la gestión de los Gobiernos Autónomos Descentralizados es fundamental para impulsar el desarrollo turístico en el cantón?
6. ¿En su institución se han llevado a cabo actividades de promoción turística para dar a conocer los atractivos turísticos del Cantón Cotacachi?
7. ¿Desde su perspectiva, considera que los atractivos turísticos del Cantón Cotacachi están recibiendo una adecuada promoción en la actualidad?
8. ¿Considera necesario que el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del Cantón Cotacachi implemente estrategias de promoción para dar a conocer los atractivos turísticos del cantón?
9. Desde su perspectiva, ¿Cómo analiza la situación turística de los atractivos turísticos del Cantón Cotacachi?

Anexo 6. Evidencia de encuestas aplicadas



Figura 1. Encuesta realizada a residente



Figura 2. Encuesta realizada a turista

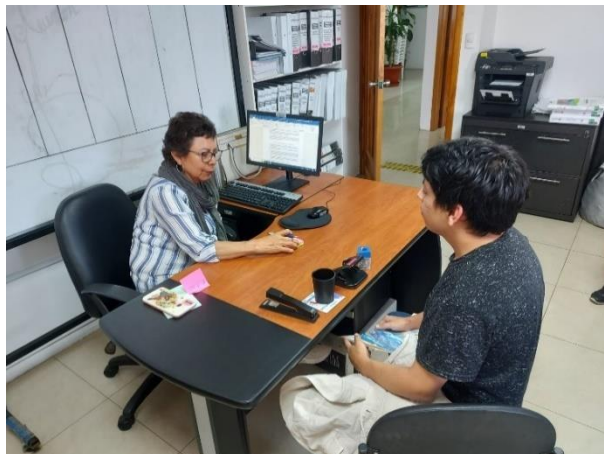


Figura 3. Representante GAD Cotacachi