



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO
EXTENSIÓN QUEVEDO**

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
HOTELERÍA Y TURISMO**

TEMA:

**EFFECTO DE LA IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING EN LA
COMUNIDAD DE LAS CASCADAS SAN MATEO CANTON LAS NAVES AÑO 2021**

ESTUDIANTE:

GARCIA ALDAZ STEVEN JOEL

TUTOR:

MSC. CARRANZA HELEN

Quevedo – Los Ríos – Ecuador

2022

DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios por permitirme tener vida, salud y haber podido lograr mis metas a alcanzar, como terminar mis estudios

Lleno de alegría, amor y esperanza, se lo dedico a cada uno de mis seres queridos, en particular a mis padres que han sido mi pilar fundamental para seguir adelante y no retroceder.

Es una gran satisfacción para poder unirme a ellos porque con mucho esfuerzo y trabajo lo he merecido, a ellos por haberme dado una carrera mi futuro creer en mi capacidad como persona.

A mis maestros porque creyeron en mí me animaron a no desistir porque cada paso que doy es un aprendizaje más por esto

AGRADECIMIENTO

La vida es bella y uno de los principales motivos de esta hermosa etapa es que la puedes compartir y disfrutar con tus seres queridos. Si muchos lo permiten, poderme ayudar y guiar, pero también podemos ayudar y guiar nuestra voluntad.

Por eso, gracias a esta disertación, quisiera encomiar el trabajo de mis padres, familiares, maestros y todos los que existieron durante todo o la mayor parte de este período tan hermoso.

El desarrollo de esta tesis no se puede catalogar como simple, pero todo lo que sucede y es de gran valor.

"Vea su investigación como una oportunidad de ingresar a un maravilloso mundo de conocimiento, no como una obligación".

RESUMEN

Esta indagación se fundamenta en explicar la verdad turística presente en la sociedad de las cascadas de San Mateo en el cantón Las Naves, el propósito primordial de este proyecto de marketing es incentivar a los individuos a gozar de este llamativo turístico en si mejorar la actividad turística en el cantón Las Naves.

La utilización de una estrategia estratégico de marketing para promover el turismo este ayuda al desarrollo del mismo turismo del respectivo cantón Las Naves sacando a flote lo social y económico ocasionando un enorme efecto positivo a su población. Se necesita disponer de la ayuda total de sus primordiales autoridades y paralelamente del ente privado en caso de ser primordial.

La metodología empleada en esta indagación es de carácter detallado y analítico por medio de una encuesta en línea a un numero de 20 personas, donde cuya consecuencia se le realizo una respectiva valoración sobre la carencia de promoción, identificando diversos componentes como es la escasas de señaléticas e infraestructura estable del mismo lugar.

El objetivo de esta indagación ha sido explorar las condiciones del lugar para ver sus puntos positivos y negativos.

Palabras Claves: Ecoturismo, proyecto de Marketing, Llamativo Turisitico.

ABSTRACT

This inquiry is based on explaining the tourist truth present in the society of the San Mateo waterfalls in the Las Naves canton, the primary purpose of this marketing project is to encourage individuals to enjoy this attractive tourist in itself improve tourist activity. in the Las Naves canton.

The use of a strategic marketing strategy to promote tourism helps the development of tourism in the respective Las Naves canton, bringing out the social and economic aspects, causing an enormous positive effect on its population. It is necessary to have the total help of its main authorities and in parallel from the private entity if it is essential.

The methodology used in this investigation is of a detailed and analytical nature through an online survey of a number of 20 people, whose consequence was made a respective assessment of the lack of promotion, identifying various components such as the lack of signage and stable infrastructure of the same place.

The objective of this investigation has been to explore the conditions of the place to see its positive and negative points.

Keywords: Ecotourism, Marketing project, Attractive Tourism.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓN	8
DESARROLLO	9
JUSTIFICACIÓN	9
OBJETIVO GENERAL.....	9
SUSTENTO TEÓRICO	10
Cantón Las Naves	10
Cascadas de San Mateo	10
Plan de Marketing	10
Como elaborar un plan de Marketing.....	11
Fases en la elaboración del Plan de Marketing.....	12
Turismo de Aventura.....	13
Cascada	13
Implementación.....	15
Aspectos de la Implementación	16
Retos de la Implementación	16

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	18
ENCUESTA.....	19
ANÁLISIS DE LA ENCUESTA.....	22
CONCLUSIONES	30
BIBLIOGRAFÍA.....	31

INTRODUCCIÓN

En el siguiente plan de tesina se tiene previsto plantear una estrategia de marketing como una herramienta de desarrollo del turismo el cual posibilite difundir a las cascadas de San Mateo localizado en el cantón Las Naves, como destino turístico. A la vez se ha llevado a cabo un diminuto análisis por medio de encuestas e indagación con el objetivo de comprender el caso que atraviesa las cascadas de San Mateo, utilizando técnicas pertinentes como: encuestas, datos del mismo lugar, y el instante en que está, para tener un parámetro más claro que el que se poseía antes.

Cabe subrayar que estudios en el sector hay poquísimos y que el presente retoma las propiedades más fundamentales del sitio, interactuando con la población, haciéndose parte del lugar que le da más credibilidad al análisis, de esa forma se ha realizado lo cual luego se muestra al costado de sugerencias que se piensan de mucha trascendencia para el fomento de una totalmente nueva potencia turística, es por esto que la ejecución de dicho trabajo tiene una composición de marketing que nos direcciona a tener un panorama más abierto al que se poseía.

Además, se toma presente que hablamos de salvar un llamativo que no es bastante aprovechado por la misma sociedad como fuente generadora de empleos para los mismos pobladores del lugar, esto se debería al poco apoyo de las mismas autoridades, empero por medio de esta averiguación hablamos de destacar lo positivo para que dichas autoridades aporten su granito de arena

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

La ejecución de la presente tesina tiene como objetivo promocionar los diferentes recursos turísticos del Cantón Las Naves dando a conocer sus recursos, gastronómicos, naturales y culturales de las cascadas de San Mateo que cuentan con una gigantesca diversidad biológica

Actualmente la carencia de información fue dañina para fomentar el incremento y desarrollo del cantón Por medio del proyecto de marketing se pretende favorecer de manera directa a la sociedad por medio de la captación de turista.

Aumentando puestos de trabajos para su población, y al GAD Municipal esto además va a generarle ingresos para que ellos mejoren el llamativo y que este sea conservado para las futuras generaciones, para evadir que los individuos que viven en el cantón y en la misma sociedad no migren a otros destinos del mismo territorio.

Por las causas expuestas previamente se crea la necesidad de hacer una estrategia de marketing turístico para la sociedad San Mateo en el cantón Las Naves para de esta forma obtener novedosas alternativas de turismo que posibilite mejorar la imagen del cantón.

OBJETIVO GENERAL

➤ Desarrollar un plan de marketing turístico en la comunidad de las cascadas San Mateo en el Cantón Las Naves año 2021.

SUSTENTO TEÓRICO

Cantón Las Naves

Las Naves, Ecuador, es un cantón de la provincia de Bolívar. El cantón que está en el trópico bolivarense y disfruta de un clima paradisiaco de la misma forma que la calidez de su gente

Datos relevantes del cantón Las Naves. Está localizado a 88 km en el noroccidente de la localidad de Guaranda, provincia de Bolívar, su cabecera cantonal es la urbe de Las Naves.

Se crea por medio de decreto legislativo el 6 de agosto de 1992. Distinguida por ser una región productora de café, cacao, naranja, maracuyá, arroz, maíz y otros productos no clásicos como la papaya, ají tabasco, sábila, entre otros.

El nombre de Las Naves es por cuanto, años atrás, los habitantes de este sector solían tener pequeñas embarcaciones para navegar por las aguas del flujo de agua Suquibí, al cual aguas debajo se conecta con el Babahoyo para conformar el caudaloso Guayas, siendo en esos tiempos el exclusivo medio de transporte para la venta de sus productos y la permanencia misma poblacional. Una segunda versión atribuye a que la población está cercada por 3 ríos hoy llamados Naves Enorme, Naves Joven y Suquibí. (viajando, 2020)

Cascadas de San Mateo

Plan de Marketing

Este es otro elemento del plan de negocios que define los principales objetivos de la obra y define los aspectos económicos y técnicos de la inversión antes de que entre en funcionamiento.

Al desarrollar un plan de marketing, la empresa considera el entorno de un nuevo proyecto, lo que le permite confrontar y predecir sus características y desarrollos. Por ello, es muy importante que lo tengan a la hora de prepararse para un nuevo trabajo

Presentar la situación actual en forma de análisis de los objetivos marcados por la empresa con la ayuda de un plan de marketing. Estos se lograrán mediante la aplicación de diversas estrategias de marketing apoyadas por la empresa.

Como elaborar un plan de Marketing

Este documento detalla los diferentes procesos o etapas en los que se basa la planificación: análisis de situación, establecimiento de objetivos, elaboración y selección de estrategias, plan de acción, método de presupuestación y control.

Antes de prepararse, es necesario analizar el mercado para capturar todo lo que ha aprendido en el plan de marketing. Detalla los pasos que el creador del proyecto debe seguir en el proyecto y qué esperar de estas etapas en términos de posibles costos, beneficios, tiempo dedicado al proyecto y recursos dedicados a él. Gracias a la elaboración de este plan, queda claro lo que debe lograr el proyecto y el camino a seguir. Por lo tanto, es fundamental comprender el estado actual de la empresa y las acciones que deben tomarse para lograr estos objetivos. Es una herramienta de gestión imprescindible que las empresas deben tener si quieren competir. Mediante el estudio y la recopilación de datos del entorno (mercado, competencia...), podremos identificar las diferentes etapas de planificación y los recursos en los que invierte la empresa.

Las variables que considerará su plan de marketing son producto, distribución, precio y comunicación. En otras palabras, el plan de marketing utiliza lo que se conoce como marketing

mix para crear la serie de planes a través de los cuales finalmente se realizará su proyecto. Esto significa que se detallan variables de marketing específicas. De esta forma, todas las herramientas del marketing mix se integran y coordinan para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa, dando como resultado un plan de marketing.

Fases en la elaboración del Plan de Marketing.

Al desarrollar un plan de marketing, debe seguir un proceso sistemático que consta de una serie de pasos que deben seguirse de forma secuencial. Cada una de estas fases o fases se pueden identificar con preguntas específicas que se deben responder durante cada fase del programa:

Diagnóstico: ¿Dónde estamos hoy? ¿Por qué? ¿Cuáles son las tendencias actuales y los requisitos del mercado? Predicción: ¿dónde estaremos en el futuro si continúa? ¿Qué suposiciones se pueden hacer para el futuro de la empresa?

Meta: ¿Hacia dónde queremos ir realmente en el futuro? ¿Cuál es el beneficio, los ingresos o el volumen a lograr?

Estrategia: ¿Cuál es la mejor manera de lograr tus objetivos? ¿Cuáles son los factores clave de éxito? Actividad: ¿Qué acciones específicas deben tomarse? ¿Para quien? ¿cuando el?

Auditoría: ¿Qué se debe hacer para verificar si el plan avanza según lo planeado? Para que un plan tenga éxito, debe ser lo más real y realista posible, ya que a la hora de establecer objetivos es necesario definirlos claramente para que los métodos de trabajo en el campo del marketing sean realistas.

Además, dado que el entorno actual es más dinámico que nunca, la planificación flexible también es importante. (economipedia.com, 2018)

Turismo de Aventura

El turismo de aventura es un subsegmento del turismo de naturaleza (anteriormente conocido como turismo alternativo), un tipo de turismo que se diferencia del turismo tradicional de "sol y playa" o "negocios" y en su mayoría son todos menos invasivos y más beneficiosos.

El turismo de naturaleza, especialmente el turismo de aventura, permite al usuario desafiar sus capacidades físicas en ambientes naturales (tierra, agua, aire) porque es en estos espacios donde se desarrollan con fuerza. Como territorio rico en condiciones biológicas, climáticas y geográficas, México permite a los visitantes encontrar muchas oportunidades de crecimiento.

El turismo de aventura es el turismo que utiliza activamente los recursos naturales.

El turismo de aventura ha crecido y se ha desarrollado en los últimos años y la demanda de este tipo de incentivos ha obligado a los proveedores de servicios de viajes a buscar más opciones para satisfacer las necesidades de sus clientes. La gente quiere oportunidades de viajes de aventura para participar en viajes exploratorios o potencialmente riesgosos, en cuyo caso el uso de habilidades tanto físicas como mentales es inevitable. (entornoturistico, 2017)

Cascada

Se llama cascada, cascada, catarata, cascada o cascada gigante y se refiere a la parte del cauce donde el agua cae verticalmente bajo la acción de la gravedad debido al cauce irregular del río o canal fuerte. Las cascadas son consideradas uno de los fenómenos naturales más bellos. Algunas cascadas se utilizan para generar electricidad.

En español se utilizan varios términos para describir este tipo de accidentes, como caídas, saltos, cascadas, cataratas, rápidos, rápidos o motos acuáticas, pero no están bien definidos ni científicamente establecidos. El término cascada se usa para describir la caída desde cierta altura en un río u otro arroyo debido a un flujo irregular repentino cuando es una cascada muy grande o fuerte, la llamamos cascada. En cualquier caso, la compatibilidad entre los nombres y las descripciones de las características no siempre es fácil, y muchas cascadas son en realidad cascadas porque es difícil determinar cuándo usar el singular y el plural como descripción (p. ej., "catarata de Paulo Afonso" vs. . . "Cataratas del Niágara") y cuando se utiliza "de" o "del" ("Cataratas del Ángel" frente a "Cataratas de Tugel"). También usa sonidos de otros idiomas como cachoeira, tobogán o cascada.

Las cascadas son sistemas dinámicos que varían según la estación y año tras año, aunque este último solo es visible a escala geológica. Vienen en una variedad de formas (por ejemplo, sus cascadas son verticales o a lo largo de pendientes pronunciadas, etc.), determinadas por el volumen del agua, la altura de la cascada, el ancho del lecho del río y la configuración de la pared entre ellos. El fluido al que fluye depende del tipo de roca y de las diferentes capas sobre las que se apila.

Havasu Falls, Arizona, EE. UU., un ejemplo de una cascada que cae. Una de las cascadas más famosas del mundo son las Cataratas del Iguazú - 275 saltos de agua de diferentes alturas ubicados entre Argentina y Brasil - Cataratas del Niágara - ubicadas en la frontera de Estados Unidos y Canadá con un caudal de 11.000 metros cúbicos/s - Yosemite Las cataratas en California, con una profundidad de 739 metros, son famosas por su belleza- y el Salto Ángel en Venezuela, con 979 metros (807 metros en descenso continuo), son los saltos de agua más altos del mundo.

Por lo tanto, también hablamos del colapso del hielo, donde el agua se congela para formar cascadas escarpadas. Esto suele ocurrir cuando la corriente es muy pequeña y a su vez se congela, provocando que la estructura del hielo crezca unos -4 grados. (wikipedia, 2016)

Implementación

La implementación es la implementación de procesos y estructuras específicos en el sistema. Por lo tanto, representa el nivel más bajo en la transición de un nivel abstracto a un nivel más concreto.

¿Cómo se implementa el proyecto? ¿Cómo se implementa el proyecto? Después de que los resultados de la evaluación del proyecto estén disponibles, si los resultados son convincentes y se determina la factibilidad, el siguiente paso es abordar la implementación del proyecto, que por supuesto debe estar respaldado por un plan específico definido y en orden cronológico. su implementación. hacerse Desempeñar deberes para lograr los objetivos del programa, como lo demuestran los procedimientos legales, administrativos y financieros. La implementación es donde las personas responsables de las diferentes actividades trabajan para llevar a cabo las actividades descritas en el plan, por lo que la ejecución es una etapa importante en la gestión del proyecto porque la implementación de las actividades es muy importante. Las políticas, los reglamentos y los planes están incluidos en el plan.

El despliegue es una fase completamente operativa y es muy importante porque en muchos casos lo planificado y aprobado falla al no poder ejecutarse correctamente, de ahí que la implementación secundaria dependa en gran medida de los socios del proyecto de implementación, la optimización de los recursos y el buen trato con las entidades económicas. principalmente la ejecución del proyecto, debe estar respaldada por la organización y orientación de todos los participantes implícitos.

Aspectos de la Implementación

Por lo tanto, la calidad del desempeño al momento de la puesta en marcha del proyecto está influenciada por:

- Los recursos deben gestionarse de forma eficaz.
- Los miembros del equipo deben definir claramente qué información leer al iniciar y planificar un proyecto.
- Los gerentes de proyecto deben monitorear el progreso y proporcionar soluciones inmediatas para los retrasos.
- A menudo, los desequilibrios en la programación se deben a que el tiempo estimado no se excede en comparación con el tiempo realmente utilizado para ejecutar.
- Estar al tanto de cualquier problema que se presente para asegurar soluciones efectivas y oportunas. Cualquier cambio realizado debe ser plenamente identificado y controlado.

Retos de la Implementación

Recuerde que la ejecución es la etapa de la gestión de proyectos y todo lo que resulta de la fase de planificación se hace, controla y pone en práctica, por lo que, a la hora de intentar ejecutar un proyecto, lo mejor es tener en cuenta los retos más comunes:

Cuando se está ejecutando un proyecto, es esencial definir claramente las fases del alcance, ya que esto evita distracciones durante la ejecución.

Uno de los desafíos notables es el uso de métodos y herramientas, y aunque hay muchos, aún se deben seleccionar procedimientos simples, prácticos y sistemáticos.

Es muy importante establecer expectativas, tener prioridades en cada proyecto, por lo que estas tareas se realizarán primero para un mejor impacto en tiempo y desarrollo.

Cada equipo que trabaja en el proyecto debe comunicarse de manera efectiva, y los canales deben ser diversos y fluir continuamente dentro del equipo

Adaptarse a los cambios imprevistos es un reto que hay que vigilar con atención porque, aunque se haya planificado adecuadamente, siempre hay situaciones, eventos o situaciones que no se quieren controlar, por lo que la capacidad de adaptarse a estas imprevisibilidades determinar el éxito o el fracaso del proyecto (taskenter, s.f.)

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Desde un punto de vista analítico, el proceso metodológico realizado en este trabajo será de carácter cualitativo, en el cual se evaluarán los criterios relacionados con el efecto a la implementación de un plan de marketing en las cascadas de SAN MATEO en el cantón LAS NAVES, el impacto de estos referidos a la recepción de turistas, así como la definición de prioridades para el turismo en la localidad.

Las técnicas bibliográficas nos permitirán realizar los análisis necesarios, teniendo en cuenta los avances en el tiempo, las medidas tomadas en cada caso, e identificar similitudes muy importantes.

El análisis de cada referencia será un punto de experiencia e identificará a nuestra asociación como un proyecto importante para que nuestra gente tenga los conocimientos suficientes para ofrecer sus servicios en el sector del turismo sostenible. El instrumento utilizado en la investigación realizada fue un cuestionario que consta de 10 preguntas.

ENCUESTA

El instrumento utilizado en la investigación realizada fue un cuestionario que consta de 10 preguntas.

ENCUESTA DIRIGIDO A: Habitantes y Autoridades del Cantón LAS NAVES.

OBJETIVO: Desarrollar un plan de marketing turístico en la comunidad de las cascadas San Mateo en el Cantón Las Naves año 2021

INDICACIONES: Favor indicar con una X la alternativa que Ud. considere pertinente, sírvase a contentar con veracidad ya que la información que Ud. provee será de gran ayuda para llevar a cabo el presente trabajo de investigación.

Conteste las siguientes preguntas

1.- ¿Está Ud. de acuerdo en que el cantón Las Naves, las cascadas de SAN MATEO son un recurso turístico que aportaría como fuente de ingreso y generador de turismo?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

2.- ¿Considera Ud. que se puede aprovechar los recursos de las cascadas de SAN MATEO a fin de convertirla en un atractivo receptivo de la actividad turística?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

3.- ¿Qué tipo de recursos considera Ud. Que son los más importantes, y abundantes que se pueden encontrar en las cascadas de SAN MATEO?

Naturales Culturales
(Montes, Miradores, Senderos, Flora, Fauna) (Gastronomía, Iglesias, Fiestas, Parques, Muebles.)

4.- ¿Está Ud. de acuerdo que es importante para los habitantes del lugar explotar turísticamente los recursos que se puedan encontrar en las cascadas de SAN MATEO?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

5.- ¿Considera Ud. que el alcalde del cantón LAS NAVES de turno ha logrado implementar las diferentes medidas para ejecutar actividades turísticas en la comunidad de SAN MATEO?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

6.- ¿Está Ud. de acuerdo en que el desarrollo de las actividades turística realizadas o próximas a realizarse influyan a mejorar la calidad de vida de sus habitantes?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

7.- ¿Cree usted que es necesario la implementación de estrategias de marketing para planificar un proyecto cuyo objetivo sea sacarle potencial a las cascadas de SAN MATEO?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

8.- ¿Considera que el COVID 19 es uno de los principales factores que influyo en la poca afluencia de turistas?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

9.- ¿Considera Ud. que es importante el aprovechamiento de los recursos con que cuenta el lugar para el desarrollo de actividades que dinamicen la economía local?

Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

10.- ¿Considera Ud. que el cantón LAS NAVES en base a las cascadas de SAN MATEO puede ofrecer a la Provincia y el País un mayor impulso al turismo?

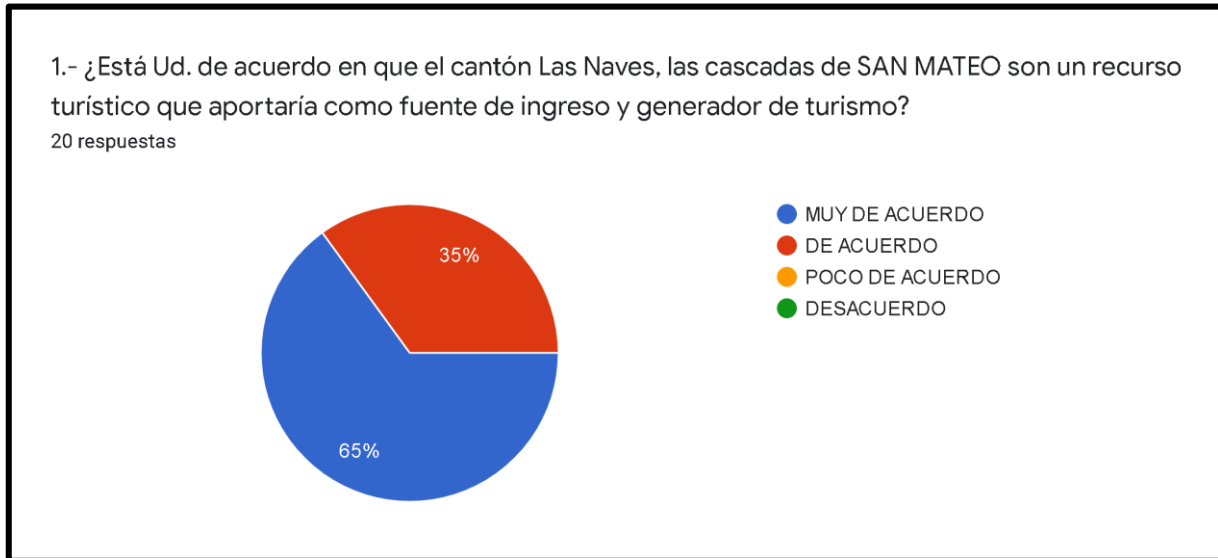
Muy de acuerdo De acuerdo Poco de acuerdo Desacuerdo

Firma:

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN ¡

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

PREGUNTA 1



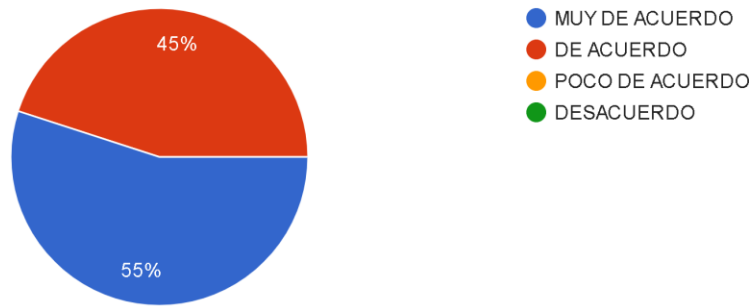
ANÁLISIS

Los habitantes del cantón LAS NAVES están muy de acuerdo un 65% de los encuestados y un 35% están de acuerdo que las cascadas de SAN MATEO son un aporte de ingreso económico y generador de turismo.

PREGUNTA 2

2.- ¿Considera Ud. que se puede aprovechar los recursos de las cascadas de SAN MATEO a fin de convertirla en un atractivo receptivo de la actividad turística?

20 respuestas



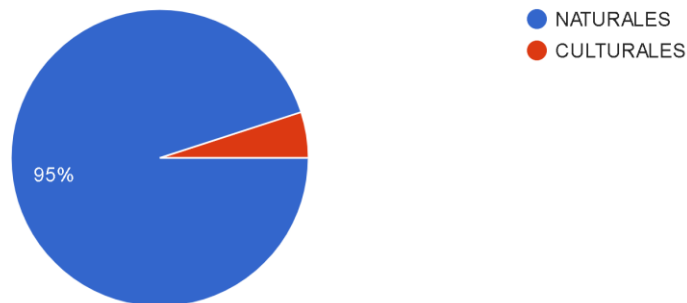
ANALISIS

Según los encuestados un 55% de los encuestados está muy de acuerdo que las cascadas de SAN MATEO puede ser un atractivo receptivo de la actividad turística y un 45% está de acuerdo.

PREGUNTA 3

3.- ¿Qué tipo de recursos considera Ud. Que son los más importantes, y abundantes que se pueden encontrar en las cascadas de SAN MATEO?

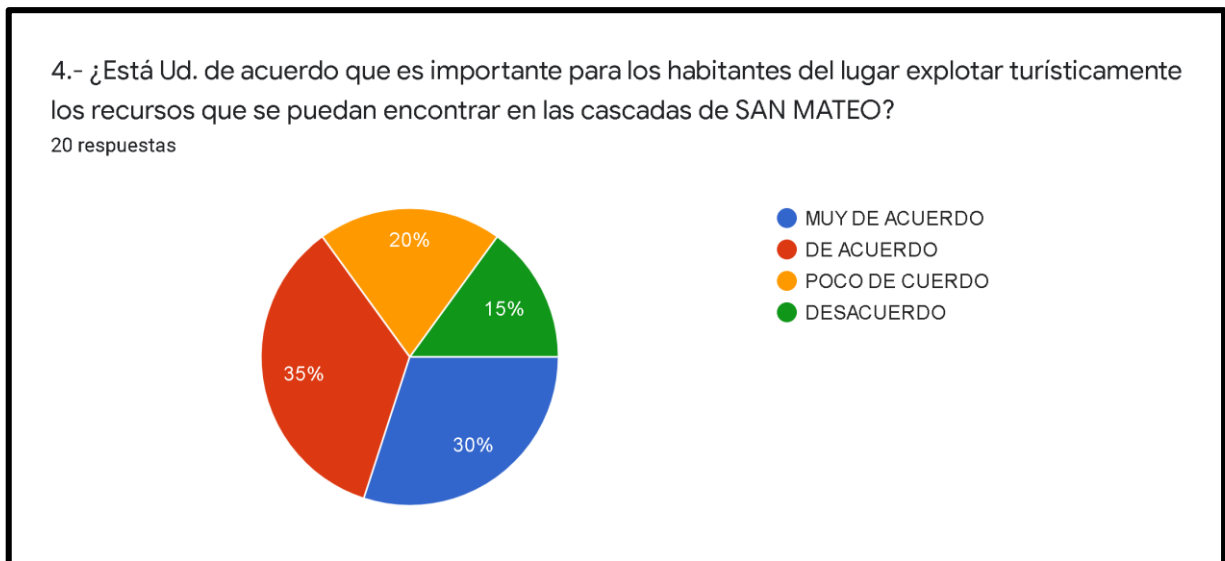
20 respuestas



ANALISIS

Según los encuestados un 95% considera que los recursos NATURALES son los más importantes y abundante y un 5% cree que son los CULTURALES.

PREGUNTA 4



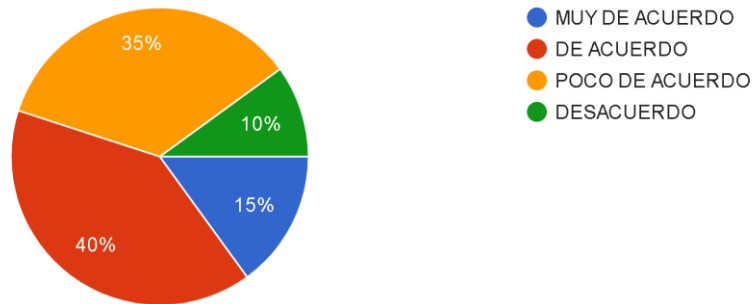
ANALISIS

Según los encuestados un 35% está de acuerdo, un 30% está muy de acuerdo, un 20% poco de acuerdo y un 15% desacuerdo en que se deba explotar el sitio turísticamente.

PREGUNTA 5

5.- ¿Considera Ud. que el alcalde del cantón LAS NAVES de turno ha logrado implementar las diferentes medidas para ejecutar actividades turísticas en la comunidad de SAN MATEO?

20 respuestas



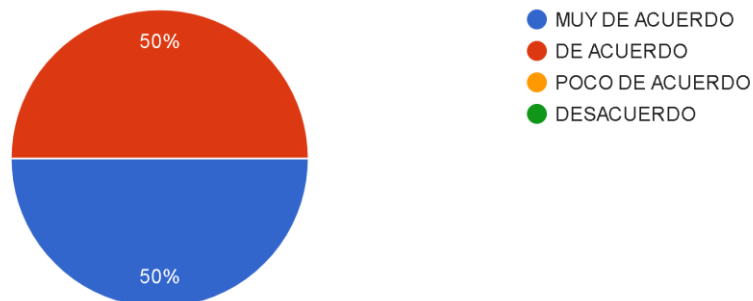
ANALISIS

Según los encuestados un 40% está de acuerdo, un 35% poco de acuerdo, un 15% muy de acuerdo y un 10% está en desacuerdo que el alcalde de turno haya logrado implementar las diferentes medidas para ejecutar actividades turísticas en las cascadas de SAN MATEO.

PREGUNTA 6

6.- ¿Está Ud. de acuerdo en que el desarrollo de las actividades turística realizadas o próximas a realizarse influyan a mejorar la calidad de vida de sus habitantes?

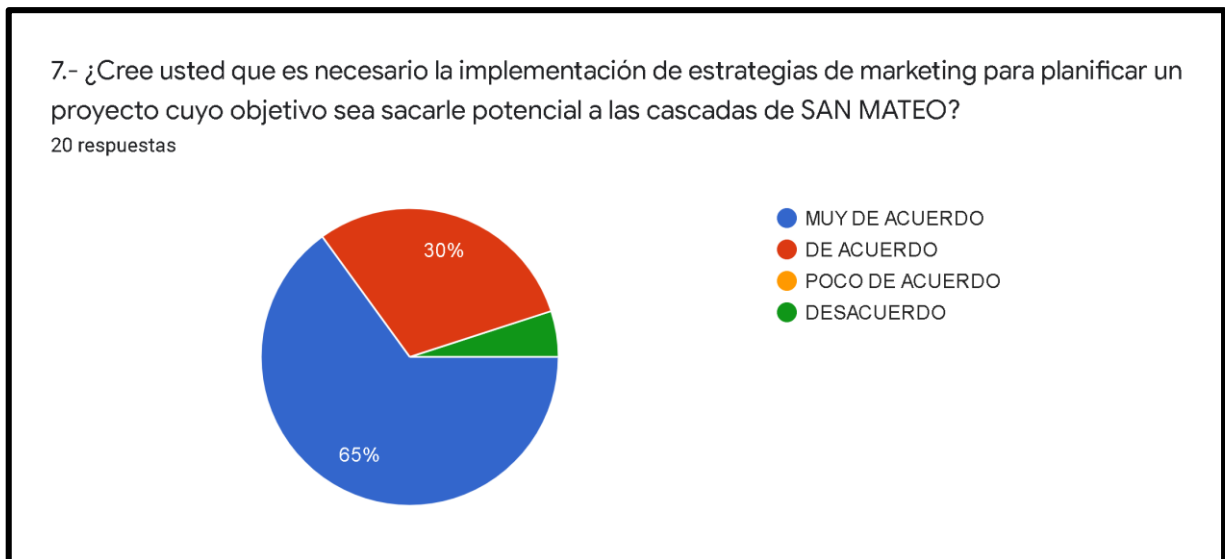
20 respuestas



ANÁLISIS

Según los encuestados un 50% está muy de acuerdo y el otro 50% está de acuerdo en que el desarrollo de actividades turísticas y las que estén por realizarse influirán en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de SAN MATEO.

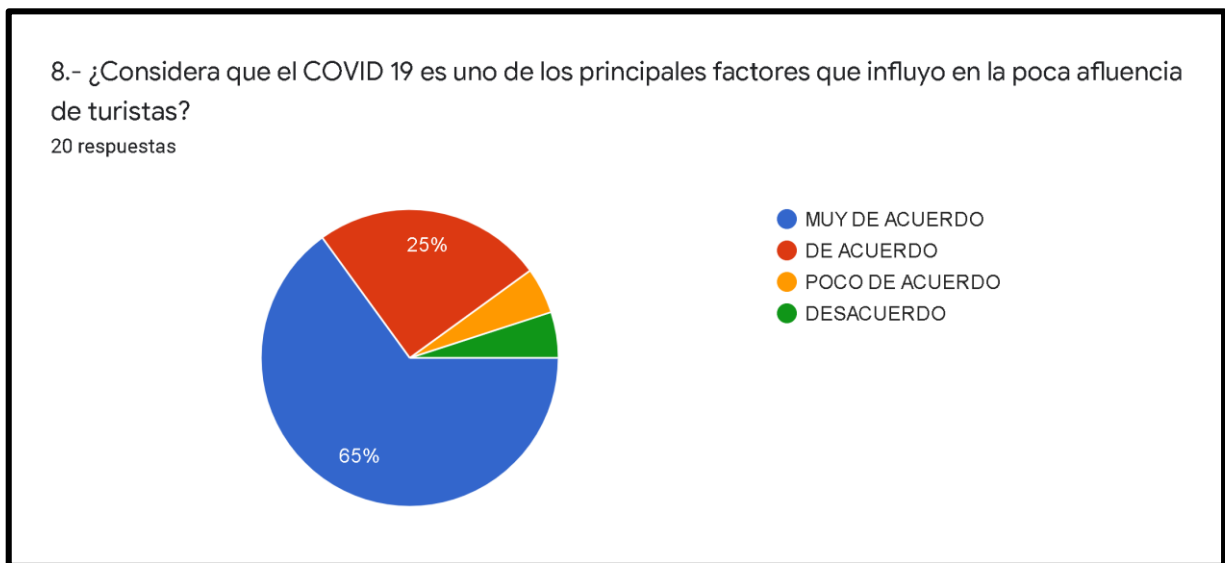
PREGUNTA 7



ANÁLISIS

Según el análisis de encuesta un 65% de los encuestados está muy de acuerdo, un 30% está de acuerdo y un 5% está en desacuerdo con la implementación de un plan de marketing para planificar y sacarle el potencial a las cascadas de SAN MATEO.

PREGUNTA 8



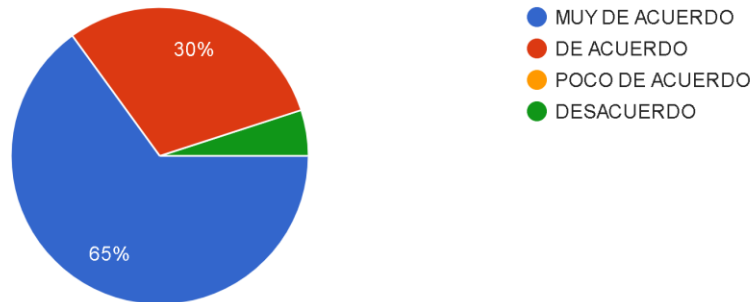
ANÁLISIS

Según los encuestados un 65% está muy de acuerdo, un 25% de acuerdo, un 5% poco de acuerdo y un 5% desacuerdo que el covid 19 sea uno de los principales factores que influyo en la poca afluencia de turistas.

PREGUNTA 9

9.- ¿Considera Ud. que es importante el aprovechamiento de los recursos con que cuenta el lugar para el desarrollo de actividades que dinamicen la economía local?

20 respuestas



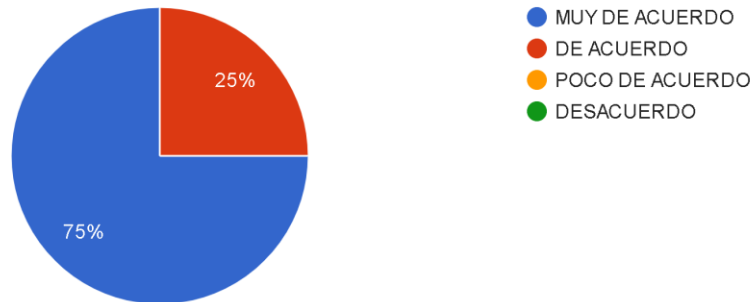
ANÁLISIS

Según los encuestados un 65% está muy de acuerdo, un 30% de acuerdo y un 5% desacuerdo en el aprovechamiento de los recursos para el desarrollo de actividades y que dinamicen la economía local.

PREGUNTA 10

10.- ¿Considera Ud. que el cantón LAS NAVES en base a las cascadas de SAN MATEO puede ofrecer a la Provincia y el País un mayor impulso al turismo?

20 respuestas



ANÁLISIS

Según los encuestados un 75% muy de acuerdo y un 25% de acuerdo en que la cascada de SAN MATEO puede ofrecer a la provincia y el país un mayor impulso turístico.

CONCLUSIONES

La investigación o proyecto de tesina permite extraer las siguientes conclusiones:

- De los resultados obtenidos en la encuesta se concluye que en cantón LAS NAVES, en la comunidad de SAN MATEO no existe una promoción adecuada de los recursos que ofrecen como son sus cascadas por lo tanto en estas circunstancias la afluencia de turistas se encuentra en descenso.
- Se deduce que la comunidad de SAN MATEO no aplica estrategias de marketing descuidando lo principal que es el dar a conocer al turista los diferentes atractivos del sitio.
- Si los participantes de la comunidad consideran que se debe dar una nueva alternativa de productos y servicio para atraer a más turistas se lo debería de hacer.
- De acuerdo con las encuestas realizadas se concluye que la comunidad de SAN MATEO debe tomar en cuenta como punto principal en la promoción de las cascadas como nuevo producto para su comercialización ya que la mayor parte de personas no conocen muy bien el sitio.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

economipedia.com. (2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-marketing.html>

entornoturistico. (2017). *entornoturistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-aventura/>

taskenter. (s.f.). *taskenter*. Obtenido de <https://www.taskenter.com/blog/nwarticle/57/1/que-es-la-implementacion-de-un-proyecto>

viajandox. (2020). *visjandox*. Obtenido de <https://ec.viajandox.com/bolivar/las-naves-C251>

wikipedia. (2016). *es.wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Cascada>