

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO Y ECOTURISMO

Tema: “La difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística en el cantón Montúfar”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Ingeniera en Turismo y Ecoturismo

AUTORA: Pasquel Pereira Ana Guadalupe

TUTOR: Ing. Caicedo Diego, Msc

Tulcán, 2020

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Pasquel Pereira Ana Guadalupe con el número de cédula 0401722111 ha elaborado el trabajo de titulación: “La difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística en el cantón Montúfar”

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

.....

Ing. Caicedo Diego, Msc

TUTOR

.....

Dr. Enríquez Cesar M. Msc.

LECTOR

Tulcán, febrero del 2020

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en la Carrera de ingeniería en turismo y ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Yo, Pasquel Pereira Ana Guadalupe con cédula de identidad número 0401722111 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Pasquel Pereira Ana Guadalupe

AUTORA

Tulcán, febrero del 2020

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Pasquel Pereira Ana Guadalupe declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “La difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística en el cantón Montúfar” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

.....

Pasquel Pereira Ana Guadalupe

AUTORA

Tulcán, febrero del 2020

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por darme la vida, ser mi guía y por haberme permitido llegar a concluir la carrera. A mis Padres Arturo y Mariana por guiarme por el camino del bien, por inculcarme valores y por brindarme su apoyo incondicional, por ser mí ejemplo a seguir en el transcurso de mi formación. A mis hermanos Luis y Victor por estar en cada momento, brindándome su apoyo absoluto y por compartir conmigo cada meta cumplida. A mi tío Edwin, les agradezco de todo corazón ya que sin su apoyo no hubiera podido concluir con mi carrera.

Agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por abrirme las puertas y permitirme ser parte de la comunidad universitaria para poder estudiar mi carrera.

De igual manera a todos los docentes que poco a poco me han ido viendo crecer gracias a sus conocimientos y su apoyo, para seguir adelante día a día y ser una profesional.

Agradezco a mi tutor de tesis el Magister Diego Caicedo, por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así mismo agradecer infinitamente a mi lector de tesis, Doctor Cesar Enríquez, que, con sus conocimientos, tiempo y su paciencia me ayudó durante el desarrollo de mi investigación.

Mi profundo agradecimiento a las autoridades del GAD de Montúfar por brindarme su total colaboración para aplicar los instrumentos de investigación y aportar con sus conocimientos en torno al Cantón.

Para finalizar, quiero agradecer a todos quienes formaron parte de mi etapa estudiantil, mis compañeros de aula, con quienes durante cinco años compartí alegrías, tristezas, apuros, aventuras, en fin, con ellos pase los mejores momentos, su amistad, tiempo y apoyo los llevo en mi corazón.

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación está dedicado con todo mi amor y cariño primeramente a Dios, quien gracias a su bendición me ha permitido llegar hasta donde me encuentro en este momento, también dedicar este logro a las personas que más admiro en este mundo, a mis padres ya que gracias a su amor, tiempo, sacrificio y apoyo incondicional me han mostrado el camino hacia la superación y he podido cumplir uno de mis tantos sueños más esperados y a no darme por vencida pese a tantas circunstancias que me han enseñado a crecer como persona y como mujer.

De igual manera dedicar este logro a mis hermanos, Luis y Victor, quienes con sus ocurrencias, cariño, juegos, risas y llantos me han dado ánimo para nunca detenerme y ser mejor cada día.

Quiero dedicar también este logro a mi querido tío Edwin, mi primo Bryan y a mi abuelita Ilda a ellos muchas gracias por su apoyo y sus consejos gracias por tanto cariño.

Gracias a todos ustedes que por su entrega, compañía, amor y paciencia me ha enseñado que todo esfuerzo tiene su recompensa y que nunca debo darme por vencida, pese a las adversidades. Y para finalizar esta enorme alegría, les dedico este logro ya que toso ustedes han sido mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de tesis.

ÍNDICE

I. PROBLEMA	15
1.1. Planteamiento del Problema	15
1.2. Formulación del Problema.....	16
1.3. Justificación	16
1.4. Objetivos y Preguntas de Investigación.....	17
1.4.1. Objetivo General.....	17
1.4.2. Objetivos Específicos.	17
1.4.3. Preguntas de Investigación.	17
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	18
2.1. Antecedentes Investigativos.....	18
2.2. Marco Teórico.....	22
2.2.1. Difusión.	22
2.2.1.4. <i>Medios de difusión impresos.</i>	23
2.2.2. Recursos turísticos.....	27
2.2.3. Recursos naturales.	28
2.2.4. Recursos Turísticos Naturales.	28
2.2.5. Demanda Turística.....	28
III. METODOLOGÍA.....	30
3.1. Enfoque Metodológico.....	30
3.1.1. Enfoque Cuantitativo.....	30
3.1.2. Tipo de investigación.....	30
3.2. Hipótesis	31
3.3. Definición y Operacionalización de Variables	32
3.4. Métodos Utilizados	34
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37

4.1. Resultados	37
4.1.1. Resultados de la entrevista aplicada al encargado de la Unidad de Turismo del cantón Montúfar.....	37
4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Montúfar.	39
4.1.3. Análisis de chi cuadrado.	56
4.1.4. Análisis de correlación de Pearson.	58
4.2. Discusión.....	59
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	63
5.1. Conclusiones	63
5.2. Recomendaciones.....	64
V. ANEXOS.....	70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Recursos turísticos naturales visitados	40
Figura 2 Medio de difusión por el que se informó	41
Figura 3 Medios de difusión que ha evidenciado el turista	42
Figura 4. Los medios de difusión contribuyen a la afluencia de turistas.....	43
Figura 5. Consideración del turista sobre la difusión de los recursos turísticos naturales	44
Figura 6 La difusión de los recursos turísticos naturales, es importante para la afluencia de turistas.....	45
Figura 7 Medio de difusión más adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales	46
Figura 8 Medios de difusión usados permiten compartir una información necesaria para los usuarios.....	47
Figura 9 Cobertura de los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos naturales	48
Figura 10 Los medios de difusión que usa el GAD de Montúfar permiten actualizar la información sobre los recursos turísticos naturales.....	49
Figura 11 El medio de difusión transmite información con rapidez sobre los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar	50
Figura 12 El medio de difusión generar interés al compartir información.....	51
Figura 13 Frecuencia de visita a los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar	52
Figura 14 La difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar aporta a la afluencia turística.....	53
Figura 15 Es necesaria la difusión para que exista mayor llegada de turistas.....	54
Figura 16 Campana de Gaus.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables: Difusión de recursos turísticos naturales.	32
Tabla 2. Operacionalización de variables. Afluencia de turistas	33
Tabla 3. Recursos turísticos naturales visitados.....	39
Tabla 4. Medio de difusión por el que se informó	40
Tabla 5. Medios de difusión que ha evidenciado el turista.....	41
Tabla 6. Los medios de difusión contribuyen a la afluencia de turistas	42
Tabla 7. Consideración del turista sobre la difusión de los recursos turísticos naturales	43
Tabla 8. La difusión de los recursos turísticos naturales, es importante para la afluencia de turistas	44
Tabla 9. Medio de difusión más adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales	45
Tabla 10. Medios de difusión usados permiten compartir una información necesaria para los usuarios	46
Tabla 11. Cobertura de los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos naturales.....	47
Tabla 12. Los medios de difusión que usa el GAD de Montúfar permiten actualizar la información sobre los recursos turísticos naturales	48
Tabla 13. El medio de difusión transmite información con rapidez	49
Tabla 14. El medio de difusión generar interés al compartir información.....	50
Tabla 15. Frecuencia de visita a los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar	51
Tabla 16. La difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar aporta a la afluencia turística	52
Tabla 17. Es necesaria la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para que exista mayor llegada de turistas a cada uno de estos lugares	53
Tabla 1. Resumen de resultados de la encuesta aplicada a los turistas.....	56
Tabla 19. Prueba de Chi2 en SPSS	56
Tabla 20. Prueba de Chi2.....	57
Tabla 21. Correlación de Pearson	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta realizada a los turistas	70
Anexo 2. Entrevista dirigida al representante de la Unidad de Turista.....	74

RESUMEN

La presente investigación analizó la problemática existente en el cantón Montúfar, misma que presenta una limitada difusión de los recursos turísticos naturales lo cual genera el desconocimiento de estos provocando una baja afluencia turística. El objetivo de esta investigación fue analizar la difusión de los recursos turísticos naturales del Cantón para la afluencia turística para llevar a cabo este estudio se investigó en fuentes bibliográficas tomando en cuenta diferentes autores. Al tener la investigación un enfoque cualitativo en la investigación se usó instrumentos que contribuyeron al análisis de la problemática como la encuesta que se aplicó a turistas y la entrevista aplicada al encargado de la unidad de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de Montúfar. El estudio determinó que actualmente el medio de difusión para dar a conocer los recursos turísticos naturales del Cantón son las redes sociales ya que es el medio más usado por las personas, realizar una buena difusión conlleva a que los turistas se interesen por un lugar o destino lo cual ayuda al aumento de la afluencia turística.

Para analizar la influencia entre las dos variables fue necesario el uso de métodos estadísticos como chi cuadrado y coeficiente de correlación de Pearson, para conocer si existe correlación entre variables, dando como resultado que existe una influencia de variables porcentualmente de 18,40%.

Palabras claves: difusión, difusión turística, recursos turísticos naturales, afluencia, afluencia turística.

ABSTRACT

This investigation analyzed the existing problems in Montúfar canton, which is a present limited diffusion of natural tourist resources, it generates ignorance causing a drop influx of tourists. The objective was to analyze the diffusion of the natural tourist resources of the Canton for the tourist influx to carry out study it was researched in bibliographic sources considering different authors. As research has a quantitative used instrument that contributed to the analysis of the problematic, as the survey treat that was applied a tourist and the interview given to the tourism unit of the GAD of Montúfar. The study found that the means of to make known the natural tourist resources of Canton it's social networks since it is the medium most used by people good dissemination leads to tourists are interested in a place or destination which helps the influx of tourists.

To analyze the influence between the two variables, it was necessary to use statistical methods as chi square and Pearson correlation coefficient, to know if there is a correlation between variables, resulting in an influence of 18,40%

Keywords: diffusion, tourist information, natural tourist resources, influx, influx of tourists.

INTRODUCCIÓN

La difusión turística es un factor primordial para motivar el desplazamiento de visitantes hacia los recursos turísticos naturales, ya que se la considera como un servicio adicional para el turista por lo que es necesaria la planificación para la difusión y así promover la visita a los recursos turísticos naturales.

Al tener afluencia de visitantes a los recursos turísticos del cantón Montúfar se estaría dinamizando la actividad turística teniendo en cuenta que, mediante la visita se puede realizar actividades tales como de naturaleza, observaciones de flora y fauna y así se promueve el desarrollo del turismo en el cantón.

La investigación contiene cinco capítulos donde se refleja datos que han sido recolectados y además muestra la realidad de la difusión turística que se está haciendo en el cantón Montúfar.

El primer capítulo muestra la problemática abordada en la investigación, de igual manera la formulación del problema de investigación como también la respectiva justificación del por qué se debe realizar este trabajo, para ello se plantea varios objetivos para la realización de la investigación.

El segundo capítulo detalla los antecedentes investigativos realizados y la conceptualización de palabras técnicas usadas en el desarrollo de la misma las cuales van a servir como guía para la realización del presente trabajo.

El capítulo tercero consta la metodología, enfoques y modalidad utilizada en la investigación, además se encuentra los diferentes modelos y técnicas estadísticas, las cuales fueron utilizadas para el cumplimiento del objetivo general, de igual manera en este capítulo ya se puede determinar el rechazo de la hipótesis nula, mediante el coeficiente de correlación de Pearson.

El capítulo cuarto constituido por los resultados que se obtuvo mediante la investigación de campo con su análisis y con esto la respectiva discusión. Y en el capítulo quinto se encuentran las conclusiones y recomendaciones de la investigación, tomando en cuenta la problemática abordada y el objetivo de la investigación. Además, se incluye todas las fuentes bibliográficas con las cuales se trabajó y finalmente se ubican los anexos, fotografías, imágenes, las cuales sustentan el trabajo de investigación.

I. PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

El sector turismo es un gran motor a nivel económico y social en el mundo, que se demuestra en las cifras de expansión de llegadas de turistas a nivel global, en constante crecimiento. A pesar de los problemas geopolíticos y catástrofes naturales que se han presentado en los últimos años, el sector ha mostrado rápida recuperación y constante crecimiento, en la búsqueda de nuevos recursos turísticos naturales para convertirlos en destinos y potenciar nuevos mercados emisores.

A nivel mundial existe una gama de recursos turísticos en los cuales se pueden realizar diferentes tipos de turismo. Hoy en día el turismo se encuentra en auge, es por esto que se busca promover lugares que siendo de gran importancia son desconocidos, el cual sirven como un ingreso económico para los países en donde se encuentran los diferentes recursos turísticos. (Zamora, Barril, y Benavides, 2017)

El Ecuador cuenta con un enorme potencial turístico, la presencia de climas variados y las condiciones específicas de su ubicación dan como resultado la más alta biodiversidad del planeta en el cual existe un sin número de recursos turísticos naturales por ello Ecuador, el Ministerio de Turismo oficialmente lanzó una Campaña de Promoción “*All you need is Ecuador*” y actualmente Ecuador tu lugar en el mundo, que busca posicionar al país como destino turístico de clase mundial y dar a conocer la diversidad de nuestro país. (Zamora, Barril, y Benavides, 2017)

Carchi posee una inmensa belleza en cada uno de los cantones, que refleja una gran posibilidad para la economía a través del turismo. Posee lugares que tienen un apreciable potencial turístico, basado en una gran variedad de recursos turísticos naturales que en la actualidad no son valorados y difundidos turísticamente, para que sean considerados como una fuente económica, sin causar daños en el aspecto ambiental donde se encuentran los diferentes recursos turísticos naturales.

El cantón Montúfar, se encuentra ubicado en la provincia del Carchi, al norte del Ecuador, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2010), la gente de Montúfar trabaja por cuenta propia un 27,6% y un 27,2% lo hace en trabajo agrícola y ganadero, no se introducen en el tema del turismo a pesar que existen varios recursos turísticos naturales en estado inalterado, que no es aprovechado.

Uno de los principales problemas para los recursos turísticos naturales de Montúfar es el desconocimiento o desactualización en temas como la difusión turística adecuada, que en la actualidad es de vital importancia para dar a conocer los recursos turísticos naturales, ya que no se proporciona información de cada uno de los recursos turísticos que incluso muchos no cuentan con fotografías del lugar, ni la manera de acceder a ellos. (R Productiva , 2011)

De igual manera se ha visto que el inventario de recursos turísticos no está actualizado en el municipio de Montúfar, desde el año 2013, según el Sr. Edison Jiménez, Técnico de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Montúfar, situación que se da por falta de recursos económicos, por falta de interés y escaso personal profesional especializado en esta área.

Además, el poco apoyo e interés por parte de los gobiernos seccionales de turno, provoca que estos sitios, al no ser identificados, influya en otros sectores, como en el aumento de la calidad de vida de los habitantes y en la baja afluencia de turistas en los recursos turísticos naturales ya que se desconocen por no tener una difusión turística de cada uno de ellos.

1.2. Formulación del Problema

La limitada difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar genera desconocimiento de los mismos, lo que provoca baja afluencia turística en el 2019.

1.3. Justificación

Hoy en día, una de las actividades que mayores ingresos está dejando en el mundo y en el Ecuador, es el turismo, debido a la riqueza natural e histórica que posee el país. Actualmente, diversos medios de comunicación han podido citar documentos en los que se refleja el crecimiento de esta actividad en el país; situación que hoy se ve bastante atractiva para difundir la cultura nacional y la diversidad de ecosistemas con los que cuenta el país. (Acerenza M. A., 2016)

La problemática del desconocimiento de los recursos turísticos naturales en el cantón Montúfar, tiene su origen, la escasa difusión turística por parte de las autoridades cantonales, es por esto el interés de trabajar en la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar, ya que la riqueza natural existente, con la combinación de tierras fértiles y un pueblo que se caracteriza por ser trabajador al crear microempresas que día a día muestran progreso, además cuenta con lugares que le permiten tener contacto directo con la naturaleza, lejos del ruido y la

contaminación, en un ambiente rodeado de una extensa y variada vegetación, con una variedad de fauna propia característica de la serranía, al mismo tiempo generar ingresos económicos, a través de una adecuada propuesta y manejo adecuado de la actividad turística y la manera de promover e incentivar la participación y obtención de beneficios para la población del cantón Montúfar, con el análisis de cómo se está manejado la difusión turística para que el turismo crezca de manera sostenible y proporcionar un servicio de calidad.

La difusión turística es un factor clave al momento de dar a conocer un recurso, por tal motivo permitirá identificar los diferentes lugares turísticos que posee Montúfar, con acciones publicitarias para distinguirse en la provincia del Carchi y de esta manera tener una afluencia de turistas en los distintos recursos turísticos naturales que posee el Cantón.

1.4. Objetivos y Preguntas de Investigación

1.4.1. Objetivo General.

Analizar la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para la afluencia turística.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Fundamentar bibliográficamente la difusión de los recursos turísticos naturales, la afluencia turística.
- Examinar la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para la identificación del medio más usado por el GAD.
- Determinar la afluencia turística a los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para la aplicación de nuevas estrategias de difusión.
- Establecer la incidencia de la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar sobre la afluencia turística.

1.4.3. Preguntas de Investigación.

- ¿Cuál es la difusión que se realiza en el cantón Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos naturales?
- ¿Qué medios de promoción se usa para la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?
- ¿Qué incidencia tiene la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar en la afluencia turística?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes Investigativos

Las investigaciones realizadas en relación a la difusión de recursos turísticos naturales y la difusión turística aportan al sentido de la investigación para ello se toma en cuenta las partes que tienen especial aporte para la misma.

Los autores Castillo y Casteño (2015) realizaron un artículo científico sobre la difusión turística a través de técnicas tradicionales y nuevas; el objetivo es la recopilación y análisis de artículos sobre la difusión turística publicados entre los años 2009 y 2014 en la base de datos electrónica Scopus, identificando en ellos los instrumentos de difusión turística de los que tratan y los destinos turísticos estudiados. Este artículo hace referencia a la difusión turística ya que es uno de los grandes pilares de la Comunicación, la cual se transmite un mensaje a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística.

En el caso de la difusión de los destinos turísticos se identifican instrumentos de la difusión tradicional y no tradicional. De acuerdo con esta investigación, se entiende que la difusión es un elemento de gran importancia ya que permite llegar al consumidor o a la posible demanda para los diferentes lugares ya que por medio de los diferentes medios de difusión como radio, televisión, redes sociales, folletos se comunican particularidades de los diferentes lugares que los hace llamativos y convencen a los consumidores a que los visiten. La metodología identificada en el artículo de difusión turística publicados en la base de datos electrónica Scopus permite identificar medios de difusión adecuados para los diferentes lugares y recursos naturales que existen es necesario conocer acerca de cada uno de ellos.

Según García (2016) realizó la investigación sobre la difusión turística de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Quisapincha de la ciudad de Ambato. El objetivo de la investigación es muy importante ya que se enfoca en la difusión de los atractivos naturales de dicha parroquia, es por eso que se la toma como referencia y será de gran aporte para la investigación.

De esta investigación lo que se toma en cuenta es el enfoque que la autora le da un enfoque cuantitativo ya que está orientado a la inducción a los puntos de vista y enfoques personales al momento de recolectar la información.

También cabe destacar que los tipos de investigación que se emplean son fundamentales y se toma en cuenta para emplear en la investigación al igual tiene la investigación de campo que hace referencia a la identificación del problema, el objeto de la investigación y la recolección de información que se llevó a cabo en el lugar a investigar.

También se toma en cuenta la investigación bibliográfica o documental ya que es un gran aporte esto se lo hace extrayendo la documentación a manera de antecedentes de esta manera también poder formular el marco teórico con fuentes documentales como libros folletos, o revistas especializadas que presenten o aporten información confiable para la investigación y que esta sea un aporte para la misma.

Otro referente que se ha considerado es el estudio de Argentina “la ciudad Bahía Blanca posee una diversidad de componentes naturales que representan un valor natural relevante para la sociedad, los cuales representa una oportunidad para la difusión turística” (Pinassi y Ercolani, 2012). La realización de esta investigación tuvo como objetivo, analizar los componentes que representan los recursos naturales de la ciudad, a fin de determinar una difusión general de la oferta de atractivos turísticos recreativos para dar a conocer a la demanda. Para cumplir con el objetivo planteado, se aplicó una metodología de tipo explicativa y descriptiva, en donde se utilizaron técnicas de recolección de datos cualitativos y cuantitativos, resultados que permitieron realizar una caracterización y clasificación de los bienes naturales que se encuentran en la ciudad, una vez realizado el estudio se llegó a la conclusión que la ciudad Bahía Blanca debe aprovechar difundiendo los recursos turísticos naturales significativos que posee esta ciudad, permitiendo el desarrollo de las actividades turísticas recreativas que se puedan ofertar en el mercado y que el consumidor haga uso de ello.

Por otro lado, en el cantón Montúfar “la mayor parte de la ciudadanía no están conscientes de tener un Cantón con una belleza paisajística, ese hecho se debe a que no se conoce el significado transcendental de los recursos turísticos naturales que posee, de igual forma no existe una valorización adecuada por sus recursos naturales” (León, 2014). Para el desarrollo de esta investigación se planteó como objetivo, el análisis de la difusión de los recursos turísticos naturales para mejorar la afluencia turística dentro del Cantón.

Yagual y Pazmiño (2016) dentro de la investigación de el plan estratégico de difusión turística de cuatro comunas de la isla Puná para potenciar los recursos naturales y promover el desarrollo turístico del sector mencionan el objetivo que trata es la importancia que tiene la difusión de

las comunas de la isla Puná, para aprovechar el potencial de los recursos ya sea naturales o culturales esto en base a la difusión, dándolos a conocer a los turistas y visitantes, apoyándose esta investigación de una indagación de campo, consiguiendo un beneficio para los pobladores mediante un plan estratégico que servirá mucho para su propio desarrollo turístico. Además, para la difusión es importante ver las condiciones actuales respectivas de los diferentes recursos turísticos, y además mirar la preferencia de los turistas y poder diseñar un plan de difusión turística y por el cual se podrá dar a conocer e impulsar el desarrollo turístico de la Isla.

Mediante la metodología utilizada se puede identificar la situación en la que se encuentran las comunas de la Isla, al igual que las diferentes actividades que se realizan, aprovechando el potencial que poseen, pero que no es difundido, para ello es importante esta investigación ya que por medio de la observación se puede identificar los diferentes problemas y a la vez poder desarrollar un plan estratégico para una buena difusión, y a la vez atraer a los turistas. Aparte dentro de lo que es el enfoque de esta investigación es cuantitativo, utilizando la encuesta misma que sirve para obtención de resultados sobre la demanda turística dentro de la Isla y sus comunas y mirar que tipo de difusión atrae al turista o visitante.

Dentro de la conclusión es que la Isla, es de gran potencial, misma que se debe dar a conocer aprovechando el potencial de las comunas, y de igual manera se debe realizar la difusión, tomando en cuenta la importancia de cada uno de los recursos turísticos tanto naturales como culturales con los que cuenta cada comunidad.

Por otra parte, Bertoni (2014) realizó una investigación de los recursos naturales en nodos turísticos. Es importante destacar el objetivo de esta investigación ya que se trata de buscar las estrategias para la debida difusión de los diferentes recursos naturales en Argentina, ya que es muy importante, porque va de la mano con el turismo la difusión, porque gracias a esto se puede dar a conocer a los turistas los diferentes lugares y sus características que brindan cada uno de ellos, así se puede activar el turismo y atender las necesidades de los turistas, brindando un buen servicio y de igual manera brindando información verídica de los diferentes recursos turísticos naturales.

En su metodología es importante ya que se enfoca en las variables tomando en cuenta aspectos importantes, como los medios de difusión, la actualización de la información inmediata para poder dar a conocer al turista. Al igual que es importante hacer esto para poder atraer al turista que visiten los recursos turísticos naturales, además en esta investigación se utilizaron métodos

e instrumentos al momento de la fase de recopilación de la información se utiliza datos de los recursos turísticos naturales al igual que es importante para la respectiva difusión de los mismos, al mismo tiempo mejorar la comunicación brindando un buen servicio a los turistas. Por otra parte, se utilizan entrevistas para obtener información necesaria aportando a la investigación así mismo la encuesta para identificar la factibilidad de los medios de difusión mismas que son aplicadas a los turistas.

Concluyendo es muy importante la información que se va a brindar al turista y que va ser oferta de lo que se tiene en los diferentes lugares en donde se encuentran los recursos turísticos naturales, de igual manera al utilizar la metodología se puede adquirir los resultados de la investigación.

El abordaje del tema plantea al turismo basado en la naturaleza en diferentes gradientes, desde un enfoque restrictivo, en función de una concepción estricta del ecoturismo, hasta una perspectiva más amplia que abarca a otros espacios naturales, también aptos para el turismo y la recreación.

Los recursos naturales de los centros objeto de estudio y sus atributos turísticos. Se plantea un análisis de los recursos, más allá de las categorías atraktividad, aptitud y accesibilidad. En este sentido, se toma en cuenta las condiciones de aptitud y accesibilidad, ya que, se pretende no sólo determinar el grado de consolidación turístico-recreativa de determinados recursos naturales, sino también establecer en qué medida podría mantener su potencial ambiental y poder realizar una adecuada difusión brindando toda la información. La utilización y consumo de un espacio natural para el turismo se hace en función de unas características geofísicas concretas que adoptan valores también concretos en una combinación adecuada para su uso y consumo. Por lo tanto, los criterios de evaluación adoptados hacen referencia a dos aspectos principales las características naturales de los recursos y el modo de apropiación material de los mismos.

2.2.Marco Teórico

2.2.1. Difusión.

Son las actividades que tienen por acción o efecto difundir lo que hace referencia a transmitir información extendida de algo como la existencia, beneficios y características de productos de manera que contribuya para convencer a la demanda para que lo adquiera. Las actividades que se combinan en la difusión son: publicidad que transmite información, la venta personal, promoción de ventas que conllevan actividades que no se canalizan a través de los medios de comunicación, los métodos variarán en función del público al que va dirigido; marketing directo que incluye medios de comunicación directa con el consumidor.

2.2.1.1.Difusión Turística.

Difundir turísticamente ayuda a promover un lugar que se quiere dar a conocer al turista y las actividades que se pueden desarrollar durante su estancia, en este caso la difusión en el turismo es importante dar a conocer cada uno de sus destinos y actividades para llegar a los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los sectores de la actividad turística. Destacando que la llegada de turistas a un lugar genera ingresos económicos al mismo. (Ramírez, Castellanos y Martínez, 2015)

2.2.1.2. Medios de Difusión.

Permiten transmitir información desde el emisor hacia varios receptores de manera que estén constantemente informados acerca de los diferentes acontecimientos del diario vivir, al igual es importante para dar a conocer la información que permita transmitir un mensaje claro y directo a la demanda que genere la expectativa y las ganas de hacer uso de un bien o un servicio. (Ferrell y Hartline, 2014)

2.2.1.3. Medios de difusión masiva.

Son los medios tecnológicos que sirven para enviar mensajes que van dirigidos a una gran cantidad de público y que pueden atravesar grandes distancias en un mínimo de tiempo, con este tipo de medios el receptor pierde en su carácter receptor individual pasando a llamarse receptor colectivo. (Altamiro y Tuñez, 2014)

2.2.1.3.1. Televisión.

Este medio de difusión es importante debido a que los consumidores en su espacio libre acuden a mirar la información transmitida en televisión, misma que debe ser clara para que el observador comprenda el mensaje y se interese por conocer lo que se está transmitiendo. Es un medio audiovisual que llega a toda la masa a domicilio. Su audiencia es muy importante y sin

limitaciones. Amplio poder de difusión, rapidez de actuación, despierta interés, oferta clara, influencia en la masa, elegir canal, elegir días y horas. Canales locales y nacionales (Goya, 2012)

2.2.1.3.2. Radio.

Es un medio eficaz que transfiere información de una manera inmediata hacia el oyente, así como también, es un medio que brinda constantemente información en cualquier momento o lugar en donde se encuentre el receptor.

Es difícil constatar la importancia de la publicidad por radio, aunque no cabe duda de que sea considerable. Sin embargo, al ser un medio que permite realizar otras actividades mientras se escucha, sigue teniendo gran importancia, habida cuenta que es la mujer quien posee estadísticamente la supremacía de audiencia, amplio poder de difusión, rapidez de actuación, poder de penetración en zonas económicamente bajas, donde se lee poco y en zonas rurales, influencia en la masa, elegir emisora, elegir días y horas, elegir locutores y artistas, estudiar el costo, estudiar el resultado. Frecuencias radiales AM y FM frecuencias locales. (Arteaga, 2004)

2.2.1.3.3. Vallas.

Se refiere a carteles y anuncios que pueden ser emplazados en los lugares más convenientes y estratégicos. Este tipo de anuncios es muy limitado, pues generalmente, admite sólo imágenes y pequeños textos. Luz, contraste, decoración atractiva, dinámica de imagen. (Goya, 2012).

2.2.1.4. Medios de difusión impresos.

Se refiere al medio que difunde material impreso es la industria que hace difusión por medio de impresos a través de una red de medios de comunicación como periódicos y revistas su objetivo es llegar al mayor número de personas. (Magallanez, 2008).

2.2.1.4.1. Periódico.

Principal medio publicitario que permite conservar el anuncio de un servicio o producto. Se puede ver cuántas veces se desee y crea hábito en el lector de buscar los anuncios. Su rentabilidad está en función de su eficacia rapidez de distribución, gran ámbito de difusión, volumen asequible, economía en relación al número de sujetos alcanzados, puede emplearse como medio único de una campaña, distribución por zonas, , características técnicas, fechas más convenientes, frecuencia de los anuncios, situación o emplazamiento del anuncio, redacción de los textos. Editoriales informativas locales o nacionales. (Magallanez, 2008).

2.2.1.4.2. *Revistas.*

Este medio de difusión, transmite información ya sea visual o escrita hacia las personas amantes de la lectura, permitiéndoles estar constantemente informadas. Es un medio que ilustra información muy clara y precisa permitiéndole al lector entender el mensaje. Son útiles con las limitaciones de su periodicidad, especialización, área de difusión, tipo de lectores. (Goya, 2012)

2.2.1.5. *Medios de difusión Digitales.*

2.2.1.5.1. *Redes sociales.*

El uso de las redes sociales en el turismo es un tema estudiado ampliamente en la literatura científica turística, pero sin conocerse el impacto real en cifras para el turismo. Las redes sociales son un lugar de encuentro y una oportunidad para llegar a millones de usuarios a través de *Tripadvisor, Google, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram.* (Zambrano, 2016)

En el ámbito del turismo para recursos naturales el empleo de estas herramientas es básico:

Antes del viaje (fase de anticipación): el turista requiere información del lugar o recurso turístico natural al que va a visitar, porque se deben promocionar en la red los contenidos desarrollando su potencialidad y, sobre todo, porque es una ventana para atraer al turista al recurso o lugar.

Durante el viaje (fase experiencial): porque la información previa debe enriquecer, en la actualidad el aspecto visual puede complementar el elemento emocional, que se desea transmitir durante la estancia del turista.

Después (fase de recreación): porque el turista puede requerir más información sobre el destino y complementar lo visitado, porque se desea que el turista actúe en los sistemas de reputación online para mejorar la visibilidad del recurso y lo recomiende porque, en definitiva, se busca su fidelización y que atraiga más visitantes.

2.2.1.5.2. *Tripadvisor.*

“Dispone la información de *tripadvisor* en el sitio *web* Participa de foros de debate Provee información sobre el destino comparte fotos comparte videos”. (Herrera, 2012).

2.2.1.5.3. *Google.*

Es una red social con creciente aceptación la utilizaron como una plataforma de promoción turística. Acciones en redes sociales, acciones con blogueros, generación, producción y

publicación de contenido. Uso de TICs para difusión y valorización de los recursos turísticos naturales. (Herrera, 2012)

2.2.1.5.4. Facebook.

Es la red social con mayor penetración. Por lo tanto, es utilizada como una de las principales plataformas de promoción y difusión turística registrando mayor interacción entre los organismos y los usuarios. Posee página de destino, posee opción de “like” o “compartir”, comparte: álbum de fotos, eventos, videos, crea temas de debate, los usuarios interactúan en la página, interactúa con otros usuarios. Uso de TICs para difusión y valorización de los recursos turísticos naturales. (Leone, 2016)

2.2.1.5.5. Twitter.

Se consolida como una de las principales plataformas de promoción turística utilizadas, gracias a la facilidad de publicación y a la inmediatez y aceptación de los usuarios que registran su participación a través de la viralidad que admite la opción de retwittear y la aprobación que se demuestra al agregar los *tweets* como favoritos. Envía “*tweets*”, posee seguidores, sigue otros perfiles, está presente en listas *retwittea* información de otros usuarios, comparte *links* de interés, fotos, videos, posee descripción (biografía), foto de perfil, interactúa con otros usuarios. Uso de TIC’s para difusión y valorización de los recursos turísticos naturales. (Morales, 2009).

2.2.1.5.6. YouTube.

La red para compartir videos es una interesante alternativa para promocionar los destinos turísticos, ya que, gracias a su aceptación, permitiría tangibilizar los destinos turísticos para brindar seguridad al usuario. Postea videos en *youtube*, número total de exhibiciones del canal, número total de exhibiciones del material enviado, el canal posee amigos, comentarios, actividad más reciente posee foto de perfil, descripción, videos poseen título, descripción, palabras clave, comentarios, *link*, atajo o banner en el portal para indicar que posee *youtube*. Uso de TIC’s para difusión y valorización de los recursos turísticos naturales. (Bobo, 2015)

2.2.1.5.7. Instagram.

La red para compartir imágenes ha ganado popularidad por lo que se constituye como una de las plataformas con mayor participación de los usuarios a pesar de la falta de actualización de contenidos por parte de los organismos. Posee álbums, fotos posee título, descripción, contactos, participa de grupos, posee testimonios de otros usuarios, fotos poseen palabras clave,

posee foto de perfil. Uso de TIC's para difusión y valorización de los recursos turísticos naturales. (Herrera, 2012).

2.2.1.5.8. Blogs.

Sitio *web* en que se publica información sobre temas determinados, permite la interactuar con los lectores ya que las personas dejan comentarios acerca del tema que está publicado, motivo que permite ser actualizado frecuentemente tomando en cuenta los comentarios de los usuarios, presenta contenido sobre el destino, foto de perfil, descripción en el perfil, categorías, palabras clave, *link*, atajo o banner en el portal para indicar que posee blog. Uso de TICs para difusión y valorización de los recursos turísticos naturales. (López, 2013).

Los medios de difusión permiten dar a conocer a las personas acontecimientos que se suscitan en la actualidad las cuales permiten tener informadas a las personas este es uno de los medios mas importantes los cuales se pueden dar a conocer sobre los recursos turisticos naturales que existen en el cantón Montúfar.

2.2.1.6. Indicadores para seleccionar el medio adecuado de difusión.

Para identificar un medio de difusión adecuado se utilizan indicadores como estrategia, estos ayudan a determinar cuál es la mejor forma de llegar a los clientes potenciales por medio de la publicidad (Soto, 2014), a continuación, se detallan los siguientes indicadores.

- Nivel de conectividad: Permiten la comunicación entre los usuarios.
- Nivel de interés generado: Genera interés en el usuario.
- Nivel de difusión de contenido multimedia: Facilita dar a conocer videos y fotos.
- Nivel de interconectividad: Facilita compartir información con otros medios.
- Nivel de accesibilidad: facilidad para obtener información en cualquier parte del país.
- Nivel de relevancia de la información: Información actual y novedosa.
- Veracidad de la información: Trasmite información real.
- Trasmite información de fácil comprensión.
- Frecuencia de Uso.
- Rapidez de la información: Se difunde con rapidez la información.

Los indicadores de los medios de difusión ayudan a establecer conexión entre las personas y los sitios de interés, que son importantes para dar a conocer los recursos turísticos naturales existentes en el Cantón, estos permiten difundir información, con el fin de incrementar la afluencia de turistas y aportar al desarrollo del cantón.

2.2.2. Recursos turísticos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2014) define que los recursos turísticos son “Todo elemento material que tiene capacidad para atraer visitantes a un determinado sitio o lugar, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”. Para que exista turismo debe haber un recurso turístico a consumir ya que es evidente que el turista al momento de viajar y llegar a su destino desea descubrir nuevos lugares naturales y culturales, por lo que es necesario que exista el recurso, de tal manera se consideran como la materia prima del turismo.

Según el concepto de la OMT se puede decir que los recursos turísticos son bienes que posee un lugar el cantón Montúfar cuenta con recursos naturales, culturales y humanos, tangibles e intangibles, con características relevantes que pueden ser aprovechados para el desarrollo de quienes viven en este Cantón generando fuentes de empleo y a futuro sea uno de los principales lugares turísticos de la provincia.

2.2.2.1. Tipología de los recursos turísticos.

Los recursos turísticos de las localidades se clasifican en cinco categorías:

- 1) Recursos o atractivos naturales;
- 2) Recursos históricos, monumentales o artísticos;
- 3) Recursos gastronómicos, folclóricos y artesanales;
- 4) Fiestas, eventos y acontecimientos programados;
- 5) Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas. (Planells y Crespi, 2015)

Una vez revisada la tipología de recursos la investigación se centrará en los recursos naturales que posee el cantón Montúfar ya que es el objeto de estudio de la investigación y que merecen ser estudiados.

2.2.3. Recursos naturales.

Según Calderón (2015), “Son todos los elementos naturales del entorno sin modificaciones de las personas, aquellos bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza sin alteración por parte del ser humano; y que son valiosos para las sociedades por contribuir a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos)” .Los recursos naturales son útiles para facilitar la vida del ser humano, su uso se justifica en base a los beneficios que generen, tal como se expone en la Guía metodológica para proyectos y productos de turismo sustentable, donde hace mención a los recursos naturales como componentes del medio ambiente que pueden ser utilizados por el ser humano para las diferentes necesidades o intereses sociales y económicos

2.2.4. Recursos Turísticos Naturales.

Un recurso turístico natural es el producto que se identifica y desarrolla en determinados lugares que se encuentran conformados por conjuntos de elementos naturales de forma no alterada y poseen características que llaman la atención del turista y lo hace llamativo, los recursos naturales son aptos para aprovechar turísticamente como lo son las cascadas, montañas, lagos, lagunas, lugares de avistamiento de flora y fauna, entre otros., provistos por la naturaleza sin modificación por parte del ser humano. (Rojo y Martínez, 2016)

De acuerdo con el concepto se debe mencionar que el Ecuador por ser un país mega diverso, multiétnico y pluricultural, lo convierten en el lugar predilecto ya que es rico en recursos naturales por ende para la investigación ha sido tomado en cuenta el cantón Montúfar que posee algunos recursos turísticos naturales dentro de su territorio, los que pueden ser aprovechados para dar a conocer a los turistas.

2.2.5. Demanda Turística.

Comprende el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los visitantes de esta manera la demanda turística es un factor importante para difundir información de los distintos lugares turísticos y de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. (Ferrell y Hartline, 2014)

2.2.5.1. Corriente Turística.

“Conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.” (Acerenza M. A., 2016)

2.2.5.2. Afluencia de Turistas.

Corresponde al registro de personas que ingresa a una localidad en un período de tiempo por motivos turísticos. Esta información se debería desagregar, entre otras formas, según lugar de residencia, nacionalidad, motivaciones, medios de transporte entre otros. (Zamora, Barril y Benavides, 2017)

- Llegada de turistas
- Registro de turistas
- Tiempo de visita
- Frecuencia de visita al lugar

III. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque Metodológico

3.1.1. Enfoque Cuantitativo.

El enfoque cuantitativo es utilizado para probar hipótesis mediante la recolección de datos numéricos, para ser analizados y comparados numéricamente mediante modelos estadísticos, para probar teorías. Este enfoque es secuencial y probatorio, por lo que es necesario seguir un proceso para llegar al resultado final. Una de las características del enfoque cuantitativo es que permite medir y estimar magnitudes de un problema a investigar. (Sampieri R. , 2014)

La investigación tiene enfoque cuantitativo ya que durante la investigación se recolecto información mediante una encuesta, la cual fue analizada mediante modelos estadísticos como chi cuadrado y coeficiente de correlación de Pearson, que permitió establecer el grado de correlación que tienen las variables con la información obtenida, es por eso que, el enfoque cuantitativo permite hacer una combinación, tanto de datos cualitativos y cuantitativos para conocer mediante los modelos estadísticos como chi cuadrado y coeficiente de correlación de Pearson

3.1.2. Tipo de investigación.

3.1.2.1. Investigación bibliográfica.

“Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie que brinde información verídica”. (Soto M. , 2014)

La modalidad bibliográfica permite tener acceso a datos importantes para las variables en estudio las cuales contribuyen a tener resultados relevantes para cumplir con los objetivos de la investigación.

3.1.2.2. Investigación de campo.

“El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes investigadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados” (Arias F. , 2006)

En esta investigación, se tomó en cuenta al cantón Montúfar enfocándose en la difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística, ya que es el lugar en el que se realizara en forma directa con la realidad y obtener información conforme a los objetivos de la investigación.

Por medio de la investigación de campo permitirá cumplir con el segundo y tercer objetivo específico debido a que será necesario trasladarle al lugar de estudio para recolectar información.

3.1.2.3. Investigación correlacional.

Es de tipo de investigación social que tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, en un contexto en particular. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables. La utilidad de este tipo de investigación es saber como se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas. En el caso de que dos variables estén correlacionadas, ello significa que una varía cuando la otra también varía y la correlación puede ser positiva o negativa. (Sampieri, 2014)

Se ha elegido la investigación correlacional por qué se va analizar la relación que tiene la difusión turística de los diferentes recursos turísticos naturales y la afluencia turística del cantón Montúfar.

3.2. Hipótesis

Hipótesis nula: La difusión adecuada de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar no contribuye a mejorar la afluencia de turistas en el año 2019.

Hipótesis alternativa: La difusión adecuada de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar contribuye a mejorar la afluencia de turistas en el año 2019.

3.3. Definición y Operacionalización de Variables

Tabla 2.

Operacionalización de variables: Difusión de recursos turísticos naturales.

Difusión de los recursos turísticos naturales: Se define como " Capacidad de dar a conocer un lugar como destino para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera ingresos económicos para dicho lugar: por eso la importancia de la difusión turística.

Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento	Fuentes de información
	-Tipos de medios de difusión. -Nivel de conectividad. -Nivel de interés generado -Veracidad de la información. -Rapidez de la información			
	-Frecuencia de uso del medio	Encuesta	Cuestionario	Turistas
	- Nivel de conectividad. -Nivel de accesibilidad. -Nivel de relevancia de la información.			
Medios de difusión	- Cuántos y cuáles son los recursos turísticos naturales - Difundidos actualmente -Medios por los que se realiza la difusión.	Entrevista	Cuestionario	Representante Unidad de turismo

Tabla 3.*Operacionalización de variables. Afluencia de turistas*

Afluencia de turistas: Corresponde al registro de personas que ingresa a una localidad en un período de tiempo por motivos turísticos.

Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento	Fuentes de información
Número de turistas que llegan a los recursos turísticos naturales	-Llegada de turistas			
	-Tiempo de visita.			
	-Frecuencia de visita al recurso.	Encuesta	Cuestionario	Turistas
	-Número de acompañantes.			
	-Motivación de la visita.			
	-Registro de turistas.			
	-Frecuencia de visita.	Entrevista	Cuestionario	Representante Unidad de turismo

3.4. Métodos Utilizados

3.4.1. Método no experimental.

Diseño transversal se utiliza cuando la investigación se centra en analizar cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado o bien en cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto en el tiempo. En este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento en un tiempo único. Su propósito esencial es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (Sampieri, 2014)

Se diseñó una entrevista dirigida al encargado de la Unidad de Turismo del GAD de Montúfar, y se diseñó una encuesta la cual permitir el análisis de la difusión turística y la afluencia turística en los recursos turísticos naturales que a su vez contribuirá a examinar los medios de difusión utilizados en el cantón Montúfar y determinar su afluencia para establecer la incidencia de la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón sobre la afluencia turística.

3.4.2. Análisis Estadístico

Puesto que en muchos casos es imposible estudiar a la totalidad de elementos de la población, al no existir una estadística de los turistas que ingresan al cantón Montúfar, se ha considerado al universo la población infinita.

Para ello se trabaja con la siguiente formula, en vista de que la población a utilizarse es infinita, y no se sabe el dato exacto de turistas que ingresan, especialmente a los recursos turísticos naturales.

Tamaño de la población (infinita)

$$n = \frac{Z^2 S^2}{e^2}$$

$$n = \text{Tamaño de la muestra} = ?$$

$$Z = \text{Nivel de confiabilidad: 95\%} = 1,96$$

$$S^2 = \text{Varianza} = 0,25$$

$$e = \text{Error de muestreo: 5\%} = 0,05$$

Desarrollo de la fórmula

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,96}{0,0025}$$

$$n = 384,16 \leftrightarrow 384$$

En vista de que se desconocía la población que visita a los recursos turísticos naturales en el cantón Montufar, se procede a realizar la fórmula anteriormente detallada. Esta fórmula como resultado se obtiene una muestra de 384 personas a encuestar.

En la recolección de información se procedió a la elaboración de un cuestionario, además la información se la procede a ordenar, seleccionar, y analizar, para poder complementar la teoría, tomando en cuenta que hay que trasladarse hasta el lugar de investigación, las salidas de campo son muy importantes ya que se puede obtener información exacta.

Modelo Estadístico

Chi cuadrado

La finalidad de la presente investigación es conocer la influencia entre la difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística existente.

Se utilizó Chi cuadrado para conocer si existe correlación entre las 2 variables.

La hipótesis nula es rechazada cuando el valor de W es pequeño, puede oscilar entre 0 y 1.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Coefficiente de correlación de Pearson. Permite obtener el grado de asociación entre dos variables cuantitativas con distribución normal (lineal). El coeficiente de correlación de Pearson se lo representa con la siguiente fórmula.

$$P = \frac{cov(x,y)}{\sigma_x \sigma_y} \quad -1 \leq p \leq 1$$

Cuando los resultados del p valor es positivo ($p = +$) quiere decir que existe una relación directa entre las variables, cuando el p valor es negativo ($p = -$) muestra que existe una relación inversa y cuando el p valor es 0 ($p = 0$) indica que las variables son independientes. (Restrepo y Gonzales, 2007)

Se utilizó el Coeficiente de Correlación de Pearson para conocer el grado de relación entre las dos variables, fue necesario utilizar Pearson, ya que para hacer uso de este método los datos obtenidos deben tener distribución normal.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Resultados de la entrevista aplicada al encargado de la Unidad de Turismo del cantón Montúfar.

De igual manera se investigó a través de una entrevista dirigida al encargado de la Unidad de Turismo del cantón Montúfar, Técnico Edison Jiménez ya que es la persona que conoce y pueden emitir criterios reales de la difusión que realiza el Cantón a los recursos turísticos naturales y como está la afluencia turística en los diferentes recursos.

Se indagó sobre los recursos turísticos naturales existentes, la difusión y la afluencia turística. Teniendo como resultado que la difusión de estos recursos turísticos naturales genera impactos positivos así lo menciona el encargado de la Unidad de Turismo en la entrevista.

Los recursos turísticos naturales que posee el cantón Montúfar son 8 en los que se puede realizar actividades turísticas y los visitantes pueden ingresar libremente los cuales son:

Bosque Ceja Andina que está ubicado en la parroquia de Piartal

Cascada de Guadir que se encuentra ubicada en la parroquia de Chitan de Navarrete Cascada

Piedra Larga que está ubicada en la parroquia de La Paz

Río Apaquí está ubicado en la parroquia de La Paz

Piedra Padre Aragan está ubicada en la parroquia de La Paz

Piedra Larga está ubicada en la parroquia de La Paz

Paramo Alto Andino está ubicada en la parroquia de La Paz

Mirador de Tuquer está ubicado en la parroquia de La Paz.

Actualmente no se está realizando difusión de los recursos turísticos naturales por parte del GAD de Montúfar ya que se realiza difusión en fechas especiales para el mismo como en el programa de cantonización, carnaval y cuando se realizan jornadas gastronómicas en cada una de las parroquias.

De una manera indirecta el señor Alcalde aprovecha para dar a conocer todo lo que posee el Cantón cuando lo invitan a eventos ya se a nivel nacional o internacional.

El GAD de Montúfar realiza difusión de los recursos turísticos naturales a través de publicidad impresa como trípticos, hojas volantes, postales de igual manera se realiza la promoción por

medios radiales de la localidad y a nivel de la provincia de igual manera a través del medio de televisión de la localidad y de una manera tradicional como maneja el Cantón es el perifoneo

De una manera indirecta es por la página del GAD ya que no se realiza una difusión de información precisamente de los recursos turísticos naturales sino que de los eventos que muchas de las veces se realizan en los diferentes lugares, otra manera de realizar difusión y que funciona de manera no programada y más bien es el amor que tienen los residentes que viven en las diferentes provincias del país y los que viven fuera del país, al hablar de lo diverso que es el cantón Montúfar y todas las belleza paisajística q en el encierra ese ha sido la difusión que más se realiza y más éxito posee.

El cantón Montúfar recibe turistas de muchos lugares del país y del exterior pero la problemática es que no existe un registro en donde se pueda dar un dato exacto de cuantos turistas o visitantes llegan en un determinado tiempo ya que aún no se cuenta con una organización tanto por parte del GAD como de las organizaciones o personas que están inmiscuidas dentro del turismo en el Cantón y otro limitante es el factor económico ya que implicaría el contrato de personas que se encarguen de estar en cada lugar para realizar un registro.

La difusión de los recursos turísticos naturales que posee el Cantón es muy importante ya que se da a conocer los diferentes lugares no solo a nivel local si no nacional e internacional esto es beneficioso ya que ayuda a que los turistas se interesen por visitar estos lugares y generen desarrollo al Cantón, al existir una afluencia considerable de turistas permitirá que tanto como GAD genere más trabajo y los habitantes también van a interesarse por esta actividad generando nuevos proyectos a nivel turístico.

4.1.2. Resultados de la encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Montúfar.

Para obtener la información necesaria, se realizó un cuestionario que consta de 15 preguntas, mismas que fueron realizadas en base a indicadores que permitieron obtener información para el análisis de la difusión turística y la afluencia de turistas en los recursos turísticos naturales que a su vez contribuirá a examinar de los medios de difusión utilizados en el cantón Montúfar y determinar su afluencia para establecer la incidencia de la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón sobre la afluencia turística. Además, para la elaboración del cuestionario se utilizó un lenguaje menos técnico con la finalidad de que las preguntas fueran de fácil comprensión para los habitantes del sector.

En la primera pregunta de la encuesta aplicada se investigó los recursos turísticos naturales que visitan o conocen los turistas y los resultados son los siguientes.

Tabla 4.

Recursos turísticos naturales visitados dentro del cantón Montúfar

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cascada de Guadir	65	17%
Bosque Ceja Andina	15	4%
Piedra Padre Aragón	26	7%
Cascada Piedra Larga	21	5%
Páramo Andino	14	4%
Mirador de Tuquer	57	15%
Río Apaquí	118	31%
Piedra Larga	68	18%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

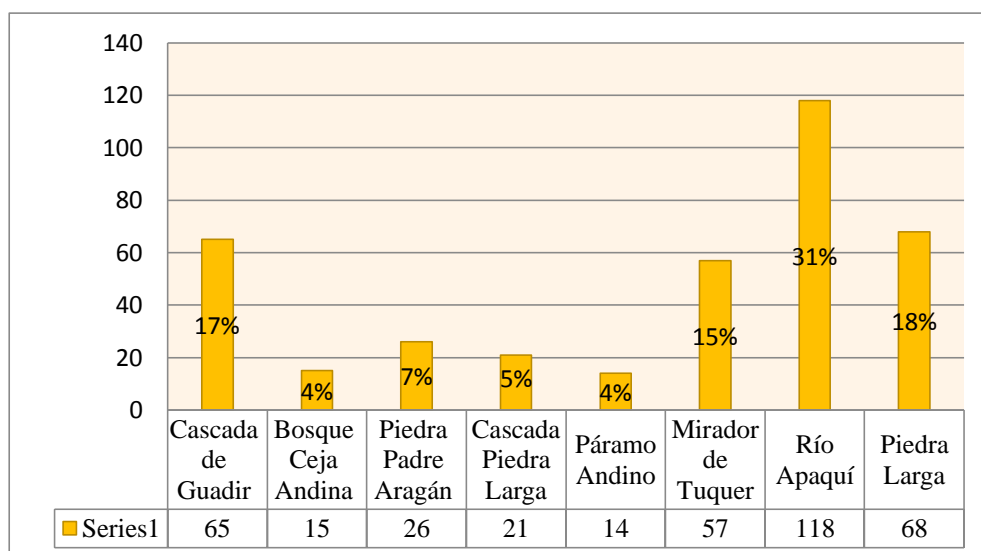


Figura 1 Recursos turísticos naturales visitados

El cantón Montúfar posee recursos turísticos naturales que son importantes para el turismo, con la aplicación de la encuesta y con el primer ítem se quiere constatar si los recursos turísticos naturales son conocidos por los turistas lo cual se puede observar que conocen al menos uno de los ocho recursos turísticos naturales de los cuales se puede visitar. Siendo los recursos turísticos naturales más visitados el Río Apaquí, Piedra Larga, Cascada de Guadir y Mirador de Tuquer y los recursos turísticos naturales que no son tan frecuentados por los turistas son Piedra Padre Aragán, Cascada Piedra Larga, Bosque Ceja Andina y Páramo Andino.

Tabla 5.

Medio de difusión por el que se informó

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Publicidad impresa	92	24%
Redes sociales	147	38%
Televisión	16	4%
Radio	49	13%
Prensa	53	14%
Vallas	27	7%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

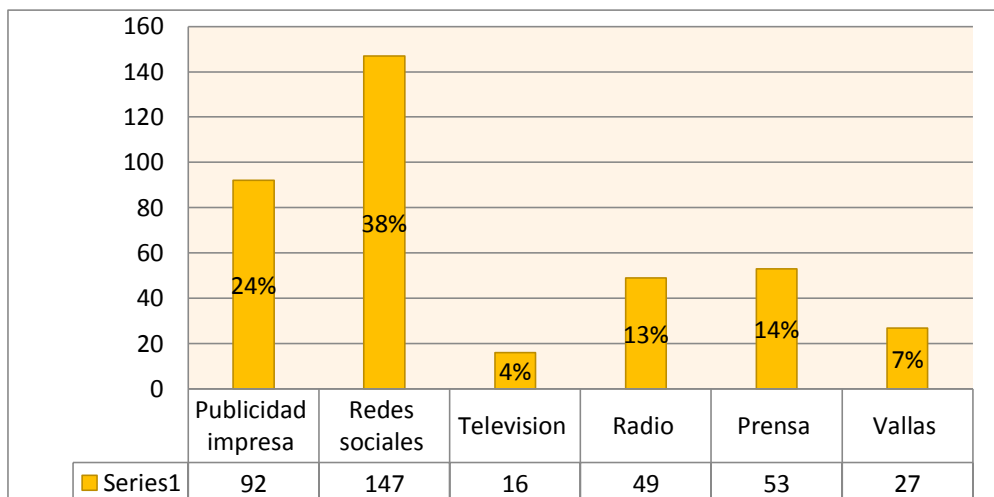


Figura 2 Medio de difusión por el que se informó

Una parte fundamental para dar a conocer los recursos o destinos a un turista son los medios de difusión. Estos permiten darse a conocer, ya sea a nivel nacional o internacional. Por lo que se ha tomado en cuenta algunos medios de difusión para dar a conocer los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar, a través de los cuales realiza sus publicidades y las difunde. Durante el estudio se investigó por cuál de los medios empleados se informó el turista. Esto con el fin de identificar cual es el medio más eficiente. Los resultados fueron que algunos de los turistas se informaron a través de las redes sociales y publicidad impresa en su mayoría.

Tabla 6.

Medios de difusión que ha evidenciado el turista que brinde información de los recursos turísticos naturales

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Publicidad impresa	93	24%
Redes sociales	147	38%
Televisión	16	4%
Radio	48	13%
Prensa	53	14%
Vallas	27	7%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

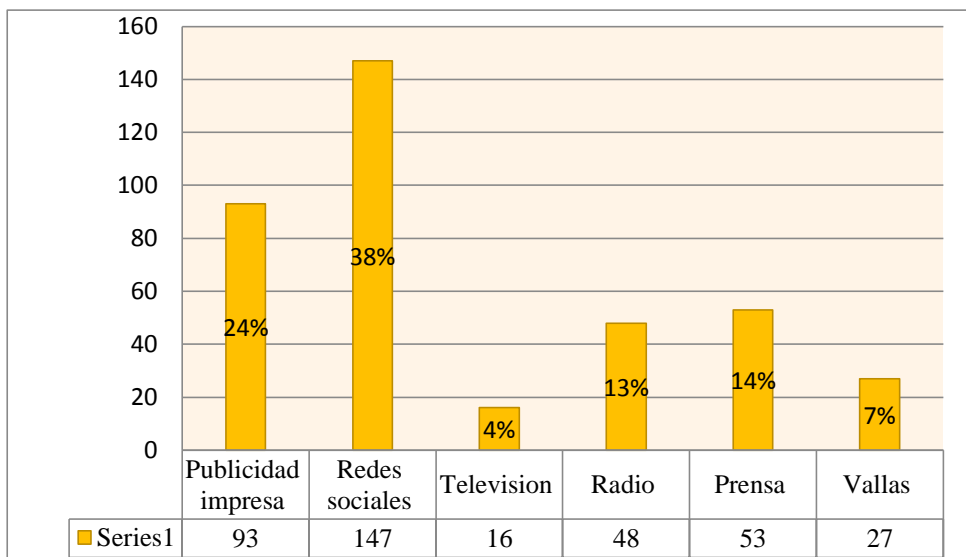


Figura 3 Medios de difusión que ha evidenciado el turista

De los medios de difusión que se ha tomado en cuenta para dar a conocer los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar los turistas han observado que se realiza la mayor difusión por medio de las redes sociales ya que los que visitan los diferentes recursos turísticos naturales dentro del Cantón comparten sus experiencias a través de este medio lo cual se hace viral o se difunde con rapidez.

Sin embargo, se realiza la difusión por medio de publicidad impresa, televisión, radio, prensa y vallas, pero el turista ha evidenciado en menor cantidad como se puede observar en la figura 3.

Tabla 7.

Los medios de difusión contribuyen a la afluencia de turistas

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	329	86%
No	55	14%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

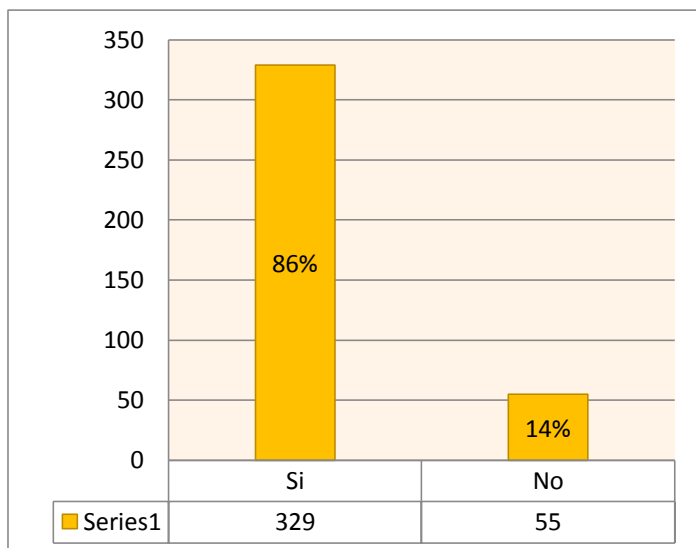


Figura 4. Los medios de difusión contribuyen a la afluencia de turistas

En este sentido la mayoría de los turistas consideran que los medios de difusión turística son de gran importancia ya que además de atraer a las personas a conocer los diferentes recursos turísticos naturales que posee el cantón Montúfar ayudan, al incremento de la afluencia turística, debido a que permite que los usuarios se mantengan informados y en contacto con los demás. Mientras que para el 14% los medios de difusión no contribuyen en la afluencia de turistas. Como se muestra en la figura 4.

Tabla 8.

Consideración del turista sobre la difusión de los recursos turísticos naturales

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	48	13%
Bueno	74	19%
Regular	126	33%
Mala	110	29%
No se realiza	26	7%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

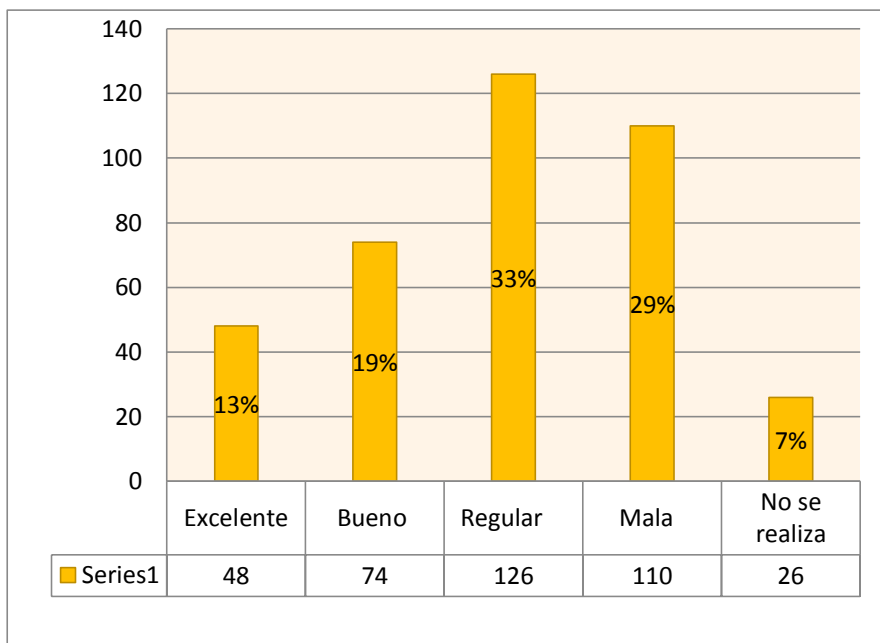


Figura 5. Consideración del turista sobre la difusión de los recursos turísticos naturales

La encuesta realizada determinó que el 33% de los encuestados consideran que la difusión realizada de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar es regular ya que la información de los recursos turísticos naturales que se transmite es limitada y el 29% como mala ya que falta organización de los entes encargados de esta área. Ya que la mayoría se enteraron de estos recursos turísticos naturales por medio de otras personas es decir lo que se conoce como de boca a boca y no por una difusión directa por parte de las autoridades del GAD de Montúfar o por parte de la dirección del MINTUR en la provincia.

Tabla 9.

La difusión de los recursos turísticos naturales, es importante para la afluencia de turistas

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
En desacuerdo	56	15%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	3%
De acuerdo	317	83%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

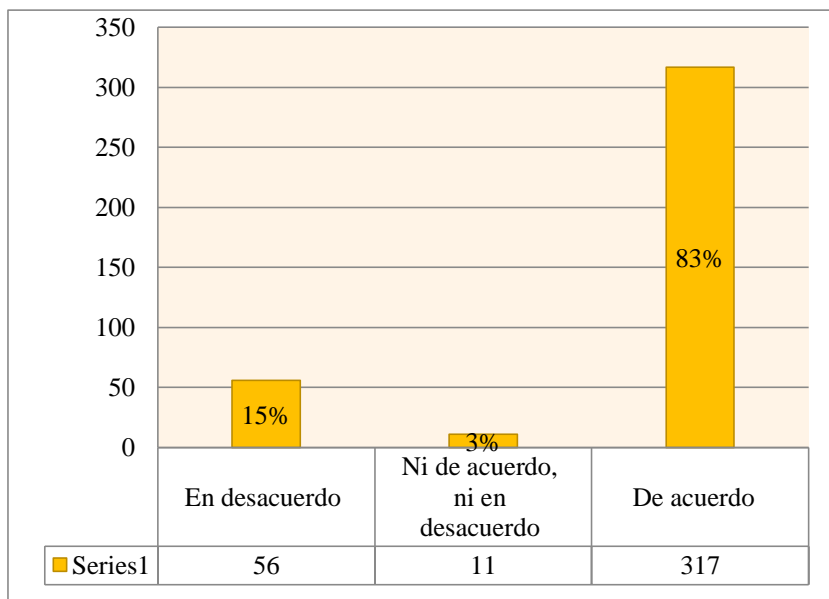


Figura 6 La difusión de los recursos turísticos naturales, es importante para la afluencia de turistas

El 83% de los encuestados están de acuerdo en que la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar es importante para la afluencia de turistas, ya que de esta manera se dan a conocer lo distintos lugares tanto nacional como internacionalmente, brindando y generando interés para que visiten los diferentes recursos turísticos naturales a su vez esto contribuirá al desarrollo al Cantón.

Tabla 10.

Medio de difusión más adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Publicidad impresa	34	9%
Redes sociales	238	62%
televisión	49	13%
Radio	24	6%
Prensa	27	7%
Vallas	12	3%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

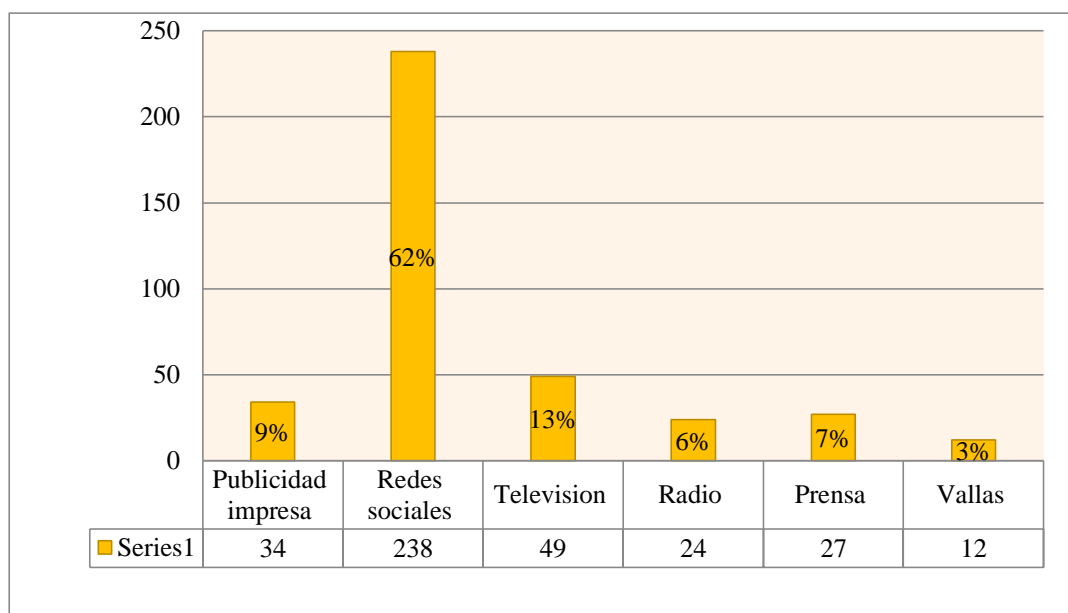


Figura 7 Medio de difusión más adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales

Se tuvo como resultado que el 62% de los encuestados consideran que el medio de difusión más adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar son las redes sociales, debido a que es un avance tecnológico que permite a los usuarios mantenerse informado y en contacto con los demás. Mientras que para el 38% no es necesario utilizar redes sociales de tal manera que utilizan otros medios adecuados para la difusión como publicidad impresa, televisión, radio, prensa y vallas. Se realizó una calificación tomando en cuenta las redes sociales y los medios de comunicación masiva en base a indicadores de medios de difusión usados para dar a conocer recursos turísticos naturales, con la finalidad de determinar el medio de difusión adecuado. Como se muestra en la figura 7.

Tabla 11.

Medios de difusión usados permiten compartir una información necesaria para los usuarios

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	108	28%
No	276	72%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

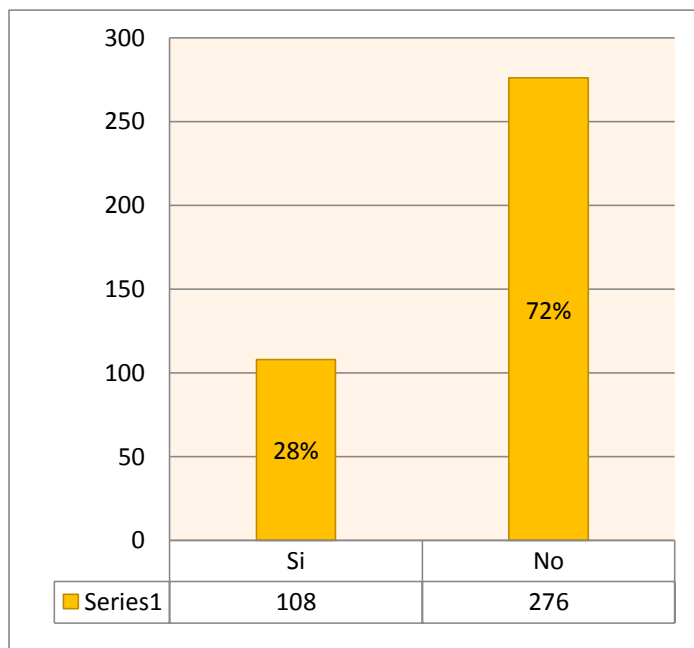


Figura 8 Medios de difusión usados permiten compartir una información necesaria para los usuarios

Los encuestados consideran en su mayoría que los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos naturales no permiten compartir información necesaria para los usuarios debido a que estas fuentes no son actualizadas, están fuera de servicio o no están diariamente a disposición de los turistas.

Tabla 12.

Cobertura de los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos.

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Local	301	78%
Nacional	34	9%
Regional	49	13%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

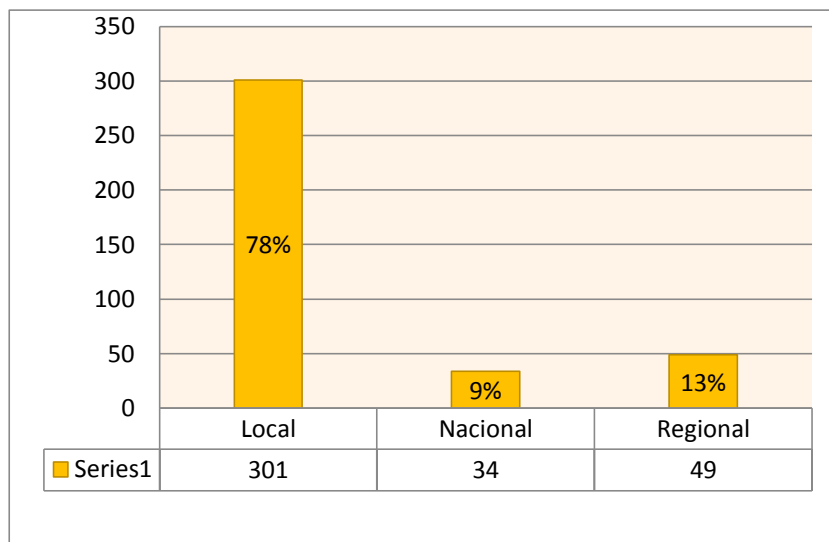


Figura 9 Cobertura de los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos naturales

Según los resultados de la encuesta el 78% de los encuestados manifiesta que la cobertura de los medios de difusión que usa el GAD de Montúfar es a nivel local lo cual los turistas no tienen facilidades de acceso a la difusión realizada por las autoridades del Cantón.

Tabla 13.

Los medios de difusión que usa el GAD de Montúfar permiten actualizar la información sobre los recursos turísticos naturales.

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	265	69%
No	119	31%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

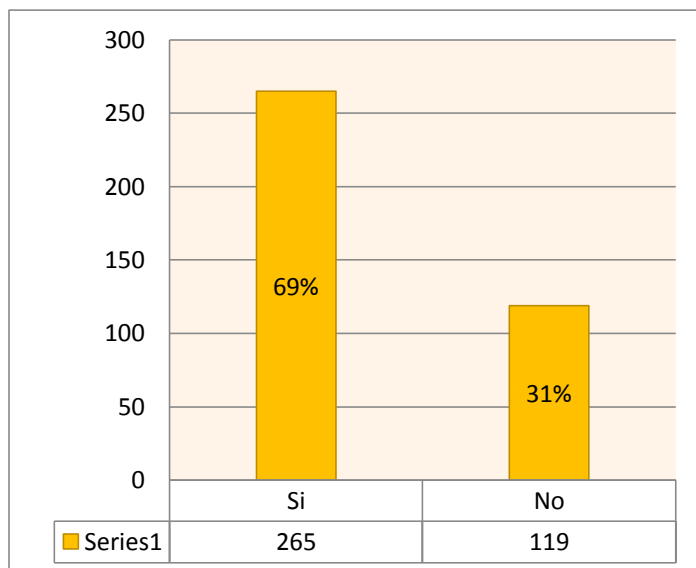


Figura 10 Los medios de difusión que usa el GAD de Montúfar permiten actualizar la información sobre los recursos turísticos naturales

El 69% de los encuestados manifiestan que los medios de difusión que utiliza el GAD de Montúfar si permiten actualizar la información sobre los recursos turísticos naturales lo cual permite llegar con la adecuada información para los turistas.

Tabla 14.

El medio de difusión transmite información con rapidez.

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	267	70%
No	117	30%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

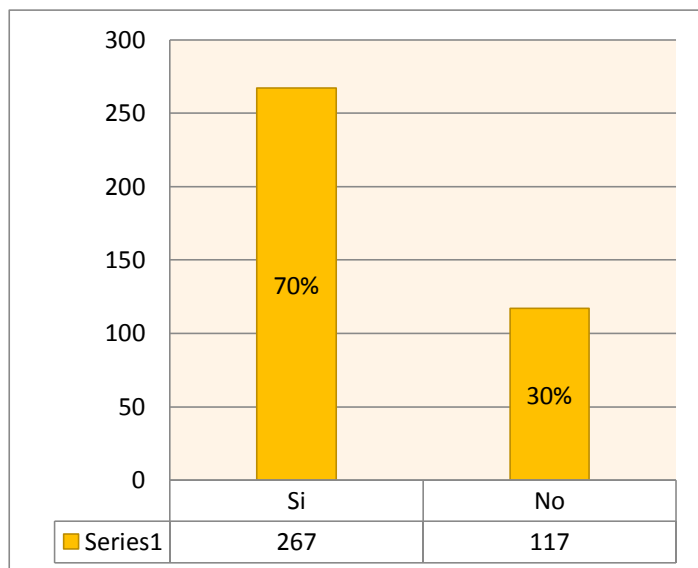


Figura 11 El medio de difusión transmite información con rapidez

La mayoría de encuestados manifiestan que los medios de difusión si permiten transmitir información con rapidez sobre los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar lo cual es beneficioso para dar a conocer los diferentes lugares a los turistas y el 30% manifiesta que los medios de difusión usados por el GAD no permiten tener rapidez al transmitir información de los recursos turísticos naturales.

Tabla 15.

El medio de difusión permite generar interés al compartir información.

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	176	46%
No	208	54%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

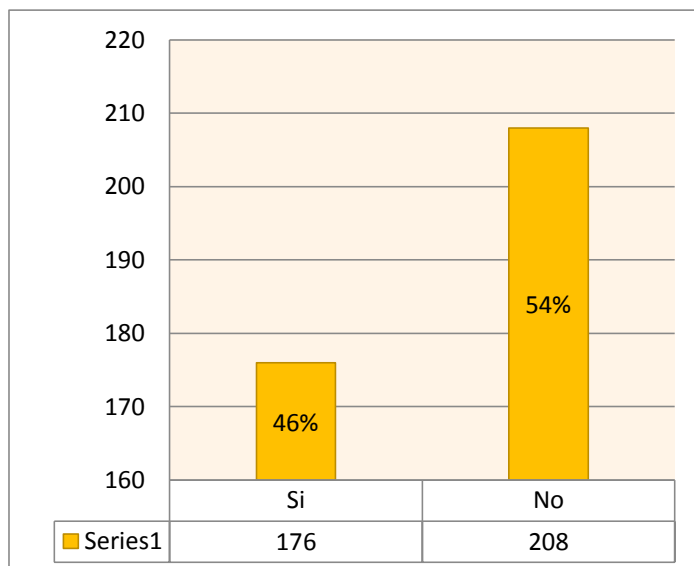


Figura 12 El medio de difusión generar interés al compartir información

Se tuvo como resultado que el 54% de encuestados menciono que el medio de difusión no permite generar interés en el usuario al compartir información sobre los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar ya que la información no es clara y no se encuentra información permanente de los diferentes lugares del Cantón.

Tabla 16.

Frecuencia de visita a los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Todos los fines de semana	62	16%
Cada quince días	50	13%
Una vez al mes	154	40%
Una vez al año	118	31%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

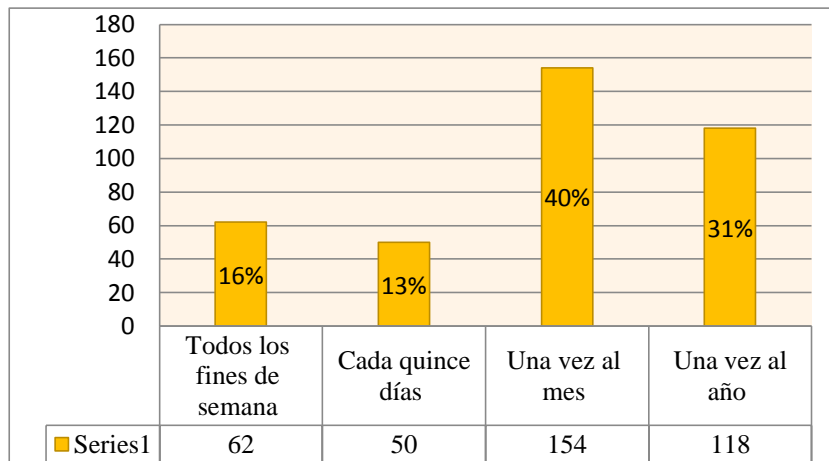


Figura 13 Frecuencia de visita a los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar

El 40% de encuestados mencionan que la frecuencia de visita a los diferentes recursos turísticos naturales del cantón Montúfar lo hacen una vez al mes lo cual se puede observar mediante los resultados que los recursos turísticos naturales si son visitados por los turistas en determinadas frecuencias de tiempo ya sea todos los fines de semana, cada quince días o hasta una vez al año.

Tabla 17.

La difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar aporta a la afluencia turística

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	296	77%
No	87	23%
Total	383	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

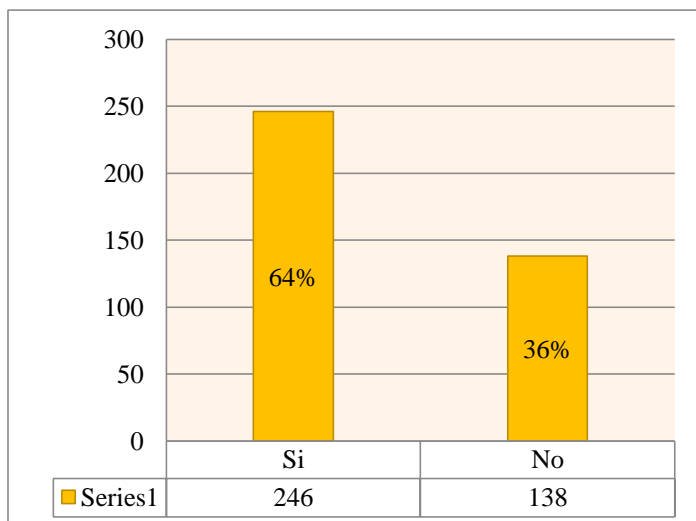


Figura 14 La difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar aporta a la afluencia turística

El 64% de encuestados menciona que la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar si aporta a la afluencia turística ya que por medio de la difusión los turistas van a conocer que dentro del Cantón existe riqueza natural la cual van a poder visitar y de esta manera aporta la difusión atrayendo turistas al Cantón la cual es beneficioso para su desarrollo y generar actividad económica para sus habitantes.

Tabla 18.

Es necesaria la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar para que exista mayor llegada de turistas a cada uno de estos lugares

ALTERNATIVAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	258	67%
No	126	33%
Total	384	100%

Nota. Elaborado por Ana Guadalupe Pasquel Pereira.

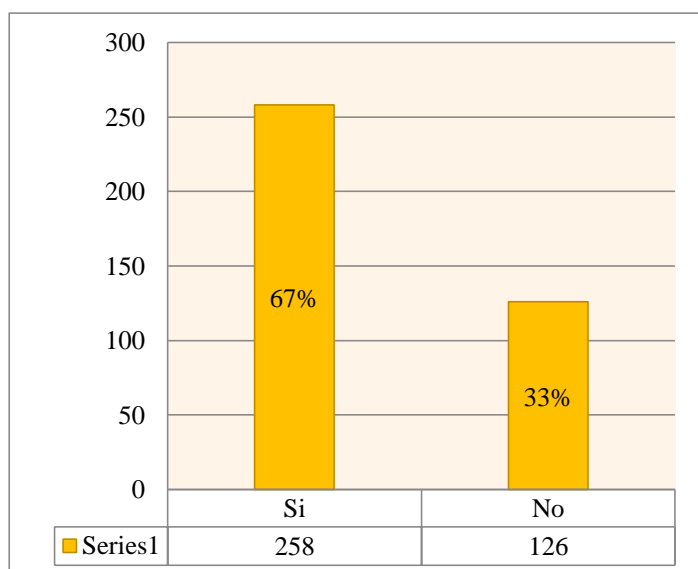


Figura 15 Es necesaria la difusión para que exista mayor llegada de turistas

La mayor parte de encuestados considera que si es necesaria la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para que exista mayor llegada de turistas a cada uno de estos lugares ya que de esta manera se detalla las características naturales que se quiere mostrar al turista y a su vez se le brinda información necesaria de los lugares para que puedan visitarlos.

4.1.2.1. Resumen de resultados de la encuesta aplicada a los turistas que visitan el cantón Montúfar.

Tabla 19.

Resumen de resultados de la encuesta aplicada a los turistas

Preguntas	Resultados finales
1: ¿De los siguientes recursos turísticos naturales cuales ha visitado usted dentro del cantón Montúfar?	Río Apaquí 31%
2: ¿A través de qué medio de difusión se informó sobre los recursos turísticos naturales del Cantón Montufar?	Redes sociales 38%
3: ¿Qué medios de difusión a evidenciado ud que brinden información de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?	Redes sociales 38%
4. Considera Ud. ¿Que los medios de difusión contribuyen a la afluencia de turistas en los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?	Si 86%

Preguntas	Resultados finales
5. ¿Cómo considera usted la difusión realizada de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?	Regular 33%
6. ¿La difusión de los recursos turísticos naturales, del cantón Montúfar es importante para la afluencia de turistas?	De acuerdo 83%
7. ¿Según usted?, ¿Cuál sería el medio de difusión más adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?	Redes sociales 62%
8. ¿Usted cree que los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos naturales permiten compartir una información necesaria para los usuarios?	No 72%
9. ¿Qué tipo de cobertura alcanza los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos?	Local 78%
10. ¿Los medios de difusión que utiliza el GAD de Montúfar permiten actualizar la información sobre los recursos turísticos naturales?	Si 69%
11. ¿El medio de difusión permite transmitir información con rapidez sobre los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?	Si 70%
12. ¿El medio de difusión permite generar interés en el usuario al compartir información sobre los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?	No 54%
13. ¿Con que frecuencia visita usted los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?	Una vez al mes 40%
14. ¿Cree usted que la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar aporta a la afluencia turística?	Si 77%
15. ¿Considera necesaria la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para que exista mayor llegada de turistas a cada uno de estos lugares?	Si 67%

4.1.3. Análisis de chi cuadrado.

A continuación, se muestra el desarrollo del estadístico Chi cuadrado.

Calculo grados de libertad:

$$gl = (f-3)*(c-2)$$

$$gl = (3-1)*(2-1)$$

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

Tabla 19.

Prueba de Chi2 en SPSS

		Considera Ud. ¿Que los medios de difusión contribuyen a la afluencia de turistas en los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?			Total
		Si	No		
¿La difusión de los recursos turísticos naturales, del cantón Montúfar es importante para la afluencia de turistas?	En desacuerdo	Recuento	56	0	56
		Recuento esperado	48,0	8,0	56,0
	Ni de acuerdo Ni endesacuerdo	Recuento	11	0	11
		Recuento esperado	9,4	1,6	11,0
	De acuerdo	Recuento	262	55	317
		Recuento esperado	271,6	45,4	317,0
Total		Recuento	329	55	384
		Recuento esperado	329,0	55,0	384,0

Tabla 20.

Prueba de Chi2

	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	13,568 ^a	2	,001
Razón de verosimilitud	22,956	2	,000
Asociación lineal por lineal	12,897	1	,000
Número de casos válidos	384		

Chi 2 de la tabla = 5,991

Chi2 calculado = 13,568

Análisis

Según el gráfico estadístico para rechazar la hipótesis nula, el resultado del chi cuadrado debe ser superior a 5,991. En este caso el valor obtenido del estadístico antes mencionado fue de 13,568 lo que indica que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa diciendo que si existe una relación entre la difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística en el cantón Montúfar.

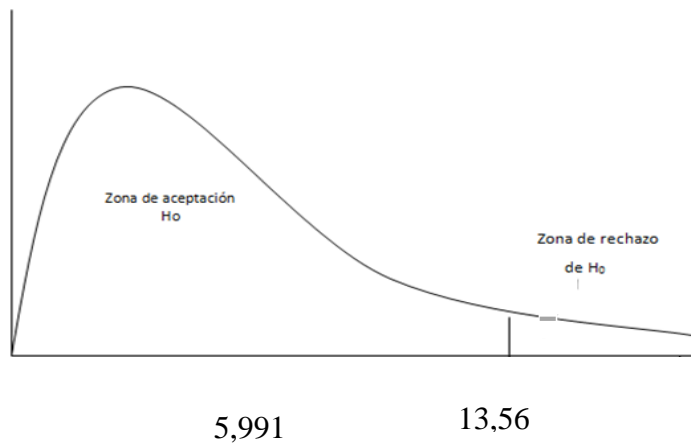


Figura 16 Campana de Gaus

4.1.4. Análisis de correlación de Pearson.

A continuación, se muestra los resultados obtenidos:

Tabla 21.

Correlación de Pearson

		Observado	Esperado
Observado	Correlación de Pearson	1	,184**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	384	384
Esperado	Correlación de Pearson	,184**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	384	384

La tabla muestra que el valor del coeficiente de correlación de Pearson entre las dos variables es de 0,184. El *P* valor que es 0,000, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa que dice “que existe una incidencia de la difusión de los recursos turísticos naturales sobre la afluencia turística”.

4.2. Discusión

En la presente investigación se puede mencionar que la difusión es una parte fundamental para que el recurso turístico natural se desarrolle. En el cantón Montúfar no se realiza una difusión permanente según Edison Jiménez encargado de la Unidad de Turismo del GAD de Montúfar menciona que se realiza difusión turística en fechas determinadas como es las festividades del Cantón en carnaval y cuando se realiza ferias gastronómicas dentro del mismo y el medio de difusión que se usa es publicidad impresa, de una manera indirecta a través de las redes sociales al igual una manera tradicional que aun maneja el Cantón es el perifoneo cuando se realizan actividades en los diferentes recursos turísticos naturales.

Sin embargo, los autores Castillo y Casteño (2015) en su artículo científico sobre la difusión turística a través de técnicas tradicionales y nuevas mencionan que hoy en día las personas en su diario vivir mantienen un uso frecuente de las redes sociales lo que hace tendencia realizar difusión a través de estos medios así se llega a la mayor parte de la demanda. Lo cual queda reflejado los resultados que se obtuvo de la encuesta los turistas consideran en un 62% que el medio de difusión adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales es las redes sociales al igual que la mayoría de turistas se enteraron de la existencia de los recursos turísticos naturales que posee Montúfar por estos medios, el desarrollar la difusión de los recursos turísticos por las redes sociales ha contribuido para que tanto nacionales como extranjeros visiten estos lugares mejorando la afluencia turística en el Cantón, Jiménez manifiesta que no se cuenta con un registro de turistas en el Cantón porque el municipio no cuenta con el presupuesto económico para contratar personas que estén en los diferentes recursos turísticos pero se ha podido observar presencia de turistas en el Cantón en las fechas antes mencionadas al igual que en feriados.

García(2016) realizo el estudio sobre la difusión turística de los atractivos naturales y culturales de la Parroquia Quisapincha de la ciudad de Ambato teniendo como resultado que la difusión realizada permitió que exista una mayor afluencia en dicho lugar dejando notar que la difusión turística es necesaria para que exista la afluencia de turistas a los diferentes lugares, en los resultados de la investigación los turistas manifiestan que un 83% está de acuerdo en que la difusión de los recursos turísticos naturales, es importante para la afluencia de turistas.

Al igual que los autores Yagual y Pazmiño (2016) Dentro de la investigación del plan estratégico de difusión turística de cuatro comunas de la isla Puná para potenciar los recursos naturales y promover el desarrollo turístico del sector mencionan que una difusión planificada

atrae a turistas ya que genera interés para que visiten los diferentes lugares. Estos antecedentes investigativos citados anteriormente dejan notar la importancia de la difusión turística para llegar al turista, los medios de difusión bien empleados son quienes bajo parámetros y estudios de difusión establecidos permiten dar a conocer los diferentes recursos turísticos naturales ya que se difunde información relevante y permite que el turista este mejor informado, en este caso el cantón Montúfar cuenta con algunos recursos turísticos naturales en los cuales se puede realizar una difusión turística permitiendo el incremento en la afluencia turística dentro del mismo. Los autores citados en cada una de sus investigaciones persiguen el mismo objetivo que es dar a conocer cada uno de los lugares de estudio ya que es una difusión organizada llega al turista y se da a conocer los diferentes lugares y se obtiene una afluencia turística.

En la investigación se examinó la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para conocer si tiene efecto en el sector turismo, el medio de difusión para dar a conocer a los turistas los diferentes recursos turísticos naturales con los que cuenta el Cantón es las redes sociales ya que de estos hacen uso la mayor cantidad de personas este medio permite que el turista conozcan la belleza paisajística, de manera que al difundir estos recursos las personas valoren y conserven la naturaleza existente y esto a su vez sea un aporte para la afluencia turística del Cantón.

Otro referente Pinassi y Ercolani (2012). Se ha considerado el estudio de la ciudad Bahía Blanca posee una diversidad de componentes naturales que representan un valor natural relevante para la sociedad, los cuales representa una oportunidad para la difusión turística La realización de esta investigación tuvo como objetivo, analizar los componentes que representan los recursos naturales de la ciudad, a fin de determinar una difusión general de la oferta de atractivos turísticos recreativos para dar a conocer a la demanda. Para la investigación en el cantón Montúfar se consideró la diversidad existente de recursos turísticos naturales que posee el mismo lo que al igual los autores Pinassi y Ercolani consideraron en la investigación el rescate de la diversidad de componentes naturales que el lugar de investigación, los recursos naturales del Cantón poseen una belleza paisajística que atrae al turista lo cual permite realizar una difusión de los bienes naturales, una vez realizado el levantamiento de la información se puede observar que los recursos turísticos naturales son significativos permitiendo la afluencia turística para desarrollo de actividades turísticas recreativas que se puedan ofertar en el mercado y que el consumidor haga uso de ellas.

La difusión a través de las redes sociales, la radio, la televisión y la prensa son los medios en donde la información que se comparte es comprensible, aceptable por el usuario y tiende a expandirse; ya que se publica información de toda índole dirigida a usuarios de todas las edades, misma información que circula y se puede enviar hacia otros medios logrando que las publicaciones alcancen una difusión mayor, motivando al usuario hacer el consumo de lo que se esté difundiendo (Leone, 2016). Por lo tanto, la encuesta realizada el 38% evidenció que las redes sociales brindan información de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar, mismo que aportan a la afluencia turística debido a que la información que se pretende difundir es compartida en otros medios y aceptada por los turistas motivándolos a visitar el Cantón.

Los estudios que realizaron los diferentes autores anteriormente citados mencionan que la difusión organizada que se hace a los lugares de estudio se ha obtenido resultados positivos ya que se desarrollan turísticamente permitiendo que exista una oferta y poder llegar con información a la demanda. Los turistas en el presente estudio mencionaron el 86% consideran que los medios de difusión si contribuyen a que exista afluencia turística en los recursos naturales del cantón Montúfar lo que coincide con las investigaciones de los diferentes autores.

Domínguez (2012) afirma que las redes sociales es un medio de comunicación que tienen accesibilidad para todas las personas, permite mantener informados acerca de acontecimientos mundiales, nacionales y locales, proporciona entretenimiento y también información de ámbito cultural, natural y de educación, además esta medida forma parte de la vida de las personas desde la niñez hasta la vida adulta. Se pueden observar diferentes lugares del mundo, diversas culturas y formas de vida, permitiendo satisfacer las necesidades y gustos del usuario.

En la encuesta realizada a los turistas del cantón Montúfar el 38% mencionaron que a través de las redes sociales se informaron sobre los recursos turísticos naturales aseverando la teoría de Domínguez ya que se prueba que las redes sociales son usadas por la mayoría de turistas que quieren obtener información de algún lugar en este caso por este medio transmitiendo información de los diferentes recursos turísticos naturales.

En la información recopilada de los 384 encuestados se pudo evidenciar que conocen al menos uno de los recursos turísticos naturales por otro lado el 40% visita estos lugares al menos una vez al mes.

Después de haber desarrollado los análisis estadísticos se identificó que la difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística tienen un porcentaje de influencia en un

18,40%, es por eso que los turistas conocen muy poco dichos lugares por lo que su visita es limitada, lo cual se puede mencionar que si la difusión de los recursos turísticos naturales crece la afluencia turística en el cantón Montúfar aumenta de igual manera.

Para mejorar la afluencia de turistas es necesario complementar estos lugares en donde se encuentran los recursos turísticos naturales ya que no solo depende directamente de la difusión turística que se realiza por parte del GAD de Montúfar y organizaciones que están inmersas en el turismo ya que para atraer a turistas tanto nacionales como extranjeros de igual manera es necesario complementar el acceso vial lo cual facilite el ingreso de vehículos, la señalética entre otros servicios.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La investigación bibliográfica permite recopilar los fundamentos básicos y teóricos de la difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística.
- El estudio determinó que el medio de difusión que usa el GAD de Montúfar es las redes sociales y la publicidad impresa para transmitir información de los recursos turísticos naturales del Cantón.
- Se identificó que el GAD de Montúfar no poseen registro de turistas, mismo que dificulta tener un dato exacto de ingreso de turistas en el Cantón.
- La incidencia de la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar sobre la afluencia turística es de 18,4%.

5.2. Recomendaciones

- La investigación bibliográfica debe realizarse de fuentes académicas para obtener información verídica y confiable de la difusión de recursos turísticos naturales y la afluencia turística.
- Planificar las campañas publicitarias en las redes sociales y medios impresos haciéndolas llamativas y generando interés, para propiciar la visita a cada uno de los recursos turísticos naturales del Cantón.
- Incorporar un registro de turistas por parte del GAD de Montúfar para facilitar información y tener datos de cuantos turistas están visitando el Cantón.
- Realizar una planificación estratégica para la difusión de los recursos turísticos naturales para que la afluencia turística aumente en el cantón Montúfar.

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. Á. (2013). *Desarrollo Sostenible y Gestión del Turismo*. Mexico D. F.: Trillas.
- Acerenza, M. A. (15 de 07 de 2016). Administracion de Turismo. En *Administracion de Turismo* (pág. 26). Mexico: Trillas. Obtenido de Administracion de Turismo.
- Altamiro, V., y Tuñez, M. (2014). *Promoción y Difusión Turística en Iberoamérica*. Obtenido de Promoción y Difusión Turística en Iberoamérica.
- Amaiquema, L. (2015). *Recursos Turísticos*. Obtenido de <https://bit.ly/2KgFrMI>
- Arias, F. (2006). *Proyecto de investigacion*. Obtenido de Proyecto de investigacion: <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Arteaga, C. (2004). *Comunicación Educativa Razón y Palabra*. Obtenido de Comunicación Educativa Razón y Palabra: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n36/carteaga.html>
- Berovidez Alvarez, V., Marin Clemente, J., Garcia Ucha, F. E., Fernandez Truan, J. C., y Crispin Castellano, D. (2017). Límites en la capacidad de carga de visitantes de ecoturismo en Punta del Este, Isla de la Juventud (Cuba). *Investigaciones Turísticas*, 96-103-110-111.
- Bertoni, M. (04 de 2014). *Recursos naturales en nodos turísticos* . Obtenido de Recursos naturales en nodos turísticos .
- Bobo, M. (2015). *Las redes sociales como fuente de información*. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/25633/tfgper7.pdf?sequence=1>
- Calderón, S. (2015). *Recurso Natural*. Obtenido de Recurso Natural: <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- Castillo, H. M. (2012). *RECURSOS TURISTICOS*. Obtenido de RECURSOS TURISTICOS: <https://bit.ly/1uDSOu5>
- Catillo, M., y Casteño, V. (24 de 11 de 2015). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/280233475_La_promocion_turistica_a_traves_de_tecnicas_tradicionales_y_nuevas_Una_revision_de_2009_a_2014

- Corral, J. A., y Canoves Valiente, G. (2013). La investigación turística publicada en revistas turísticas y no turísticas; Análisis bibliométrico de la producción de las universidades catalanas. *Cuaderno de Turismo*, 57-58-59-63-75.
- Costa, J. (s.f.). *Wiki Diseño general*. Obtenido de FANDOM: <https://bit.ly/2V0AID8>
- Ferrell, O. C., y Hartline, M. D. (2014). *Estrategia de marketing*. Mexico.
- García, M. (18 de 02 de 2016). *Difusión turística de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Quisapincha*. Obtenido de Difusión turística de los atractivos naturales y culturales de la parroquia Quisapincha: <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/342/1/TUAIYH02>
- Gerencia de Espacios Naturales Protegidos de Aragón. (2005). *Los Recursos Naturales Como Factor de Desarrollo*. Obtenido de <https://bit.ly/2Ky4cT6>
- Giorgio, P. (2014). *Guía de Asociación entre dos variables (Person y Spearman)*. Obtenido de <https://bit.ly/2ptv26v>
- Goya, E. D. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Obtenido de Medios de comunicación masiva : http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf
- Herrera, H. (2012). *Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión*. Obtenido de Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>
- Hidalgo Giralt, C., y Palacios García, A. J. (2016). El patrimonio industrial declarado Bien de Interés Cultural en Madrid. Su integración en la oferta cultural y turística de la ciudad. *Pasos*, 193-194-208.
- Ibarra Coronel, J. J., y Pannoso Netto, A. (2015). Artículos científicos sobre turismo para personas con discapacidad en revistas Iberoamericanas de turismo. *Pasos*, 42-46-47-54.
- Jiménez Barreto, J., y Campo Martínez, S. (2015). Marketing Experiencial en FITUR: Análisis de dos destinos. *Pasos*, 76-79-82-87.
- Jumbo, B. (julio de 2015). *EL Comercio*. Obtenido de <https://bit.ly/2YuJED2>
- Leone, C. (2016). *Importancia e impacto de la publicación en Facebook*. Obtenido de Importancia e impacto de la publicación en Facebook: [ttp://](http://)

fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articul=12914&id_libro=622

- Lliguizaca, V. (diciembre de 2015). *Importancia de la señalización turística para el cantón Azogues*. Obtenido de <https://bit.ly/2uxjfXj>
- Lopez, E. A. (2012). *Metodologia cualitativa - Eumed*. Obtenido de Metodologia cualitativa - Eumed: <https://bit.ly/2ALtABp>
- López, R. (2013). *Medios Digitales*. Obtenido de Medios Digitales: <https://marketingdigitaldesdecero.com/2013/03/20/el-blog-definicion-tipos-y-ventajas/>
- Magallanez, R. (2008). *Ensayos y Medios Masivos de Comunicación*. Obtenido de Ensayos y Medios Masivos de Comunicación: <http://rociomagallanezar.blogspot.com/2008/11/ensayo-de-medios-masivos-de.html>
- Ministerio de Turismo . (2017). *Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador*. Obtenido de <https://bit.ly/2JK84VX>
- Morales, I. F. (2009). *Podcasting*. Obtenido de Podcasting: <http://biblioteca.cchs.csic.es/podcast/podcast.php>
- Murillo, F. J. (s.f.). *Estudio de caso- Universidad Autonoma de Madrid*. Obtenido de Estudio de caso- Universidad Autonoma de Madrid: <https://bit.ly/2aY1730>
- Navarro, D. (35 de enero de 2015). *Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos Conceptualizacion*. Obtenido de <https://bit.ly/2JThBdo>
- OMT. (2014). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/contender-el-turismo-glosario-basico>
- Orellana Salas, J., y Lalvay Portilla, T. (Enero-Junio de 2018). *Udo e Importacia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico.Caso cantón Chilla, El Oro, Ecuador*. Obtenido de <https://bit.ly/316cvOl>
- Planells, M., y Crespi, M. (2015). *Recursos turísticos*. Madrid. Obtenido de Recursos turísticos .
- R Productiva . (27 de 06 de 2011). *Informe de Segmentacion del Sector Turistico*. Obtenido de Informe de Segmentacion del Sector Turistico.
- Ramírez, Castellanos, y Martinez. (2015). Difusión del conocimiento. *Universidad Nacional de colombia*, 3. Obtenido de Difusión del conocimiento.

- Ramírez, J. C. (2011). *Metodos Mixtos de investigación*. Obtenido de <https://bit.ly/2FDLYPy>
- Restrepo, L., y Gonzales, J. (2007). *De Pearson a Spearman*. Obtenido de Revista Colombiana de ciencias Pecuarias: <https://bit.ly/2KKMoZX>
- Restrepo, L., y Gonzales, J. (2007). *De Pearson a Spearman*. Obtenido de De Pearson a Spearman: <https://bit.ly/2KKMoZX>
- Rojo, R., y Martinez, B. (2016). *Recursos Turísticos*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Salazar, A. L. (2014). *Turismo hoteleria y gastronomia carrera-Repositorio UTE*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13475/1/55343_1.pdf
- Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Metodología de la Investigación: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Sampieri, R. H. (s.f.). *Los Métodos Mixtos*. Obtenido de <https://bit.ly/2EXAkBg>
- Schmelkes. (2014). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de Metodología de la Investigación : <https://www.academia.edu/RegisterToDownload>
- Secretaria de Turismo SECTUR. (s.f.). *Manual para la Gestión De Destinos Turísticos*. Obtenido de <https://bit.ly/2HXh73k>
- Silberman, A. G. (s.f.). *Clasificación de los Recursos Turísticos*. Obtenido de <https://bit.ly/2CIDAxA>
- Soto, B. (2014). *la selección de los medios publicitarios*. Obtenido de la selección de los medios publicitarios : <https://www.gestion.org/marketing/publicidad/31357/la-seleccion-de-los-medios-publicitarios/>
- Soto, M. (2014). *Investigación Científica*. Obtenido de Investigación Científica: https://www.academia.edu/9430019/ARTE_REPUBLICANO
- Strasheim, J. M., y Gil, V. N. (septiembre de 2014). *La importancia de un eficiente sistema de señalética para un destino turístico*. Obtenido de <https://bit.ly/2HJGGWc>
- Yagual, K., y Pazmiño, J. (25 de 08 de 2016). *Plan estrategico de difusión turistica de cuatro comunas de la isla Puná para potenciar los recursos turisticos naturales y culturales*.

Obtenido de Plan estratégico de difusión turística de cuatro comunas de la isla Puná para potenciar los recursos turísticos naturales y culturales.

Zamora, J., Barril, M. E., y Benavides, E. (28 de 11 de 2017). *Turismo Interno*. Obtenido de Turismo Interno: <http://C:/Users/Personal/Desktop/otras%20ejem%20tesis/art03.pdf>

V. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta realizada a los turistas

Proyecto de titulación denominado “La difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística en el cantón Montúfar.”

Encuesta dirigida a los turistas

La presente encuesta tiene como finalidad analizar la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para la afluencia turística

Indicaciones: Marque con una (X) la respuesta que usted considere que es la adecuada.

Nota: Se solicita de la manera más comedida que la información sea veraz, real. Esta información será reservada y será con fines académicos.

Cuestionario:

1. **¿De los siguientes recursos turísticos naturales cuales ha visitado usted dentro del cantón Montúfar? (recursos turísticos naturales: lugares que se encuentran en forma no alterada y poseen características que llaman la atención del turista)**

- Cascada de Guadir
- Bosque Ceja Andina
- Piedra Padre Aragón
- Cascada Piedra Larga
- Páramo Andino
- Mirador de Tuquer
- Río Apaquí
- Piedra Larga

2. **¿A través de qué medio de difusión se informó sobre los recursos turísticos naturales del Cantón Montufar?**

Medios de difusión	X
Publicidad impresa (trípticos, hojas volantes, revistas, postales)	
Redes sociales	
Televisión	
Radio	
Prensa	
Vallas	

3. ¿Qué medios de difusión ha evidenciado a ud que brinden información de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?

Medios de difusión	X
Publicidad impresa (trípticos, hojas volantes, revistas, postales)	
Redes sociales	
Prensa	
Televisión	
Radio	
Vallas	

4. Considera Ud. Que los medios de difusión contribuyen a la afluencia de turistas en los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?

Si () No()

5. ¿Cómo considera usted la difusión realizada de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?

() Excelente

() Buena

() Regular

() Mala

() No se realiza

6. ¿La difusión de los recursos turísticos naturales, del cantón Montúfar es importante para la afluencia de turistas?

En desacuerdo () Ni de acuerdo, ni en desacuerdo () De acuerdo ()

7. ¿Según usted?, ¿Cuál sería el medio de difusión más adecuado para dar a conocer los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?

MEDIOS DE DIFUSIÓN	X
Publicidad impresa (trípticos, hojas volantes, revistas, postales)	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Prensa	<input type="checkbox"/>
Vallas	<input type="checkbox"/>

8. ¿Usted cree que los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos naturales permiten compartir una información necesaria para los usuarios?

Si () No ()

9. ¿Qué tipo de cobertura alcanza los medios de difusión usados por el GAD de Montúfar para dar a conocer los recursos turísticos?

Local () Regional () Nacional ()

10. ¿Los medios de difusión que utiliza el GAD de Montúfar permiten actualizar la información sobre los recursos turísticos naturales?

Si () No ()

11. ¿El medio de difusión permite transmitir información con rapidez sobre los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?

Si () No ()

12. ¿El medio de difusión permite generar interés en el usuario al compartir información sobre los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?

Si () No ()

13. ¿Con que frecuencia visita usted los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?

Todos los fines de semana

Cada quince días

Una vez al mes

Una vez al año

14. ¿Cree usted que la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montufar aporta a la afluencia turística?

Si () No ()

15. ¿Considera necesaria la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para que exista mayor llegada de turistas a cada uno de estos lugares?

Si () No ()

Muchas Gracias

Anexo 2. Entrevista dirigida al representante de la Unidad de Turista

Proyecto de titulación denominado “La difusión de los recursos turísticos naturales y la afluencia turística en el cantón Montúfar.”

Entrevista dirigida al representante de la Unidad de Turismo

La presente entrevista tiene como finalidad analizar la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar para la afluencia turística

Nombre:

Cargo:

Cuestionario:

- ¿Con cuántos y cuáles son los recursos turísticos naturales con los que cuenta el Cantón Montúfar?
- ¿Los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar actualmente están siendo difundidos?
- ¿A través de qué medios se realiza la difusión de los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar?
- ¿Cree Usted que los recursos turísticos naturales del cantón Montúfar son visitados frecuentemente por turistas?
- ¿El municipio del cantón Montúfar cuenta con un registro de llegadas de los turistas?
- ¿Con la difusión de los recursos turísticos naturales que posee el cantón Montúfar contribuye la afluencia de turistas?