



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
“CORDILLERA”

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA**

PLAN DE MARKETING EN EL CANTÓN LA MANÁ EN LA PROVINCIA DE  
COTOPAXI PARA LA DIFUSIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO DEL SECTOR

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga en:

Administración Hotelera y Turística

**Autora:** Jessica Elizabeth Robalino Sigcha

**Tutor:** Ing. Rafael Elizalde

Quito, Septiembre 2015



## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que se ha llegado son de absoluta responsabilidad del autor.

---

**Jessica Elizabeth Robalino Sigcha**

**C.I.: 172342104-4**

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, Jessica Elizabeth Robalino Sigcha alumna de la Escuela de Administración Turística y Hotelera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

**Jessica Elizabeth Robalino Sigcha**

**CI 172342104-4**

## **CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL**

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, la estudiante **Jessica Elizabeth Robalino Sigcha**.

Por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el **"CEDENTE"**; y, por otra parte, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se le denominará el **"CESIONARIO"**, Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.- a)** El cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de **ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**, que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Turística Hotelera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **"PLAN DE MARKETING EN EL CANTÓN LA MANÁ EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI PARA LA DIFUSIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO DEL SECTOR"**, un paquete turístico del sector. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del paquete turístico, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.**- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.) El Cesionario podrá explotar el paquete turístico, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar, prohibir, entre otros: **a)** La reproducción del paquete turístico por cualquier forma o procedimiento; **b)** La comunicación pública del paquete turístico; **c)** la distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, del paquete turístico; **e)** La protección y registro en el IEPI del paquete turístico, a nombre del Cesionario; **f)** Ejercer la protección jurídica del paquete turístico; **g)** Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACION DEL CEDENTE.**- El Cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización, que es el objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.**- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que derivan al mismo.

**QUINTA: PLAZO.**- La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un mediador del centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a la dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del centro de Arbitraje y Mediación de la cámara de Comercio de Quito, y a las siguientes normas: **a)** El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; **b)** Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; **c)** Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; **d)** El procedimiento será confidencial y en derecho; **e)** El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito, **f)** El idioma de arbitraje será el español; y, **g)** La reconvencción, en caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SEPTIMA: ACEPTACION.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 22 días del mes de Octubre del dos mil quince.



f) \_\_\_\_\_

f) \_\_\_\_\_

**Jessica Elizabeth Robalino Sigcha**

**Instituto Superior Tecnológico Cordillera**

**C.C. No. 1723421044**

**CEDENTE**

**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto entre el tutor asignado y mi persona. Por esto agradezco al Ing. Rafael Elizalde, quien con su carisma y amplio conocimiento logró despertar en mí el interés de culminar el proyecto de grado; en conjunto con risas y bromas este trabajo no fue una tarea más, sino un impulso para luchar por el desarrollo y difusión turística en el Ecuador.

## **DEDICATORIA**

El desarrollo de este proyecto está dedicado a mis padres, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir mis metas propuestas. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir, no solo de manera personal, sino para mis hermanos y familia en general.

## ÍNDICE GENERAL

|                |   |             |
|----------------|---|-------------|
|                | <b>PORTADA.....</b>   |             |
|                | <b>CARÁTULA.....</b>  |             |
|                | <b>DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR.....</b>              | <b>i</b>    |
|                | <b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....</b>                 |             |
|                | <b>DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN.....</b>    | <b>v</b>    |
|                | <b>AGRADECIMIENTO.....</b>  | <b>ix</b>   |
|                | <b>DEDICATORIA.....</b>   | <b>x</b>    |
|                | <b>ÍNDICE GENERAL.....</b>  | <b>xi</b>   |
|                | <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>                                      | <b>xiii</b> |
|                | <b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>                                     | <b>xiv</b>  |
|                | <b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>                                     | <b>xv</b>   |
|                | <b>ABSTRACT.....</b>  | <b>xvi</b>  |
|                | <b>INTRODUCCIÓN.....</b>  | <b>xvii</b> |
|                | <b>CAPÍTULO I.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>1.0</b>     | <b>ANTECEDENTES.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>1.01</b>    | <b>Contexto.....</b>  | <b>1</b>    |
| <b>1.02</b>    | <b>Justificación.....</b>   | <b>3</b>    |
| <b>1.03</b>    | <b>Definición del Problema central (Matriz T).....</b>            | <b>4</b>    |
|                | <b>CAPÍTULO II.....</b>   | <b>8</b>    |
| <b>2.0</b>     | <b>ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....</b>                              | <b>8</b>    |
| <b>2.01</b>    | <b>Matriz de Análisis de Involucrados.....</b>                    | <b>10</b>   |
|                | <b>CAPÍTULO III.....</b>  | <b>19</b>   |
| <b>3.0</b>     | <b>PROBLEMAS Y OBJETIVOS.....</b>                                 | <b>19</b>   |
| <b>3.01</b>    | <b>Árbol de Problemas.....</b>                                    | <b>19</b>   |
| <b>3.02</b>    | <b>Árbol de Objetivos.....</b>                                    | <b>22</b>   |
|                | <b>CAPÍTULO IV.....</b>   | <b>24</b>   |
| <b>4.0</b>     | <b>ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.....</b>                              | <b>24</b>   |
| <b>4.01</b>    | <b>Matriz de Análisis de Alternativas.....</b>                    | <b>24</b>   |
| <b>4.02</b>    | <b>Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....</b>        | <b>26</b>   |
| <b>4.03</b>    | <b>Diagrama de Estrategias.....</b>                               | <b>29</b>   |
| <b>4.04</b>    | <b>Marco Lógico.....</b>  | <b>32</b>   |
|                | <b>CAPÍTULO V.....</b>  | <b>37</b>   |
| <b>5.0</b>     | <b>PROPUESTA.....</b>   | <b>37</b>   |
| <b>5.01</b>    | <b>Antecedentes.....</b>  | <b>37</b>   |
| <b>5.01.01</b> | <b>Análisis FODA.....</b>   | <b>41</b>   |
| <b>5.01.02</b> | <b>Investigación de Mercados.....</b>                             | <b>41</b>   |
| <b>5.01.03</b> | <b>Instrumentos de la Investigación.....</b>                      | <b>43</b>   |
| <b>5.01.04</b> | <b>Población y Muestra.....</b>                                   | <b>43</b>   |
| <b>5.01.05</b> | <b>Análisis de la Información.....</b>                            | <b>44</b>   |
| <b>5.02</b>    | <b>Descripción.....</b>   | <b>62</b>   |
| <b>5.03</b>    | <b>Formulación del proceso de aplicación de la propuesta.....</b> | <b>63</b>   |



|             |  |           |
|-------------|--|-----------|
|             | <b>CAPÍTULO VI.....</b>                    | <b>71</b> |
| <b>6.0</b>  | <b>ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....</b>       | <b>71</b> |
| <b>6.01</b> | <b>Recursos.....</b>                       | <b>71</b> |
| <b>6.02</b> | <b>Presupuesto.....</b>                    | <b>73</b> |
| <b>6.03</b> | <b>Cronograma.....</b>                     | <b>74</b> |
|             | <b>CAPÍTULO VII.....</b>                   | <b>77</b> |
| <b>7.0</b>  | <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b> | <b>77</b> |
| <b>7.01</b> | <b>Conclusiones.....</b>                   | <b>77</b> |
| <b>7.02</b> | <b>Recomendaciones.....</b>                | <b>78</b> |
| <b>8.0</b>  | <b>ANEXOS.....</b>                         | <b>80</b> |
| <b>8.01</b> | <b>Modelo de la encuesta aplicada.....</b> | <b>80</b> |
| <b>8.02</b> | <b>Anexos Fotográficos.....</b>            | <b>82</b> |
| <b>9.0</b>  | <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>                   | <b>90</b> |



## ÍNDICE DE TABLAS

|                 |  |           |
|-----------------|--|-----------|
| <b>Tabla 1</b>  | <b>Matriz T.....</b>                           | <b>7</b>  |
| <b>Tabla 2</b>  | <b>Matriz de Análisis de Involucrados.....</b> | <b>15</b> |
| <b>Tabla 3</b>  | <b>Matriz de Análisis.....</b>                 | <b>18</b> |
| <b>Tabla 4</b>  | <b>Matriz de Análisis de Alternativas.....</b> | <b>25</b> |
| <b>Tabla 5</b>  | <b>Matriz de Análisis de Impacto.....</b>      | <b>27</b> |
| <b>Tabla 6</b>  | <b>Matriz de Marco Lógico.....</b>             | <b>32</b> |
| <b>Tabla 7</b>  | <b>Análisis FODA.....</b>                      | <b>41</b> |
| <b>Tabla 8</b>  | <b>Alojamiento.....</b>                        | <b>66</b> |
| <b>Tabla 9</b>  | <b>Atractivos turísticos.....</b>              | <b>67</b> |
| <b>Tabla 10</b> | <b>Restaurantes.....</b>                       | <b>67</b> |
| <b>Tabla 11</b> | <b>Transporte.....</b>                         | <b>68</b> |
| <b>Tabla 12</b> | <b>Oferta y Demanda.....</b>                   | <b>68</b> |
| <b>Tabla 13</b> | <b>Presupuesto Turista.....</b>                | <b>70</b> |
| <b>Tabla 14</b> | <b>Presupuesto.....</b>                        | <b>75</b> |
| <b>Tabla 15</b> | <b>Cronograma.....</b>                         | <b>75</b> |



## ÍNDICE DE FIGURAS

|                  |                                     |           |
|------------------|-------------------------------------|-----------|
| <b>Figura 1</b>  | <b>Mapeo de involucrados.....</b>   | <b>9</b>  |
| <b>Figura 2</b>  | <b>Árbol de Problemas.....</b>      | <b>21</b> |
| <b>Figura 3</b>  | <b>Árbol de objetivos.....</b>      | <b>23</b> |
| <b>Figura 4</b>  | <b>Diagrama de Estrategias.....</b> | <b>31</b> |
| <b>Figura 5</b>  | <b>Pregunta 1.....</b>              | <b>45</b> |
| <b>Figura 6</b>  | <b>Pregunta 2.....</b>              | <b>46</b> |
| <b>Figura 7</b>  | <b>Pregunta 3.....</b>              | <b>47</b> |
| <b>Figura 8</b>  | <b>Pregunta 4.....</b>              | <b>48</b> |
| <b>Figura 9</b>  | <b>Pregunta 5.....</b>              | <b>49</b> |
| <b>Figura 10</b> | <b>Pregunta 6.....</b>              | <b>50</b> |
| <b>Figura 11</b> | <b>Pregunta 7.....</b>              | <b>51</b> |
| <b>Figura 12</b> | <b>Pregunta 8.....</b>              | <b>52</b> |
| <b>Figura 13</b> | <b>Pregunta 9.....</b>              | <b>53</b> |
| <b>Figura 14</b> | <b>Pregunta 10.....</b>             | <b>54</b> |
| <b>Figura 15</b> | <b>Pregunta 1.....</b>              | <b>55</b> |
| <b>Figura 16</b> | <b>Pregunta 2.....</b>              | <b>56</b> |
| <b>Figura 17</b> | <b>Pregunta 3.....</b>              | <b>57</b> |
| <b>Figura 18</b> | <b>Pregunta 4.....</b>              | <b>58</b> |
| <b>Figura 19</b> | <b>Pregunta 5.....</b>              | <b>59</b> |
| <b>Figura 20</b> | <b>Pregunta 6.....</b>              | <b>60</b> |
| <b>Figura 21</b> | <b>Diseño logo.....</b>             | <b>71</b> |
| <b>Figura 22</b> | <b>Fanpage.....</b>                 | <b>72</b> |

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto consiste en la elaboración de un **“PLAN DE MARKETING EN EL CANTÓN LA MANÁ EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI PARA LA DIFUSIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO DEL SECTOR “**. Para lo cual se utilizarán estrategias de marketing con el fin de promocionar los atractivos turísticos del cantón La Maná.

El objetivo principal es aportar al turismo que se ejecuta en el cantón La Maná con información de sus atractivos turísticos y actividades de recreación que se pueden realizar en el sector utilizando (página de promoción, video promocional, trípticos, paquete turístico, cuñas publicitarias), esto contribuirá a la difusión de todos sus atractivos y que los turistas conozcan del potencial turístico que posee el cantón La Maná.

Se pretende orientar el proyecto a todo tipo de mercado que existe en nuestro país, utilizando en este caso un plan de marketing, el mismo que puede tener acogida a corto y largo plazo.

Para lograr lo anteriormente mencionado, se recopiló información mediante encuestas dentro del cantón.

El proyecto cuenta de siete capítulos en los que se mencionan diferentes puntos, que están relacionados con la solución que se va a dar al problema que presenta el mercado estudiado.

---

## ABSTRACT

This project involves the development of a "marketing plan LA MANA CANTONIN THE PROVINCE OF COTOPAXI FOR DIFFUSION AND TOURISM SECTOR DEVELOPMENT". For which marketing strategies will be used to promote the tourist attractions of La Maná Canton.

The main objective is to contribute to tourism that runs on the La Maná Canton with information from tourist attractions and leisure activities that can be performed in the field using (promotional page, promotional video, brochures, tour package, commercials) this will contribute to the dissemination of all its attractions and tourists to know the tourism potential of La Maná Canton.

It is intended to guide the project to all types of market that exists in our country, in this case using a marketing plan, the same host can have short and long term.

To achieve the above, information was collected through surveys within the Canton.

The project has seven chapters in which different points are related to the solution to be given to the problem with the mentioned market studied.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico en el Ecuador se ha elevado notoriamente y para beneficio de quienes conforman la población ecuatoriana. Uno de los elementos principales que contribuye para que esto suceda son las diversas estrategias de marketing que se ejecutan con la finalidad de incrementar el potencial turístico en el país.

Uno de los proyectos que en la actualidad son ejecutados por el MINTUR es el proyecto denominado All you need is Ecuador, ésta iniciativa llevó el nombre del país muy alto a nivel internacional ya que hace tan solo un año atrás fue nombrado como el mejor destino turístico verde a nivel mundial.

En el gobierno de Rafael Correa, el turismo ha tenido un realce significativo. Es importante reconocer la labor que han desempeñado las personas que conforman el Ministerio de Turismo del Ecuador, la incidencia de premios y reconocimientos que ha tenido el país ha sido constante y necesario para su desarrollo económico.

Es por ello que a nivel nacional se han implementado proyectos de desarrollo turístico y planes de marketing con el fin de promocionar las riquezas naturales y culturales que posee el país, si bien es cierto hay lugares que son conocidos, pero lamentablemente muy poco promocionados.

Es fundamental el aporte en la investigación de lugares y atractivos turísticos que no posean una adecuada promoción, para que a través de estudios investigativos se pueda identificar los lugares con mayor potencial turístico y lograr una fuente de ingreso económico tanto para la comunidad como para la población ecuatoriana en general.

El presente Plan de Marketing tiene como finalidad, aportar al desarrollo turístico de uno de los sectores poco potencializados que posee el país como es el Cantón La Maná, ubicado en la provincia de Cotopaxi.

Este cantón cuenta con atractivos turísticos que podrían ser una fuente prometedora de ingresos debido al alto potencial turístico que se puede apreciar en el sector, pero lamentablemente en la actualidad están poco promocionados.

El cantón la Maná independientemente de toda la riqueza natural que posee, goza de un agradable clima, sus habitantes provienen de todos los lugares de la patria, es decir la Maná es un Ecuador en miniatura.

Es importante el desarrollo y ejecución de este proyecto para aportar e incentivar una promoción eficaz y permanente del cantón la Maná, y a la vez sirva como precedente para otros cantones que tomen la iniciativa de realizar estudios de promoción turística para posteriormente lograr más fuentes de ingresos económicos para el sector.

## CAPITULO I

### 1.0 Antecedentes

Para el desarrollo del presente proyecto se basó en varios planes de marketing turísticos desarrollados y ejecutados en el Ecuador como lo es el Plan de marketing turístico para la ciudad de Machala; éste proyecto fue realizado por Anabel Chérrez y Pamela Herrera, estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

Otro de los planes de marketing utilizados como base para la elaboración del proyecto, fue el Diseño de un plan de marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi, éste proyecto fue realizado por Cristhian Delgado y Paola Lorentty, estudiantes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL).

La importancia del desarrollo de un plan de marketing turístico en la actualidad es cada vez más necesario, se cuenta con la materia prima, el producto turístico innato que motiva a la población a capacitarse para la realización de la promoción y difusión turística de su país, provincia, ciudad o cantón al que pertenecen, generando más fuente de ingreso económico y de empleo.

## 1.01 Contexto

“El Ecuador es un país pluriétnico, multicultural y mega diverso. Según el INEC el Ecuador tiene una superficie de 283.560 km<sup>2</sup>, y una población de 16.278.740 habitantes”. (INEC, 2015)

Con el pasar de los años el país ha ganado reconocimiento a nivel internacional en cuanto a turismo se refiere; el trabajo constante de autoridades y expertos en turismo han llevado a que el Ecuador actualmente sea considerado potencia turística.

Más allá de las innumerables riquezas que posee; el clima es un factor primordial para la visita de turistas extranjeros. Ecuador es privilegiado desde su ubicación geográfica por estar atravesada por la línea equinoccial. Se ha desarrollado diferentes planes de marketing turísticos con el fin de incrementar el desarrollo y difusión de atractivos que se encuentran en lugares estratégicos del país y con un alto potencial turístico.

Ecuador se divide en cuatro regiones naturales; Costa, Sierra, Amazonía y Región Insular. Cada región cuenta con una división política llamadas provincias, ciudades y cantones.

“La provincia de Cotopaxi es una de las más hermosas y turísticas del país, situada en la región Sierra. Está dividida políticamente en 7 cantones que son Latacunga, Salcedo, La Maná, Pujili, Saquisilí, Sigchos y Pangua”. (Vernaza, La Mana Turística, 2014)

El cantón la Maná es el paraíso escondido de la provincia de Cotopaxi, cuenta con varios atractivos turísticos que en la actualidad son muy poco promocionados.

## 1.02 Justificación

El presente proyecto tiene como finalidad aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná, por lo que se justifica la realización de un plan de marketing turístico en el sector.

Para ello es necesario concienciar a las autoridades competentes acerca de la importancia que tiene el desarrollo turístico en beneficio de la comunidad, e identificar los recursos turísticos que posee el cantón La Maná. Posteriormente realizar un levantamiento de información para constatar las falencias que se presentan en cuanto a la difusión y desarrollo turístico.

Una vez realizada la investigación es necesario elaborar las estrategias de marketing que serán utilizadas como herramientas para la solución del problema.

Es importante asegurar la difusión de éste proyecto a las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná para que éste plan se desarrolle en el sector y sirva de aporte para el turismo del cantón.

Se considera que para el desarrollo turístico del cantón La Maná debe existir una actividad promocional constante, si no existe una acción promocional y de comercialización que dirija la atención de la demanda hacia los atractivos del cantón La Maná, las probabilidades de éxito e incremento de turistas a los diferentes atractivos del cantón serían nulas.

Por ello es conveniente motivar a sus habitantes a potencializar los atractivos que poseen para afianzar aún más el desarrollo turístico del cantón.

### **1.03 Definición del problema central (Matriz T)**

#### **Análisis Matriz T**

La matriz T permite identificar la situación actual del proyecto, en este caso se identificó como problema central la Insuficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón la Maná, ante éste problema se presentan dos situaciones: una empeorada y otra mejorada. Como situación empeorada se identifica un desaprovechamiento de los recursos turísticos para una adecuada promoción, y como situación mejorada se plantea mejorar la promoción turística en el cantón la Maná.

Para la situación mejorada se plantean fuerzas impulsadoras y para la situación empeorada se identifican fuerzas bloqueadoras que pueden presentarse en el desarrollo del proyecto, junto a estas se identifica la intensidad y potencial de cambio que tienen cada una de estas fuerzas, dichas fuerzas tienen una ponderación de valores las cuales permiten identificar el nivel de potencial de cambio e intensidad siendo 1 baja, 2 media baja, 3 media, 4 media alta, 5 alta.

Como primera fuerza impulsadora está el mantener un diálogo con las autoridades del GAD Municipal sobre la importancia que tienen los atractivos turísticos para el desarrollo del turismo en la localidad; la intensidad de esta fuerza impulsadora es de 2 y el potencial de cambio es de 3. De esta fuerza impulsadora surge una fuerza bloqueadora que es un posible desinterés por parte del GAD para participar de los diálogos en las mesas de concertación; la intensidad de esta fuerza bloqueadora es de 4 y el potencial de cambio es de 2.



La segunda fuerza impulsadora es realizar un levantamiento de información de los atractivos turísticos del cantón la Maná, la intensidad de esta fuerza impulsadora es de 2 y el potencial de cambio es de 3. La fuerza bloqueadora es la carencia de información de los atractivos turísticos del cantón la Maná al momento de realizar la investigación, la intensidad de ésta fuerza es de 3 y el potencial de cambio es de 2.

La tercera fuerza impulsadora es desarrollar una investigación de mercado sobre todos los atractivos turísticos pertenecientes al cantón la Maná, la intensidad de esta fuerza impulsadora es de 2 y el potencial de cambio es de 3. La fuerza bloqueadora es detectar que los recursos no son de interés turístico para generar una demanda, la intensidad es de 3 y el potencial de cambio es de 2.

La cuarta fuerza impulsadora es estructurar un análisis FODA de los atractivos turísticos del cantón La Maná, la intensidad de esta fuerza impulsadora es de 2 y el potencial de cambio es de 2. La fuerza bloqueadora es la inaccesibilidad a los atractivos turísticos, la intensidad es de 3 y el potencial de cambio es de 2.

La quinta fuerza impulsadora es estructurar el plan de marketing, la intensidad es de 3 y el potencial de cambio es de 3. La fuerza bloqueadora es desconocer la situación actual de los atractivos, la intensidad es de 3 y el potencial de cambio es de 2.

La sexta fuerza impulsadora es elaborar material publicitario para los atractivos del cantón la Maná, la intensidad es de 3 y el potencial de cambio es 4. La fuerza bloqueadora son los limitados recursos económicos, la intensidad es de 3 y el potencial de cambio es de 2.



La séptima fuerza impulsadora es mantener una reunión con las autoridades del cantón la Maná para presentar el material publicitario de promoción turística, la intensidad es de 3 y el potencial de cambio es de 4. La fuerza bloqueadora es la dificultad al momento de establecer horarios y concretar una reunión con las autoridades competentes, la intensidad es de 4 y el potencial de cambio es de 2.

**Tabla N° 1**

**Matriz T**

| SITUACIÓN EMPEORADA   | SITUACIÓN ACTUAL  |    |   |    | SITUACIÓN MEJORADA   |
|---|---|----|---|----|--|
| Desaprovechamiento de los recursos turísticos para una adecuada promoción.  | Insuficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón la Maná |    |   |    | Mejorar la promoción turística en el cantón la Maná  |
| Fuerza Impulsadora  | I   | PC | I | PC | Fuerza Bloqueadora   |
| Mantener un diálogo con las autoridades del GAD Municipal sobre la importancia que tienen los atractivos turísticos para el desarrollo del turismo en la localidad. | 2   | 3  | 4 | 2  | Desinterés por parte del GAD para participar de los diálogos en las mesas de concertación.                       |
| Realizar un levantamiento de información de los atractivos turísticos del cantón la Maná  | 2   | 3  | 3 | 2  | Carencia de información de los atractivos turísticos del cantón la Maná al momento de realizar la investigación. |
| Desarrollar una investigación de mercado sobre todos los atractivos turísticos pertenecientes al cantón la Maná.  | 2   | 3  | 3 | 2  | Detectar que los recursos no son de interés turístico para generar una demanda.                                  |
| Estructurar un análisis FODA de los atractivos turísticos del cantón La Maná.   | 2   | 2  | 3 | 2  | Inaccesibilidad a los atractivos turísticos.   |
| Estructurar el plan de marketing  | 3   | 3  | 3 | 2  | Desconocer la situación actual de los atractivos   |
| Elaborar material publicitario para los atractivos del cantón la Maná.  | 3   | 4  | 3 | 2  | Limitados recursos económicos.   |
| Mantener una reunión con las autoridades del cantón la Maná para presentar el material publicitario de promoción turística.   | 3   | 4  | 4 | 2  | Dificultad al momento de establecer horarios y concretar una reunión con las autoridades competentes.            |

**Elaborado por:** Jessica Robalino.

## CAPITULO II

### 2.0 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

#### 2.01 Mapeo de Involucrados

##### Análisis Mapeo de Involucrados

En el centro se muestra el problema central que es la insuficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón la Maná, partiendo de este problema central surgen dos actores que son directos e indirectos que son las personas o entidades que se beneficiarán directa o indirectamente con el desarrollo del proyecto. El principal Actor directo es el Estado dentro del cual se encuentra el GAD Municipal del cantón la Maná, el Ministerio de Turismo, el Gobierno Provincial y el Ministerio del Ambiente. Dentro de los Actores Indirectos se encuentran dos principales que son la Comunidad y los turistas; dentro de la Comunidad se encuentran los guías y los prestadores de servicios turísticos. A partir del problema se desencadenan 4 actores que podrían ser directos e indirectos los cuales son: la senecyt, el Instituto Cordillera, la Carrera de Administración Turística y Hotelera del Instituto Cordillera, el investigador que es quien realiza el proyecto.

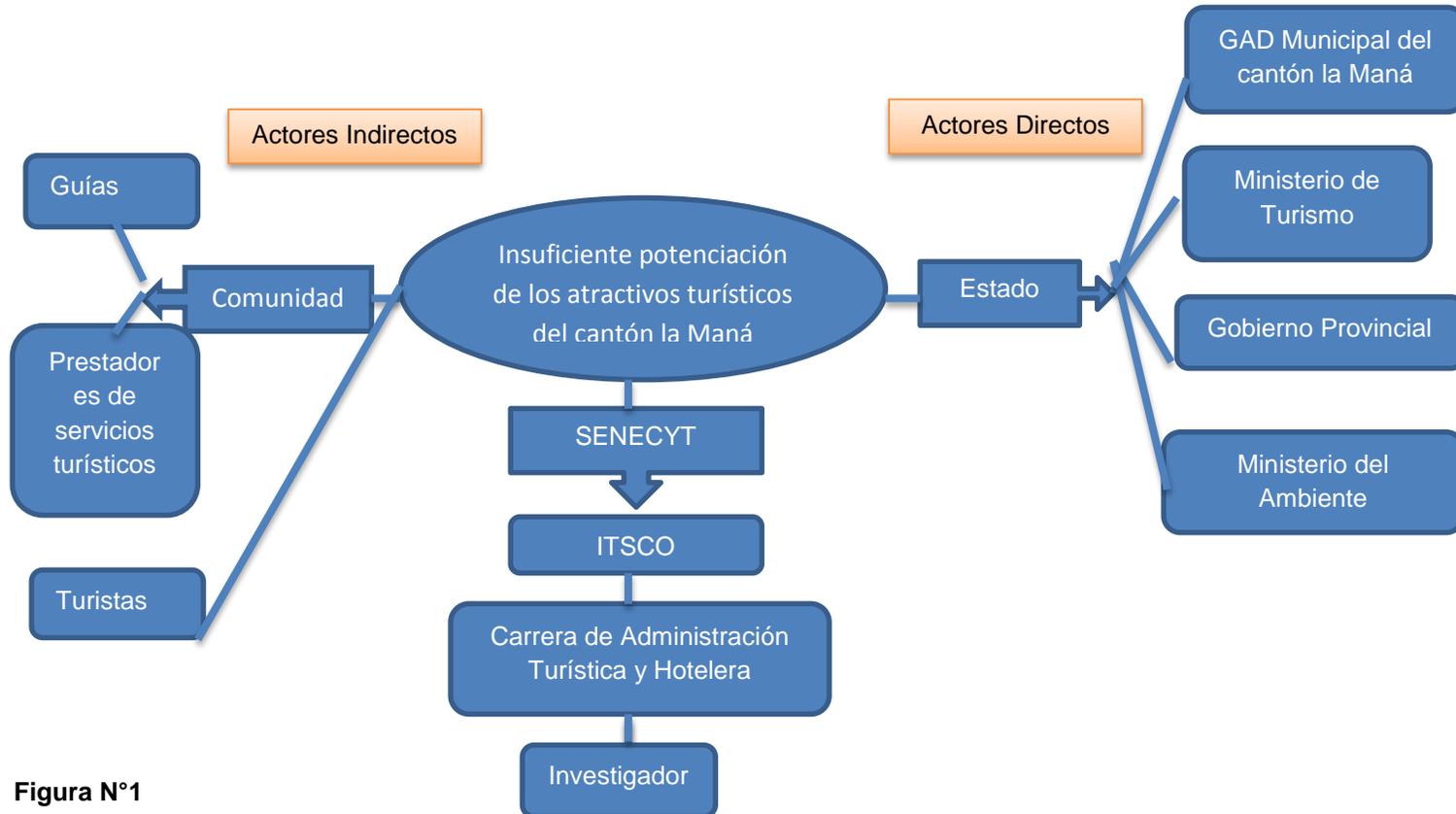


Figura N°1

Mapeo de Involucrados

Elaborado por: Jessica Robalino

## 2.02 Matriz de Análisis de Involucrados

### Análisis de la Matriz de Involucrados

Como primer actor involucrado en el proyecto está el Estado cuyo interés sobre el problema es invertir económicamente en el turismo del cantón La Maná para su promoción y desarrollo. Como problema percibido, es posible que los recursos naturales y culturales que posee el cantón la Maná no sean de interés turístico. Los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: Reglamento de Actividades Turísticas Cap. IV Título XI De las políticas del estado:

Art. 207.-Propósitos del gobierno nacional. (Literal "a") Declaración de la promoción y el desarrollo turístico como política prioritaria del Estado.

Art 1.-Declaratoria de la promoción y desarrollo del turismo como política prioritaria.

El Interés sobre el proyecto es incrementar el desarrollo turístico del cantón la Mana.

Por último como conflicto potencial es la insuficiente demanda turística en el cantón la Maná.

Como segundo actor involucrado está el Ministerio de Turismo, el interés sobre el problema es realizar proyectos de promoción turística del cantón la Maná, como problema percibido está el desinterés por participar en la promoción turística del cantón.

Los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: Reglamento General de Actividades Turísticas Cap. IV Título V Del Ecoturismo y la Sostenibilidad.

Art. 164.- Funciones Especializadas del Ministerio de Turismo (Literal "f") Título VI del Turismo Social

Art. 180.-Promoción

Art. 181.- Difusión

Como interés sobre el proyecto está ofrecer un producto turístico de calidad.

Por último como conflictos potenciales está que los atractivos turísticos no sean inspeccionados por el Ministerio de Turismo.

El tercer actor involucrado es el Ministerio del Ambiente, el interés sobre el problema es incentivar a la conservación de los atractivos del cantón la Maná, como problema percibido está que las personas que se encuentran en los alrededores de los atractivos no quieran capacitarse para una adecuada conservación de los atractivos. Los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: Reglamento General de Actividades Turísticas Cap. II Título XII Disposiciones Generales

Art. 214.- Declaratoria de interés Turístico.

El interés sobre el proyecto es motivar a la conservación y cuidado del Medio Ambiente.

Por último el conflicto potencial identificado es que el desarrollo del proyecto afecte al medio ambiente.

El cuarto actor involucrado es el Gobierno Provincial, el interés sobre el problema es realizar eventos promocionales dentro de la provincia, que incentive al desarrollo turístico de sus cantones, como problema percibido está el financiamiento limitado para realizar eventos promocionales. Los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: De la Organización de los Derechos y de las Atribuciones de las cámaras

Art. 1.- Cámaras Provinciales de Turismo.

Del Régimen Económico

Art. 22.-Contribución de las Cámaras Provinciales de Turismo.

El interés sobre el proyecto es aumentar la afluencia turística e incrementar el ingreso económico para la provincia.

Por último el conflicto potencial identificado es no tener una buena relación con el GAD Municipal del cantón La Maná.

El quinto actor involucrado es el GAD Municipal, el interés sobre el problema es ser una fuente facilitadora y motivadora para la realización del turismo en el sector, como problema percibido está los limitados recursos económicos, los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: Disposiciones Generales

Art. 218.-Facultad de las Municipalidades.

El interés sobre el proyecto es motivar a la comunidad para el desarrollo del turismo dentro del cantón La Maná.

Por último el conflicto potencial identificado es no contar con la autorización del GAD Municipal del cantón La Maná.

El sexto actor involucrado es la Comunidad, el interés sobre el problema es no contar con la autorización del GAD Municipal del cantón La Maná, como problema percibido es el poco interés por parte de la comunidad sobre el turismo en su cantón, los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: Del Ecoturismo y la Sostenibilidad

Art. 162.- Participación Ciudadana en la Planificación.

El interés sobre el proyecto es promover fuentes de ingresos para la comunidad.

Por último el conflicto potencial identificado son las insuficientes capacitaciones.

El séptimo actor involucrado son los prestadores de servicios, el interés sobre el problema es proveer de servicios turísticos de calidad y calidez al turista, como problema percibido es no contar con turistas que hagan uso de los servicios turísticos.

Los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: Normas generales

Art. 2.-Actividades de los centros Turísticos Comunitarios.

El interés sobre el proyecto es aumentar el ingreso económico para quienes ofertan los servicios turísticos.

Por último el conflicto potencial identificado es la escasa afluencia de turistas en el sector.

El octavo actor involucrado son los turistas, el interés sobre el problema es el interés sobre los atractivos turísticos del cantón La Maná, como problema percibido es la Inaccessibilidad a los atractivos turísticos del cantón La Maná. Los recursos, mandatos y capacidades son los siguientes: Del Ecoturismo y la Sostenibilidad

Art. 162.- Participación Ciudadana en la Planificación.

El interés sobre el proyecto es conocer los atractivos culturales y naturales que posee el cantón La Maná.



Por último el conflicto potencial identificado es que no existan atractivos turísticos en el cantón la Maná.

TABLA N° 2

Matriz de Análisis de Involucrados

| Actores Involucrados  | Interés sobre el problema  | Problemas percibidos  | Recursos, mandatos y capacidades   | Intereses sobre el proyecto                             | Conflictos Potenciales   |
|-----------------------|--|---|--|---|--|
| Estado                | Invertir económicamente en el turismo del cantón La Maná para su promoción y desarrollo. | Que los recursos naturales y culturales que posee el cantón la Maná no sean de interés turístico. | Reglamento de Actividades Turísticas<br><b>Cap. IV</b><br><b>Título XI</b><br>De las políticas del estado:<br><b>Art. 207.-</b> Propósitos del gobierno nacional. (literal a)<br>Declaración de la promoción y el desarrollo turístico como política prioritaria del estado<br><b>Art 1.-</b> declaratoria de la promoción y desarrollo del turismo como política prioritaria. | Incrementar el desarrollo turístico del cantón la Mana. | Insuficiente demanda turística en el cantón La Maná.                               |
| Ministerio de Turismo | Realizar proyectos de promoción turística del cantón la Maná                             | Desinterés por participar en la promoción turística del cantón                                    | Reglamento General de Actividades Turísticas<br><b>Cap. IV</b><br><b>Título V</b><br>del Ecoturismo y la Sostenibilidad<br><b>Art. 164.-</b> Funciones Especializadas del Ministerio de Turismo (literal f)<br><b>Título VI</b> del Turismo Social<br><b>Art. 180.-</b> Promoción<br><b>Art. 181.-</b> Difusión  | Ofrecer un producto turístico de calidad                | Que los atractivos turísticos no sean inspeccionados por el Ministerio de Turismo. |



|                                     |   |   |  |   |  |
|-------------------------------------|---|---|--|---|--|
| Ministerio del Ambiente             | Incentivar a la conservación de los atractivos del cantón la Maná   | Las personas que se encuentran en los alrededores de los atractivos no quieren capacitarse para una adecuada conservación de los atractivos | Reglamento General de Actividades Turísticas<br><b>Cap. II Título XII</b><br>Disposiciones Generales<br><b>Art. 214.-</b><br>Declaratoria de interés Turístico.  | Motivar a la conservación y cuidado del Medio Ambiente.                               | Que el desarrollo del proyecto afecte al medio ambiente.             |
| Gobierno Provincial                 | Realizar eventos promocionales dentro de la provincia, que incentive al desarrollo turístico de sus cantones. | Financiamiento o limitado para realizar eventos promocionales.  | De la Organización de los Derechos y de las Atribuciones de las cámaras<br><b>Art. 1.-</b><br>Cámaras Provinciales de Turismo.<br>del Régimen Económico<br><b>Art. 22.-</b><br>Contribución de las Cámaras Provinciales de Turismo | Aumentar la afluencia turística e incrementar el ingreso económico para la provincia. | No tener una buena relación con el GAD Municipal del cantón La Maná. |
| GAD Municipal                       | Ser una fuente facilitadora y motivadora para la realización del turismo en el sector.                        | Limitados recursos económicos.  | Disposiciones Generales<br><b>Art. 218.-</b><br>Facultad de las Municipalidades.   | Motivar a la comunidad para el desarrollo del turismo dentro del cantón La Maná.      | No contar con la autorización del GAD Municipal del cantón La Maná.  |
| Comunidad                           | Participar en eventos de capacitación en el área de turismo.  | Poco interés por parte de la comunidad sobre el turismo en su cantón.   | Del Ecoturismo y la Sostenibilidad<br><b>Art. 162.-</b><br>Participación Ciudadana en la Planificación.  | Promover fuentes de ingresos para la comunidad.                                       | Insuficientes capacitaciones.  |
| Prestadores de servicios turísticos | Proveer de servicios turísticos de calidad y calidez al turista   | No contar con turistas que hagan uso de los servicios turísticos  | Normas generales<br><b>Art. 2.-</b><br>Actividades de los centros Turísticos Comunitarios  | Aumentar el ingreso económico para quienes ofertan los servicios                      | Escasa afluencia de turistas en el sector.                           |



|          |  |  |   | turísticos.  |   |
|----------|--|--|---|--|---|
| Turistas | Interés sobre los atractivos turísticos del cantón La Maná | Inaccesibilidad a los atractivos turísticos del cantón La Maná | Del Ecoturismo y la Sostenibilidad <b>Art. 162.-</b> Participación Ciudadana en la Planificación. | Conocer los atractivos culturales y naturales que posee el cantón La Maná. | No existan atractivos turísticos en el cantón la Maná |

**Elaborado por:** Jessica Robalino

### 2.03 Matriz de Análisis

#### Análisis de la Matriz de Análisis

En la matriz de análisis se observa el porcentaje que cada uno de los beneficiarios tendrá con el desarrollo del proyecto.

Como beneficiarios directos está el Estado con un 20%, el GAD Municipal del cantón La Maná con un 20%, el Ministerio de Turismo con un 15%, el Gobierno Provincial con un 10% y el Ministerio del Ambiente con un 5%.

Como Beneficiarios indirectos esta la Comunidad con un 5%, los Guías con un 15%, Los Prestadores de Servicios Turísticos con un 5% y Los Turistas con un 5%.

**TABLA N°3****Matriz de Análisis**

| <b>Beneficiarios</b>                | <b>Directos</b> | <b>Indirectos</b> | <b>%</b>    |
|-------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| Estado                              | ✓               |                   | <b>20%</b>  |
| GAD Municipal del cantón La Maná    | ✓               |                   | <b>20%</b>  |
| Ministerio de Turismo               | ✓               |                   | <b>15%</b>  |
| Gobierno Provincial                 | ✓               |                   | <b>10%</b>  |
| Ministerio del Ambiente             | ✓               |                   | <b>5%</b>   |
| Comunidad                           |                 | ✓                 | <b>5%</b>   |
| Guías                               |                 | ✓                 | <b>15%</b>  |
| Prestadores de Servicios Turísticos |                 | ✓                 | <b>5%</b>   |
| Turistas                            |                 | ✓                 | <b>5%</b>   |
| <b>TOTAL</b>                        |                 | ✓                 | <b>100%</b> |

Elaborado por: Jessica Robalino

## CAPITULO III

### 3.0 PROBLEMAS Y OBJETIVOS

#### 3.01 Árbol de Problemas

Análisis del Árbol de Problemas

El Árbol de Problemas muestra las causas por las cuales se desencadena el problema central. Como primera causa es la inexperiencia de la gestión turística en el cantón la Maná, esto induce al inadecuado desarrollo de actividades turísticas por parte de las autoridades del GAD Municipal y la comunidad.

Como segunda causa se encuentra el desaprovechamiento de los atractivos turísticos del cantón la Maná por parte de los pobladores lo que provoca limitadas oportunidades de inversión turística en el cantón La Maná.

La tercera causa es el desinterés del GAD Municipal en el cantón la Maná para promocionar los atractivos turísticos.

Estas causas en conjunto dan origen al problema central que es la Insuficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná provocando así el deficiente desarrollo turístico e incorrecta optimización de los recursos naturales y culturales.

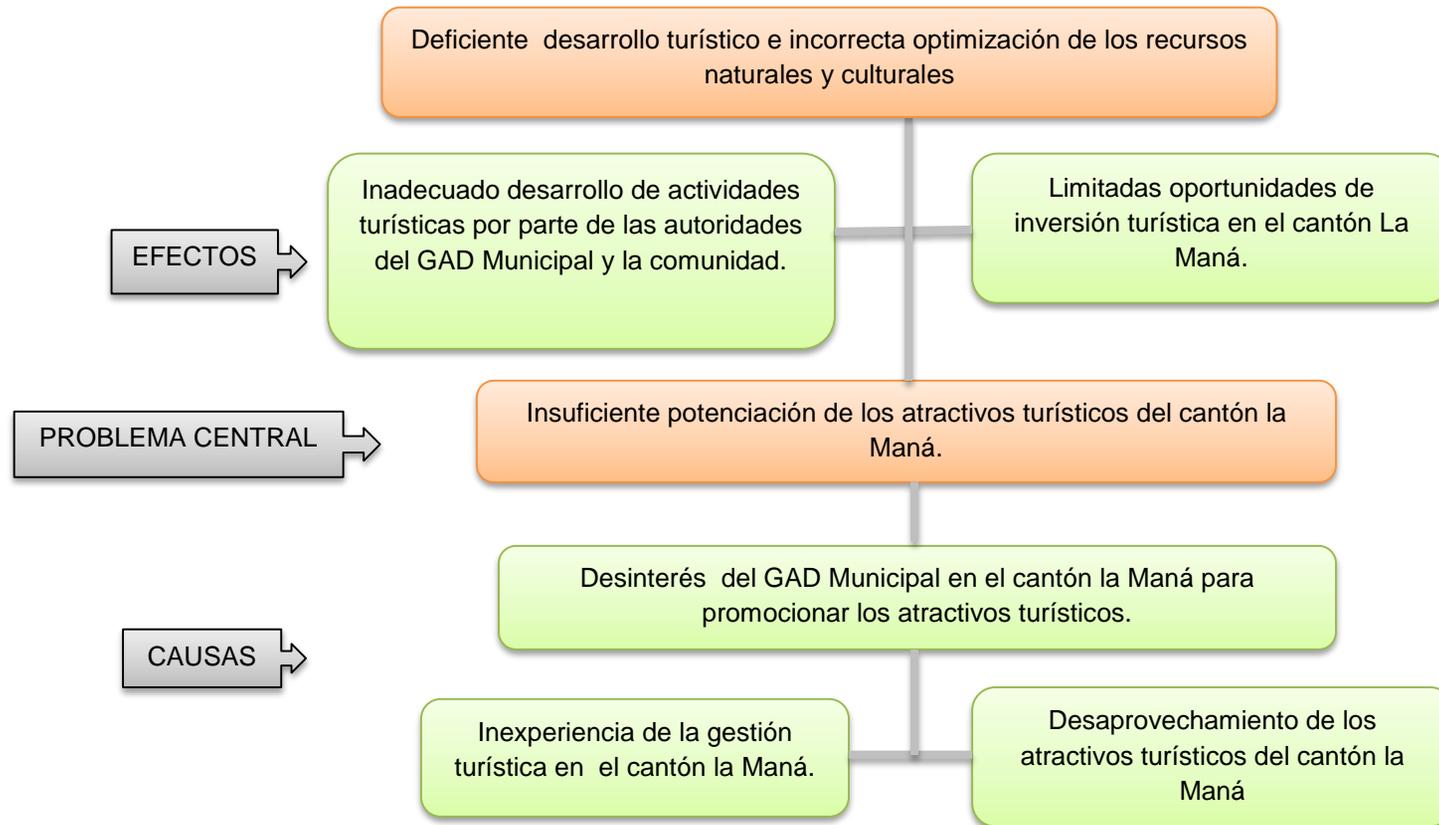


Figura N°2

Árbol de Problemas

Elaborado por: Jessica Robalino

## Análisis del Árbol de Objetivos

El Árbol de Objetivos muestra los medios y fines para llegar al objetivo principal que es Aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná, a partir de la cual se desencadena varios objetivos. Como primer medio es contribuir al desarrollo de planes turísticos en el cantón la Maná con el fin de mejorar la experiencia sobre la gestión turística, como fin se plantea conseguir que las autoridades del GAD Municipal y la comunidad mejoren el desarrollo de actividades turísticas en cantón la Maná.

El segundo medio es concientizar a la población del cantón la Maná para el aprovechamiento de los atractivos turísticos, como fin se plantea incentivar a la población a generar oportunidades de inversión turística en el cantón La Maná.

El tercer medio es fomentar el interés del GAD Municipal en el cantón la Maná para que promocióne los atractivos turísticos, como fin se plantea lograr un eficiente desarrollo turístico y optimización de los recursos naturales y culturales

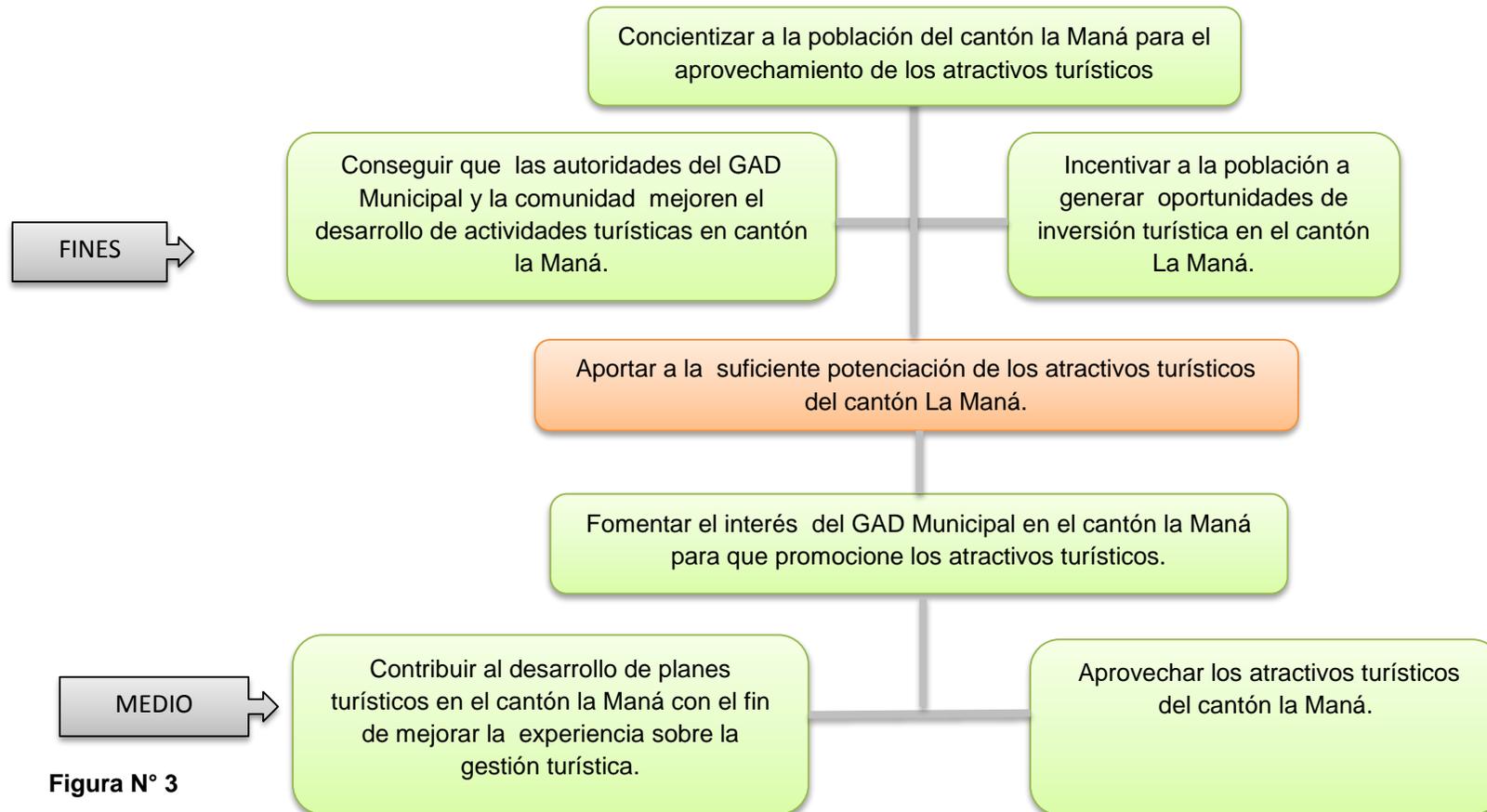


Figura N° 3

Árbol de objetivos

Elaborado por: Jessica Robalino

## CAPITULO IV

### 4.0 ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

#### 4.01 Matriz de análisis de alternativas

Análisis de la matriz de análisis de alternativas

En la matriz de alternativas se puede identificar la factibilidad y el impacto sobre el propósito de cada uno de los objetivos planteados anteriormente, se medirá de acuerdo a una escala que es de 1-5 = baja; de 6-11=Media baja; de 12-17=Media alta; de 18-25 alta. El primer objetivo que es contribuir al desarrollo de planes turísticos en el cantón la Maná con el fin de mejorar la experiencia sobre la gestión turística es evaluado según la escala como Medio Alto. El segundo objetivo que es concientizar a la población del cantón la Maná para el aprovechamiento de los atractivos turísticos, es evaluado según la escala como Medio Alto. El tercer objetivo que es fomentar el interés del GAD Municipal en el cantón la Maná para que promocióne los atractivos turísticos, es evaluado según la escala como Medio Alto. El cuarto objetivo que es aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná, es evaluado según la escala como Medio Alto.



**TABLA N° 4**

**Matriz de Análisis de Alternativas**

| Objetivos   | Impacto sobre el propósito | Factibilidad técnica | Factibilidad financiera | Factibilidad social | Factibilidad Política | TOTAL | Categoría  |
|---|----------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------|-----------------------|-------|------------|
| Contribuir al desarrollo de planes turísticos en el cantón la Maná con el fin de mejorar la experiencia sobre la gestión turística. | 4                          | 4                    | 5                       | 4                   | 5                     | 22    | MEDIO ALTO |
| Aprovechar los atractivos turísticos del cantón la Mana.  | 5                          | 4                    | 4                       | 5                   | 4                     | 22    | MEDIO ALTO |
| Fomentar el interés del GAD Municipal en el cantón la Maná para que promocioe los atractivos turísticos.                            | 4                          | 5                    | 5                       | 4                   | 4                     | 22    | MEDIO ALTO |
| Aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná.   | 5                          | 5                    | 5                       | 4                   | 4                     | 23    | MEDIO ALTO |

Elaborado por: Jessica Robalino



#### **4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos**

Análisis de la Matriz de Impacto de los Objetivos

Es importante destacar que los beneficios son mayores que el costo que se invierte en el proyecto, es por esto que para lograr el desarrollo del proyecto la tecnología es fundamental para que el Plan de Marketing planteado sea un éxito.

El impacto en género se da debido al incremento de la participación por parte de hombres y mujeres, y también la participación de la ciudadanía que está involucrada en el sector turístico.

El impacto ambiental que este proyecto tiene sobre el cantón La Maná es de gran realce ya que contribuye a la conservación de su entorno natural.

La relevancia de este proyecto es la importancia y satisfacción que los beneficiarios tienen, como es aporta a la difusión de los atractivos turísticos del cantón la Maná.

Con respecto a la sustentabilidad se refiere a la participación de la comunidad así como de los beneficiarios directos para que el proyecto turístico sea un éxito

Todo este análisis contribuye a identificar la factibilidad a lograrse de cada uno de los objetivos y en general, el resultado del cuadro está en la categoría Alta, lo que quiere decir que cada objetivo planteado es realizable.



**TABLA N°5**

**Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos**

| Objetivos  | Factibilidad de lograrse   | Impacto en género   | Impacto Ambiental  | Relevancia   | Sostenibilidad   | TOTAL | Categoría |
|--|--|---|--|--|--|-------|-----------|
| <b>Contribuir al desarrollo de planes turísticos en el cantón la Maná con el fin de mejorar la experiencia sobre la gestión turística.</b> | Se cuenta con el apoyo del GAD Municipal y el asesoramiento de profesionales del área de turismo.<br><br>(4) | Eleva la participación de la población e incentiva a la realización de convenios entre prestadores de servicios turísticos<br><br>(4) | Contribuye a proteger el entorno ambiental y social del cantón la Maná para preservar sus recursos.<br><br>(4) | Aporta a la difusión de los atractivos turísticos del cantón la Maná<br><br>(4)                | Analizar periódicamente los niveles de satisfacción de los clientes y los medios de promoción<br><br>(4)                   | 20    | ALTA      |
| <b>Aprovechar los atractivos turísticos.</b>   | Se cuenta con el apoyo de las autoridades del GAD Municipal para el beneficio de la comunidad<br><br>(4)     | Incentiva a involucrarse con el turismo a los funcionarios públicos del GAD Municipal<br><br>(4)                                      | Contribuye a proteger el entorno social<br><br>(4)   | Aporta al interés del turismo en el cantón la Maná para generar ingresos económicos<br><br>(4) | El GAD Municipal está en la posibilidad de promocionar y conservar los atractivos turísticos del cantón la Maná<br><br>(3) | 19    | ALTA      |



|  |   |   |   |  |  |    |      |
|--|---|---|---|--|--|----|------|
| <b>Fomentar el interés del GAD Municipal en el cantón la Maná para que promocióne los atractivos turísticos.</b> | Existe tecnología adecuada para su realización<br><br>(4) | Motiva a la participación de la comunidad<br><br>(4)  | Contribuye a proteger el entorno social<br><br>(4)                                    | Aumenta la promoción y potenciación de los atractivos turísticos del cantón la Maná<br>(4) | El material publicitario es una herramienta necesaria para promocionar un atractivo turístico<br>(4) | 20 | ALTA |
| <b>Aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná.</b>                     | Se cuenta con financiamiento<br><br>(4)                   | Incrementa la participación de la comunidad y las autoridades del cantón la Maná<br><br>(4) | Conservar el entorno ambiental para el desarrollo turístico del cantón la Maná<br>(3) | Eleva el índice de promoción turística de los atractivos del cantón la Maná<br>(4)         | La población está en posibilidad de aportar con medios<br><br>(3)                                    | 18 | ALTA |

Elaborado por: Jessica Robalino

#### **4.03 Diagrama de Estrategias**

Análisis del Diagrama de Estrategias

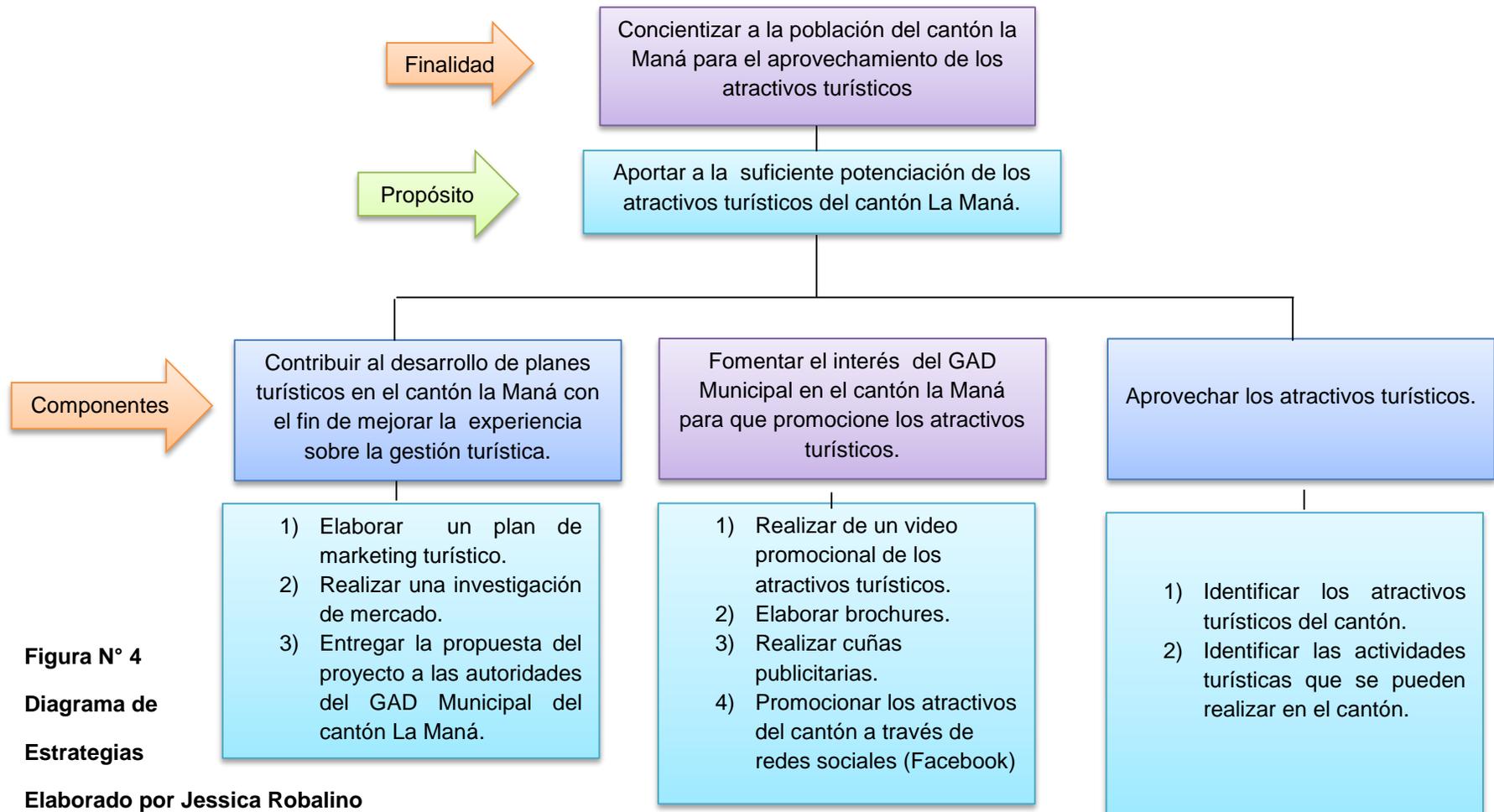
En el diagrama de estrategias se menciona el objetivo principal del proyecto que es Aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná, para lograr este objetivo se plantean tres objetivos secundarios que contribuirán a que el objetivo principal se cumpla.

Cada uno de estos objetivos secundarios tiene actividades a desarrollarse para facilitar el cumplimiento de todos los objetivos.

Para el primer objetivo secundario el cual es contribuir al desarrollo de planes turísticos en el cantón la Maná con el fin de mejorar la experiencia sobre la gestión turística, se propone entregar al GAD Municipal un modelo del proyecto para motivar a que se siga realizando planes de desarrollo turístico en el cantón la Maná.

En cuanto al segundo objetivo que es concientizar a la población del cantón la Maná para el aprovechamiento de los atractivos turísticos, se propone realizar una charla de motivación al momento de realizar las encuestas sobre la importancia de cada atractivo turístico y su aprovechamiento

Para el tercer objetivo que es fomentar el interés del GAD Municipal en el cantón la Maná para que promocióne los atractivos turísticos, se propone la elaboración de un plan de marketing turístico sobre los atractivos del cantón la Maná, la realización de un video sobre todos los atractivos turísticos del cantón la Maná, la elaboración de un paquete turístico, la elaboración de trípticos y la realización de cuñas publicitarias



**Figura N° 4**  
**Diagrama de**  
**Estrategias**

Elaborado por Jessica Robalino

#### 4.04 Matriz de Marco Lógico

Tabla N° 6

Matriz de Marco lógico

| FINALIDAD  | INDICADORES   | MEDIOS DE VERIFICACION   | SUPUESTOS  |
|--|---|--|--|
| <p>Concientizar a la población del cantón la Maná para el aprovechamiento de los atractivos turísticos</p> | <p>Es necesaria la elaboración de un plan de marketing turístico en el cantón La Maná. Porque de acuerdo a las encuestas realizadas el 5 de septiembre del 2015, el 100% de la población encuestada afirmó que es necesario el desarrollo de un plan turístico en el cantón. Posteriormente al momento de realizar la corroboración de las encuestas, el día 27 de septiembre del 2015 se reafirmó que el 100% de la población considera necesario la realización de un plan de marketing turístico en el sector. Es por ello que se obtiene un resultado de aceptación en su totalidad para la elaboración de un plan de marketing turístico en el cantón.</p> | <p>Registros estadísticos en base a las encuestas realizadas</p> | <p>Desinterés por parte de las autoridades del GAD Municipal para promocionar los atractivos del cantón.</p> |
|  | <p>El cantón La Maná cuenta con atractivos turísticos que deben ser promocionados. Con la aplicación de las encuestas realizadas a los habitantes del cantón La Maná el día 5 de Septiembre del 2015, el 100% de las personas encuestadas consideran que el cantón La Maná posee atractivos turísticos que deben ser promocionados. Al momento de la corroboración de las encuestas, realizadas el 27 de Septiembre del 2015, se corroboró que el 100% de la población encuestada afirma que El cantón posee atractivos turísticos que deben ser promocionados. Obteniendo así un 100% de aceptación para realizar la</p>                                       |  |  |



|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
|   | promoción de los atractivos turísticos del sector.  |   |  |
| <b>PROPÓSITO</b>  |   |   |  |
| Aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná. | Es necesario aportar a la suficiente potenciación de los atractivos turísticos del cantón La Maná.<br>De acuerdo a las encuestas realizadas el día 5 de Septiembre 2015, del 100% de las personas encuestadas tan solo el 10% visitaba el cantón por motivo de turismo.<br>Posteriormente al momento de realizar la corroboración de las encuestas realizadas el día 27 de Septiembre del 2015, se identificó un incremento del 5% de personas que visitaban el cantón por motivo turístico.<br>Llegando a la conclusión de que el índice continuó siendo bajo, ya que tan solo el 15% de la población encuestada visita el cantón por turismo. | Registros estadísticos en base a las encuestas realizadas | Incrementar la promoción y el desarrollo turístico del cantón La Maná. |
|   | Es necesario que la población del cantón La Maná forme parte del desarrollo y difusión turística del sector.<br>De acuerdo a las entrevistas realizadas el día 5 de Septiembre del 2015, del 100% de las personas encuestadas el 100% aseguró que es conveniente que la población del cantón la Maná se interese por el desarrollo y promoción turística del sector.<br>Al momento de realizar la corroboración de las encuestas aplicadas; el día 27 de Septiembre se corroboró que la población está de acuerdo en un 100% a formar parte del desarrollo turístico del cantón Teniendo así un resultado del 100% como apoyo al desarrollo     |   |  |
| <b>COMPONENTES</b>  |   |   |  |
| Contribuir al desarrollo de planes turísticos en el cantón la Maná                    | Mejorar e implementar más infraestructura turística en el cantón La Maná.<br>De las encuestas realizadas el   | Registros estadísticos en base a las encuestas            | Desmotivación por parte de las autoridades del GAD                     |



|  |   |                   |   |
|--|---|-------------------|---|
| <p>con el fin de mejorar la experiencia sobre la gestión turística.</p>  | <p>día 5 de Septiembre del 2015, del 100% de las personas encuestadas el 80% afirma que el cantón La Maná no cuenta con infraestructura turística. En el proceso de corroboración de las encuestas realizadas el día 27 de Septiembre del 2015 se identificó un aumento del 19%, de personas que afirman que no existe infraestructura turística en el cantón La Maná. Obteniendo un total del 99% de la población encuestada que asegura la inexistencia de infraestructura turística en el sector.</p>  | <p>realizadas</p> | <p>Municipal hacia la comunidad para la realización de promoción y difusión turística en el sector.</p> |
| <p>Fomentar el interés del GAD Municipal en el cantón la Maná para que promocióne los atractivos turísticos.</p> | <p>Incentivar a que las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná se interesen en promocionar de manera constante los atractivos turísticos del sector. De acuerdo a las encuestas aplicadas el día 5 de Septiembre del 2015, el 100% de las personas encuestadas afirma que no existe el apoyo ni el interés de las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná para la promoción turística del sector. Al realizar la corroboración de las encuestas realizadas; el 27 de Septiembre del 2015 se constató que el 100% de la población encuestada se mantiene en lo anteriormente afirmado en la encuesta realizada sobre la falta de interés de las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná. Obteniendo un resultado del 100%, que no existe apoyo por parte de las autoridades del GAD Municipal para el desarrollo del turismo en el sector.</p> |                   |   |
| <p>Aprovechar los atractivos turísticos</p>  | <p>Los atractivos turísticos del cantón La Maná son aptos para realizar turismo de aventura y naturaleza. Según las encuestas realizadas</p>  |                   |   |



|  |   |                               |  |
|--|---|-------------------------------|--|
|  | <p>a la población del cantón La Maná el día 5 de Septiembre del 2015, el 100% de las personas encuestadas afirmó que se puede realizar turismo de aventura y diversión.</p> <p>Posteriormente se formuló una corroboración de las encuestas; realizadas el día 27 de Septiembre del 2015, y se comprobó que la población se mantiene en un 100% con su afirmación de las actividades turísticas que se pueden realizar en el sector.</p> <p>Obteniendo un resultado del 100% de personas que afirman que en cantón La Maná se puede realizar turismo de aventura y diversión.</p> |                               |  |
| <b>ACTIVIDADES</b>   | <b>Resumen del presupuesto</b>  | <b>Medios de verificación</b> |  |
| Elaborar un plan de marketing turístico.   | Computadora   | Factura                       |  |
|  | Papel Bond  | Nota de Venta                 |  |
|  | Anillado  | Nota de Venta                 |  |
|  | Internet  | Factura                       |  |
|  | Libros de marketing   | Factura                       |  |
| Realizar una investigación de mercado.   | Transporte  | Nota de Venta                 |  |
|  | Alimentación  | Nota de Venta                 |  |
|  | Internet  | Factura                       |  |
|  | Libros de investigación   | Factura                       |  |
|  | Impresiones   | Factura                       |  |
| Entregar la propuesta del proyecto a las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná. | Transporte  | Nota de Venta                 |  |
|  | Alimentación  | Nota de Venta                 |  |
|  | Hospedaje   | Factura                       |  |
| Identificar los atractivos turísticos del cantón.  | Transporte  | Nota de Venta                 |  |
|  | Alimentación  | Nota de Venta                 |  |
|  | Hospedaje   | Factura                       |  |
| Identificar las actividades turísticas que se pueden realizar en el cantón.                | Internet  | Factura                       |  |
| Realizar un video promocional de los atractivos turísticos.                                | Transporte  | Nota de Venta                 |  |
|  | Alimentación  | Nota de Venta                 |  |
|  | Hospedaje   | Factura                       |  |
|  | Equipo de Filmación   | Factura                       |  |
|  | Equipo de Edición   | Factura                       |  |



|   |                      |         |
|---|----------------------|---------|
| Elaborar brochures.   | Equipo de diseño     | Factura |
| Realizar cuñas publicitarias.   | Agencia Publicitaria | Factura |
| Promocionar los atractivos del cantón a través de redes sociales (Facebook) | Internet             | Factura |

**Elaborado por:** Jessica Robalino

## CAPITULO V

### 5.0 PROPUESTA

Plan de marketing en el cantón La Maná en la provincia de Cotopaxi para la difusión y desarrollo turístico del sector.

#### 5.01 Antecedentes

Para el desarrollo de éste proyecto se realizó una investigación de mercado previa, para identificar la situación actual en la que se encuentra el turismo en el cantón La Maná.

Es importante mencionar que el cantón La Maná cuenta con varios atractivos turísticos que lamentablemente son poco promocionados debido a las falencias identificadas con el análisis de la investigación realizada.

Se constató que la principal causa de que no exista promoción turística en el sector es porque no se cuenta el suficiente apoyo por parte de las autoridades del GAD Municipal.

Posteriormente otro de los problemas que contribuye a que los atractivos del cantón no sean promocionados, es la insuficiente infraestructura turística.

La población constituye un factor primordial para el desarrollo y promoción del turismo en el sector, es por ello que mediante las encuestas realizadas a la población se

comprobó que el 100% de la población cree que es conveniente que los habitantes del cantón se preocupen por el desarrollo y difusión del mismo.

Es por ello que como solución a los problemas percibidos en el cantón La Maná se propone realizar y desarrollar un plan de marketing turístico que sirva de aporte turístico para el sector.

El plan de marketing turístico que se propone realizar contiene material publicitario como es:

- Video promocional de los atractivos turísticos.
- Cuñas Publicitarias.
- Brochures.
- Promoción por medio de redes sociales (Facebook)

#### **5.01.01 Fundamentación Teórica**

##### **Plan de Marketing**

“El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva.”. (Rafael Muñoz, 2015)

##### **Turismo**

“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivo”. (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 2014)

### **Marketing mix**

“Se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación, conocidas como las 4Ps. Pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales”. (Roberto Espinosa, 2015)

### **Desarrollo Turístico**

Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diversos factores, siendo los más importantes: el precio de ese bien o servicio en el mercado, el precio de los demás y la tecnología disponible. (La Gran Enciclopedia de Economía, 2009)

### **Producto**

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles e intangibles que el comprador acepta, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad”. (Cristhian Delgado, Paola Lorentti, M.Sc Víctor Osorio, 2015)

### **Precio**

“Estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto y que, traducido a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de dichos atributos, atendiendo a la capacidad para satisfacer necesidades”. (Cristhian Delgado, Paola Lorentti, M.Sc Víctor Osorio, 2015)

### **Plaza**

“Donde comercializar el producto o servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas”. (Cristhian Delgado, Paola Lorentti, M.Sc Víctor Osorio, 2015)

### **Promoción**

“Actividades que realizan las empresas mediante la emisión de mensajes, que tiene como objetivo dar a conocer sus productos y servicios y sus ventajas competitivas con el fin de provocar la inducción de compra entre los consumidores o usuarios”. (Cristhian Delgado, Paola Lorentti, M.Sc Víctor Osorio, 2015)

### 5.01.02 Análisis FODA

Tabla N°7

#### Análisis FODA

| FORTALEZAS   | OPORTUNIDADES   |
|--|---|
| ✓ Posee atractivos turísticos aptos para realizar turismo de aventura y naturaleza.  | ✓ Posibilidad de incrementar el desarrollo turístico del cantón.                                      |
| ✓ Posee un clima tropical.   | ✓ Al estar ubicado en una provincia turística, puede influir en la demanda que concurra en el cantón. |
| ✓ Sus habitantes apoyan al turismo del sector.   | ✓ Fuente de ingresos económica para el cantón por medio de la promoción de sus atractivos.            |
| ✓ Se cuenta con guías especializados en turismo.   | ✓ Generar alto impacto de turístico en el mercado.  |
| DEBILIDADES  | AMENAZAS  |
| ✓ Limitado financiamiento por parte de las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná para el desarrollo turístico del sector. | ✓ Pérdida de visitantes.  |
| ✓ Insuficiente infraestructura turística.  | ✓ Contaminación del medio ambiente  |
| ✓ Reducida promoción turística de los atractivos.  | ✓ Fenómenos naturales   |
| ✓ Desinterés por parte de las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná   | ✓ Vías de acceso deterioradas.  |

**Elaborado por:** Jessica Robalino

### 5.01.03 Investigación de mercado

Para la elaboración de la investigación de mercado, se realizó un análisis previo del mercado que se encuentra en los alrededores del cantón La Maná.

Uno de los atractivos cercanos al sector y con más afluencia e incidencia turística, es la Reserva Ecológica los Ilinizas, cuenta con una oferta y demanda turística alta, debido a que en la Reserva se encuentran varios atractivos naturales que son promocionados

turísticamente y por ende la visita de turistas extranjeros y nacionales a este lugar es a diario.

Otro factor importante que posee la Reserva Ecológica los Ilinizas, es su privilegiada flora y fauna, que por su diversidad llama la atención de los turistas nacionales y extranjeros.

El cantón La Maná al estar ubicada en la misma provincia que la reserva, cuenta con oportunidades turística para desarrollarse y potencializarse. Esto permitirá obtener mayor demanda turística.

La Reserva Ecológica los Ilinizas oferta como producto turístico, sus atractivos, su fauna y flora; tiene apoyo de la comunidad por lo que se realiza turismo comunitario y de ésta manera se genera ingresos económicos a la comunidad.

El cantón La Maná, al igual que la Reserva, cuenta con atractivos turísticos óptimos para ser promocionados y potencializados turísticamente, en cuanto al apoyo de su población, tiene el 100% de apoyo para realizar turismo según las encuestas realizadas el 27 de Septiembre del 2015.

### 5.01.04 Instrumentos de la investigación

Cómo instrumento de investigación para el presente proyecto se realizó una visita de campo; esta primera acción permitió identificar el problema principal que existe en el cantón La Maná, siendo este la insuficiente promoción y difusión de sus atractivos, que impide el desarrollo turístico del sector.

La segunda acción que se realizó fue la aplicación de una encuesta de 10 preguntas estructuradas en base al problema central y el tema, con la finalidad de identificar de manera más puntual los motivos por los cuales el cantón no es conocido a nivel nacional.

### 5.01.05 Población y Muestra

Según el INEC el cantón La Maná cuenta con una población de 42.216 habitantes. Para obtener la muestra fue necesario aplicar la fórmula de población infinita debido a que su población es mayor a 30.000 habitantes. La muestra se trabajó con la población del cantón La Maná debido a que no existen registros de afluencia turística en el sector.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

n= Muestra

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Probabilidad de éxito 50% representa el (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso 50% representa el (0.5)

N= Población motivo de estudio

E= Error de la muestra

n=384

## **5.01.06 Análisis de la información**

### **5.01.06.01 Encuesta N° 1**

La presente encuesta se realizó el día 5 de Septiembre del 2015, con la finalidad de identificar la situación actual del mercado en el cantón La Maná y constatar de manera más puntual los motivos por los cuales el cantón La Maná no se desarrolla turísticamente.

Se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo de cada pregunta. Adicional a esto se diseñó un gráfico estadístico, donde se ilustra el porcentaje de la población encuestada.

Es conveniente mencionar que la muestra que se obtuvo para la aplicación de las encuestas fue para 384 habitantes.

Esta encuesta permitió conocer el punto de vista y criterio de la población sobre el tema propuesto, y con esto poder identificar las posibles soluciones ha dicho problema.

## Primera pregunta

### ¿Cuál es su lugar de procedencia?

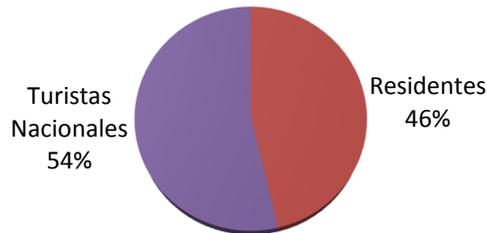


Figura N° 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

#### Análisis Cuantitativo

El 100% de las personas encuestadas fueron ecuatorianos, de los cuales el 46% eran residentes del cantón La Maná y el 54% eran turistas nacionales.

#### Análisis Cualitativo

Se pudo identificar que en el cantón la Maná no exista la visita de turistas extranjeros.

Una causa puede ser la situación actual por la que atraviesa la provincia, debido al volcán Cotopaxi, que actualmente está en proceso de erupción.

Por eso se identificó que la población encuestada eran residente y turistas nacionales.

## Segunda pregunta

### ¿Con qué frecuencia visita el cantón la Maná?

■ Una vez al mes ■ Cada semana ■ Una vez al año ■ Es residente

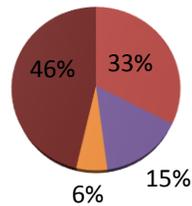


Figura N° 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

#### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 33% visita el cantón una vez al mes, el 15% cada semana, el 6% una vez al año y el 46 % eran residentes.

#### Análisis Cualitativo

El cantón La Maná cuenta con una baja afluencia turística, la mayoría de personas que visita el cantón lo hace tan solo una vez al mes.

### Tercera pregunta

## ¿Cuál es el motivo de visita al cantón La Maná?

■ Turismo ■ Familiar ■ Amigos ■ Trabajo ■ Residentes

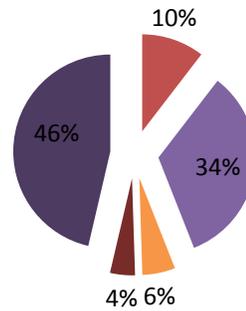


Figura N° 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 34% visitaba el cantón por motivos familiares, el 6% por encontrarse con sus amigos, el 4% por trabajo, el 10% por turismo y el 46% eran residentes.

### Análisis Cualitativo

El principal motivo de visita al cantón La Maná según las encuestas realizadas, es por visita a familiares. Uno de los índices más bajos fue el turismo, muy pocas personas visitan el cantón para realizar actividades turísticas.

## Cuarta pregunta

### ¿Cree usted que el cantón La Maná cuenta con atractivos turísticos que deberían ser promocionados?

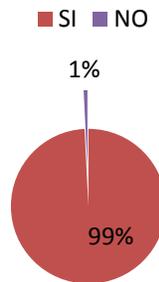


Figura N° 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

#### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 99% afirma que el cantón La Maná cuenta con atractivos turísticos que deberían ser promocionados y el 1% piensa lo contrario.

#### Análisis Cualitativo

La mayoría de la población del cantón La Maná considera necesario que los atractivos turísticos que posee el sector deben ser promocionados, ya que cuentan con los parámetros necesarios para poder ser difundidos.

## Quinta pregunta

### ¿Cree usted que el cantón La Maná cuenta con infraestructura turística?

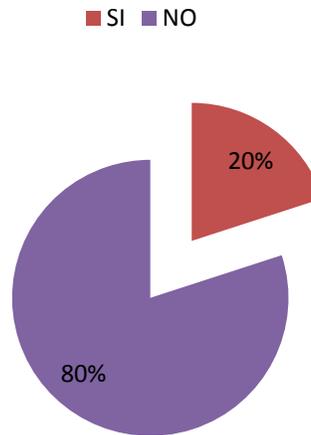


Figura N° 9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

#### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 80% afirma que el cantón La Maná no cuenta con infraestructura turística y el 20% dice lo contrario.

#### Análisis Cualitativo

Se pudo constatar que en el cantón la Maná no posee tanta infraestructura turística, por lo que es uno de los motivos por los cuales no se desarrolla el turismo en el cantón.

## Sexta pregunta

**¿Considera usted que las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná se interesan por el desarrollo turístico del sector?**

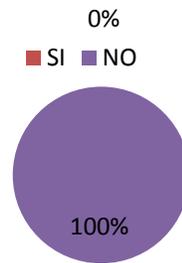


Figura N° 10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 100% afirma que las autoridades del GAD Municipal no se interesan por el desarrollo turístico del sector.

### Análisis Cualitativo

La principal causa identificada en el cantón la Maná, para que no se realice el desarrollo y difusión del sector se debe a que no se cuenta con el apoyo necesario por parte de las autoridades del GAD Municipal.

## Séptima pregunta

**¿Cree usted que es conveniente que la población del cantón la Maná se interese por el desarrollo y promoción turística del sector?**

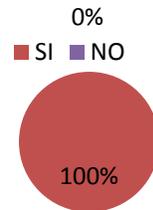


Figura N° 11

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 100% afirmó que es conveniente que la población del cantón La Maná se interese por el desarrollo y promoción turística del sector.

### Análisis Cualitativo

Se identificó un apoyo total por parte de la población del cantón La Maná para la promoción y desarrollo turístico del sector. Es por ello que se considera conveniente que al momento de la aplicación del proyecto de marketing, se trabaje en conjunto con la población.

## Octava pregunta

### ¿Qué tipo de turismo se puede realizar en el cantón La Maná?

■ Turismo de diversión y naturaleza 100% ■ Turismo Religioso y cultural 0%

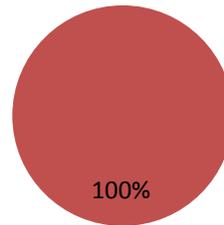


Figura N° 12

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

#### Análisis Cuantitativo

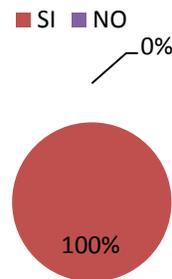
Del 100% de las de las personas encuestadas el 100% afirmó que en el cantón la Maná se puede realizar turismo de diversión y naturaleza.

#### Análisis Cualitativo

En el cantón La Maná se puede realizar varias actividades turísticas, la demanda a la que se enfoca es a los turistas que realizan deportes extremos y de aventura.

## Novena pregunta

**¿Cree usted que es necesario realizar un plan de marketing turístico en el cantón La Maná para contribuir al desarrollo y difusión del sector?**



**Figura N° 13**

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Jessica Robalino

### **Análisis Cuantitativo**

Del 100% de las personas encuestadas, el 100% aseveró que es necesario realizar un plan de marketing turístico en el cantón La Maná para contribuir al desarrollo y difusión del sector.

### **Análisis Cualitativo**

Existe una aceptación total por parte de la población, para la realización y desarrollo del presente proyecto.

## Décima pregunta

### ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre los atractivos turísticos existentes en el cantón La Maná?

■ Un documental ■ Cuñas publicitarias ■ Revistas ■ Brochures

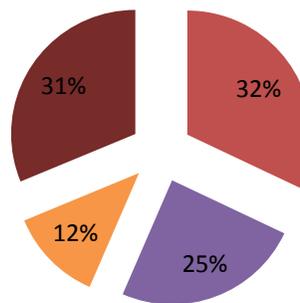


Figura N° 14

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

#### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas al 32% le gustaría recibir información sobre los atractivos turísticos existentes en el cantón La Maná por medio de un documental, al 31% le gustaría recibir información por medio de brochures, al 25% por medio de cuñas publicitarias y al 12 % por medio de revistas; siendo así que según las encuestas, en su mayoría a las personas les gustaría recibir información de los atractivos por medio de un documental y trípticos.

#### Análisis Cualitativo

La población del cantón La Maná cree conveniente que la realización de un video promocional y la elaboración de brochures tiene más aceptación en su población.

#### 5.01.06.02 Encuesta N°2

La presente encuesta se realizó el día 27 de Septiembre del 2015, con la finalidad de corroborar las encuestas realizadas el 5 de Septiembre del 2015.

#### Primera Pregunta

### ¿Cuál es el motivo de visita al cantón La Maná?

■ Turismo ■ Familiar ■ Amigos ■ Trabajo ■ Residentes

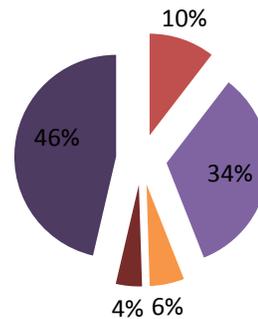


Figura N° 15

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

#### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 34% visitaba el cantón por motivos familiares, el 6% por encontrarse con sus amigos, el 4% por trabajo, el 10% por turismo y el 46% eran residentes.

#### Segunda pregunta

## ¿Cree usted que es conveniente que la población del cantón la Maná se interese por el desarrollo y promoción turística del sector?

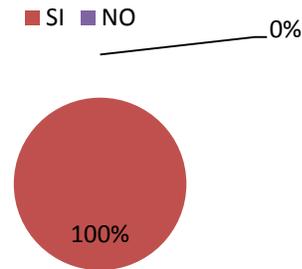


Figura N° 16

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 100% afirmó que es conveniente que la población del cantón La Maná se interese por el desarrollo y promoción turística del sector.

### Tercera pregunta

**¿Cree usted que es necesario realizar un plan de marketing turístico en el cantón La Maná para contribuir al desarrollo y difusión del sector?**

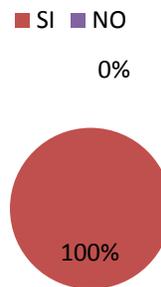


Figura N° 17

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas, el 100% aseveró que es necesario realizar un plan de marketing turístico en el cantón La Maná para contribuir al desarrollo y difusión del sector.

## Cuarta pregunta

### ¿Qué tipo de turismo se puede realizar en el cantón La Maná?

■ Turismo de diversión y naturaleza   ■ Turismo Religioso y cultural

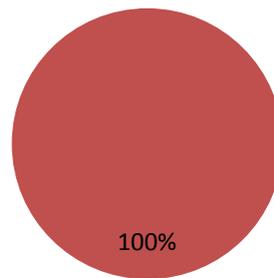


Figura N° 18

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las de las personas encuestadas el 100% afirmó que en el cantón la Maná se puede realizar turismo de diversión y naturaleza.

## Quinta pregunta

### ¿Con qué frecuencia visita el cantón la Maná?

■ Una vez al mes ■ Cada semana ■ Una vez al año ■ Es residente

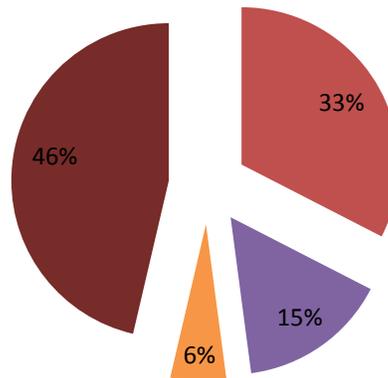


Figura N° 19

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 33% visita el cantón una vez al mes, el 15% cada semana, el 6% una vez al año y el 46% eran residentes.

## Sexta pregunta

### ¿Cree usted que el cantón La Maná cuenta con infraestructura turística?

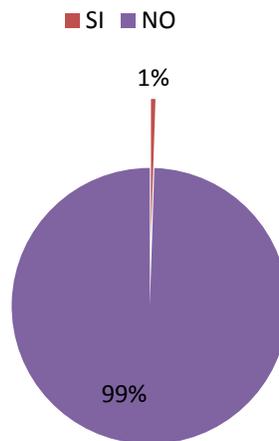


Figura N° 20

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Jessica Robalino

### Análisis Cuantitativo

Del 100% de las personas encuestadas el 99% afirma que el cantón La Maná no cuenta con infraestructura turística y el 1% dice lo contrario.

## **Conclusión General de las encuestas aplicadas**

Las encuestas aplicadas en el cantón La Maná contribuyó al desarrollo de este proyecto ya que mediante éstas se pudo constatar las falencias y problemas relacionados al turismo que sucede en el sector, para posteriormente plantear la solución y corroborar la necesidad de la elaboración y aplicación del presente proyecto.

### **5.02 Descripción (de la herramienta o metodología que propone como solución)**

Para el desarrollo del presente proyecto fue necesario guiarse bajo los métodos de investigación.

- **Método lógico deductivo**

Se lo utilizo para el análisis cualitativo de las encuestas.

- **Método Analítico.**

Este método fue utilizado en el desarrollo de la matriz del Marco Lógico.

- **Método de la abstracción**

Este método se utilizó para la realización y formulación del árbol de problemas y el árbol de objetivos.

Se realizó recopilación de información bibliográfica en libros, revistas e internet. Esto permitió estructurar la fundamentación teórica, los datos geográficos del lugar y el objeto de estudio.

La metodología utilizada para el desarrollo del proyecto fue la investigación de campo. Esto contribuyó a la recopilación de información, con el fin de identificar la situación actual del cantón en cuanto a su desarrollo turístico.

En el levantamiento de información se pudo terminar el número de atractivos con los que cuenta el cantón.

Se pudo identificar que el cantón La Maná cuenta con poca infraestructura turística.

Como herramienta de la metodología se utilizó la aplicación de encuestas a la población del cantón La Maná.

Dicho cuestionario está compuesto de 10 preguntas cerradas y de opción múltiple, a través de las cuales se recopiló la información sobre los problemas que en la actualidad afectan al desarrollo del turismo en el sector.

### **5.0.3 Formulación del proceso de aplicación de la propuesta**

Se planteó como propuesta la realización del plan de marketing en el cantón la Maná ubicado en la provincia de Cotopaxi para la difusión y desarrollo turístico del sector.

En la elaboración del plan de marketing se detectó que no existe una adecuada promoción turística del sector, por esta razón se vio necesaria la realización del presente proyecto.

## Plan Estratégico

### ➤ Misión

El cantón la Mana cuenta con recursos óptimos para ser aprovechados y promocionados turísticamente, su un clima tropical contribuye a realizar diferentes actividades turísticas que permiten al turista alcanzar una experiencia satisfactoria.

### ➤ Visión

Posesionar al cantón la Mana como destino turístico con una adecuada oferta de actividades y servicios turísticos que generen beneficios económicos para la población.

### ➤ Objetivo General:

- Aportar al desarrollo turístico del cantón La Maná, mediante la elaboración de un plan de marketing.

### ➤ Objetivos Específicos

- Realizar una investigación de mercado
- Elaborar material publicitario para la promoción y difusión del sector.
- Identificar las actividades turísticas que se pueden desarrollar en el cantón.

### ➤ Metas

- Conseguir el incremento de la visita de turistas nacionales y extranjeros al cantón La Maná en un periodo de 5 años.

### ➤ Estrategias

- Identificar los mejores canales de distribución



- Promocionar los atractivos turísticos por diferentes canales de distribución como pag. Web, material publicitario

➤ **Políticas**

- Mantener un trabajo mesurado entre las autoridades del GAD Municipal y la población.
- Realizar un registro semanal en cada atractivo turístico, de la cantidad de turistas que visita el cantón.
- Elaborar cada seis meses una investigación de mercado.
- Evitar la contaminación en los atractivos turísticos del cantón.

➤ **Liderazgo**

- Los prestadores de servicios turísticos son los encargados de evaluarse a sí mismos y de evaluar la oferta que se promociona.
- Las autoridades del GAD Municipal son los encargados de direccionar los bienes económicos hacia los distintos puntos turísticos del cantón.

➤ **Cultura y valores**

- Mantener respeto por los turistas.
- Evitar la discriminación.
- Respetar los precios establecidos evitando incrementos innecesarios

## Plan de Marketing

### Análisis del mercado

Una de las competencias turísticas que tiene el cantón La Maná es la reserva Ecológica los Ilinizas, en ésta reserva se cuenta con varios atractivos turísticos como son la laguna del Quilotoa, el cañón del Toachi, y el nevado Iliniza.

La demanda turística que posee la reserva es alta, sin embargo el cantón La Maná cuenta con los mismos recursos naturales para ser conocidos a nivel nacional e internacional como lo es la reserva ecológica.

En el cantón se pueden realizar turismo de aventura y diversión. La demanda turística óptima para este sector son los turistas que practiquen deportes extremos, puesto que en cada atractivo se pueden realizar varias actividades como por ejemplo en las cascadas del Zapanal se realiza el descenso de cascada.

La oferta que posee el cantón la Maná es variada y para toda clase social.

**Tabla N° 8**

#### Alojamiento

| ALOJAMIENTO              |                 |
|--------------------------|-----------------|
| Nombre de la Instalación | Costo por noche |
| Hotel Somagg             | 12.50           |
| Hostería Somagg          | 12.50           |
| Complejo Carlos Patricio | 12              |
| Hotel La Maná            | 15              |

**Elaborado por: Jessica Robalino**

Tabla N°9

## Atractivos Turísticos

| ATRACTIVOS TURÍSTICOS       |   |
|-----------------------------|---|
| Nombre del atractivo        | Actividades que se pueden realizar      |
| Las 7 Cascadas del Zapanal  | Descenso de cascada                     |
|                             | Caminata                                |
| La cueva de los Murciélagos | Observación de Murciélagos              |
|                             | Observación de flora                    |
| Minas de Oro                | Observación de mineros artesanales      |
| Cascada del Oso             | Observación de fauna y flora            |
| Minas de Mármol             | Realización de ciclismo de montaña      |
|                             | Observación de fauna y flora del sector |

Elaborado por: Jessica Robalino

Tabla N° 10

## Restaurantes

| RESTAURANTES          |
|-----------------------|
| Mana Bambu            |
| Rojo verde y ajo      |
| Marisquería costa mar |
| Sweet fruits          |
| Soda Bar Milenio      |

Elaborado por: Jessica Robalino

**Tabla N°11**

**Transporte**

| <b>TRANSPORTE</b>               |              |
|---------------------------------|--------------|
| <b>Nombre de la cooperativa</b> | <b>Costo</b> |
| Cooperativa Macuchi             | 8.00         |

Elaborado por: Jessica Robalino

**Tabla N° 12**

**Oferta y Demanda**

| <b>OFERTA</b>                |  |
|------------------------------|--|
| <b>Restaurantes</b>          | Cuenta con restaurantes, con comida variable tanto de la sierra como de la región costa  |
| <b>Alojamiento</b>           | Existen hoteles y hosterías que brindan al turista la mejor atención y servicios   |
| <b>Transporte</b>            | Cuenta con una cooperativa de buses llamada Macuchi.   |
| <b>Atractivos Turísticos</b> | Posee varios atractivos turísticos, sus cascadas y ríos son espectaculares. En éste cantón se realiza el cultivo de cacao y elaboran chocolate artesanal |
| <b>DEMANDA</b>               |  |
| Turistas Naturalistas        | Turistas que realicen deportes extremos  |

Elaborado por: Jessica Robalino



➤ **Objetivo General:**

- Aportar al desarrollo turístico del cantón La Maná, mediante la elaboración de un plan de marketing.

➤ **Objetivos Específicos**

- Realizar una investigación de mercado
- Elaborar material publicitario para la promoción y difusión del sector.
- Identificar las actividades turísticas que se pueden desarrollar en el cantón.

➤ **Metas**

- Conseguir el incremento de la visita de turistas nacionales y extranjeros al cantón La Maná en un periodo de 5 años.

➤ **Estrategias políticas**

- Mantener un trabajo mesurado entre las autoridades del GAD Municipal y la población.
- Realizar un registro semanal en cada atractivo turístico, de la cantidad de turistas que visita el cantón.
- Elaborar cada seis meses una investigación de mercado.
- Evitar la contaminación en los atractivos turísticos del cantón.

➤ **Producto**

- Realización de un video promocional.

➤ **Precio**

El siguiente cuadro es un presupuesto de cuanto el turista gastaría en la visita por un día al cantón La Maná.

**Tabla N° 13**  
**Presupuesto turista**

| CUENTAS                            | VALOR NETO UNITARIO | IVA (12%) | OTRAS TASAS (Q, fees) | IMP. AL SERVICIO (10%) | COSTO UNITARIO TOTAL | COSTO GRUPAL TOTAL | FRECUENCIA | TOTAL |
|------------------------------------|---------------------|-----------|-----------------------|------------------------|----------------------|--------------------|------------|-------|
| Transporte                         | 4,5                 |           |                       |                        | 8                    | 8                  | 1          | 8     |
| Visita atractivos                  | 5                   |           |                       |                        | 5                    | 5                  | 1          | 5     |
| Alojamiento                        | 12,5                | 1,50      |                       | 1,25                   | 15,25                | 15,25              | 1          | 15,25 |
| Desayunos                          | 2,5                 | 0,30      |                       | 0,25                   | 3,05                 | 3                  | 1          | 3     |
| Almuerzos                          | 2,5                 | 0,30      |                       | 0,25                   | 3,05                 | 3                  | 1          | 3     |
| Cenas                              | 2,50                | 0,30      |                       | 0,25                   | 3,05                 | 3,05               | 1          | 3,05  |
| Honorarios Guía (2)                | 20                  | 2,40      |                       |                        | 22,40                | 22,40              | 1          | 22,40 |
| <b>COSTO TOTAL</b>                 |                     |           |                       |                        |                      |                    |            | 59,8  |
| <b>Imprevistos, UTILIDAD (30%)</b> |                     |           |                       |                        |                      |                    |            | 17,94 |
| <b>PRECIO DE VENTA</b>             |                     |           |                       |                        |                      |                    |            | 77,74 |
| <b>COSTO UNITARIO</b>              |                     |           |                       |                        |                      |                    |            | 2,6   |
| <b>PRECIO UNITARIO</b>             |                     |           |                       |                        |                      |                    |            | 3,38  |

**Elaborado por: Jessica Robalino**

➤ **Plaza**

- Los canales de distribución utilizados fueron las redes sociales y medios de comunicación (radio).

➤ **Promoción**

- Logo diseñado

Análisis del Logo

El presente logo fue diseñado de acuerdo al clima y la producción del cacao en el cantón la Maná.

La palmera representa el clima que caracteriza al cantón La Maná por estar situado cerca de la región Litoral.

El volcán es lo que representa turísticamente a la provincia de Cotopaxi.

Las letras tienen forma de hielo debido a la presencia del volcán Cotopaxi.

El cacao representa a la producción de chocolate artesanal en el cantón La Maná.

El eslogan "El paraíso escondido de Cotopaxi" fue escogido porque la mayoría de personas identifican a la provincia de Cotopaxi primeramente con un clima templado y por la belleza de su volcán, pero muy pocos creería que en ésta hermosa provincia existe un cantón con clima tropical y varios atractivos turísticos para ofrecer al visitante.



**Figura N° 21**

**Fuente: Diseñador**

**Elaborado por: Jessica Robalino**

- Se realizó brochurs
- Se elaboró cuñas publicitarias
- Se creó un fanpage en Facebook sobre los atractivos turísticos del cantón La Maná (#ElParaísoEscondidoDeCotopaxi )



**Figura N°22**

**Fuente: Facebook**

**Elaborado por: Jessica Robalino**

## CAPITULO VI

### 6.0 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

#### 6.01 Recursos

##### Recursos Humanos

- ❖ Autora del proyecto
- ❖ Tutor del proyecto
- ❖ Lector del proyecto
- ❖ Comunidad Educativa (Directora, docente)
- ❖ Autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná
- ❖ Comunidad del cantón La Maná
- ❖ Camarógrafo
- ❖ Guía del cantón La Maná

##### Recursos Materiales

- ❖ Trípticos
- ❖ Video promocional
- ❖ Equipo de tubing
- ❖ Auto
- ❖ Bicicleta de montaña



- ❖ Diapositivas
- ❖ Esferos
- ❖ Papel fotográfico
- ❖ Anillados
- ❖ Impresiones

#### **Recursos Tecnológicos**

- ❖ Cámara
- ❖ Internet
- ❖ Calculadora
- ❖ Editor de Videos
- ❖ Computadora
- ❖ Celular
- ❖ Infocus
- ❖ Dispositivos USB

## 6.02 Presupuesto

El proyecto se inició con un presupuesto de 700 dólares.

**Tabla N° 14**

### Presupuesto

| Actividad realizada              | Recursos utilizados            | Detalle                               | Valor Unitario | cantidad               | Valor Total |
|----------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|----------------|------------------------|-------------|
| Visita de campo                  | Trasporte                      | Transporte terrestre de ida y retorno | 8              | 2                      | 16          |
|                                  | Alimentación                   | Desayuno, almuerzo y merienda         | 2,5            | 3                      | 7,5         |
|                                  | Hospedaje                      | Unanoche                              | 12,5           | 1                      | 12,5        |
| Elaboración del primer capítulo  | Internet                       | Mensualmente                          | 20             | 1                      | 20          |
|                                  | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
| Elaboración del segundo capítulo | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
|                                  | Internet                       | Mensualmente                          | 20             | 1                      | 20          |
|                                  | Ley de turismo                 | Folleto                               | 35             | 1                      | 35          |
|                                  | Plan de tour 2020              | Folleto                               | 10             | 1                      | 10          |
| Elaboración del tercer capítulo  | Internet                       | Mensualmente                          | 20             | 1                      | 20          |
|                                  | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
| Elaboración del cuarto capítulo  | Internet                       | Mensualmente                          | 20             | 1                      | 20          |
|                                  | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
| Elaboración del quinto capítulo  | Trasporte                      | Transporte terrestre de ida y retorno | 8              | 2                      | 16          |
|                                  | Alimentación                   | Desayuno, almuerzo y merienda         | 2,5            | 6                      | 15          |
|                                  | Hospedaje                      | Dos noches                            | 12,5           | 2                      | 25          |
|                                  | Internet                       | Mensualmente                          | 20             | 1                      | 20          |
|                                  | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
|                                  | Impresiones                    | Impresión de las encuestas realizadas | 0,01           | 384                    | 3,84        |
|                                  | cuñas publicitarias            | Equipo de locución                    | 50             | 1                      | 50          |
|                                  | video promocional              | Equipode filmación y edición          | 150            | 1                      | 150         |
|                                  | brochures                      | Elaboración de brochures              | 12             | 5                      | 60          |
| Libros de marketing              | Para la fundamentación teórica | 5                                     | 2              | 10                     |             |
| Elaboración del sexto capítulo   | Internet                       | Mensualmente                          | 20             | 1                      | 20          |
|                                  | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
| Elaboración del séptimo capítulo | Internet                       | Mensualmente                          | 20             | 1                      | 20          |
|                                  | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
| Anexos                           | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
|                                  | Fotografías                    | de los atractivos turísticos          | 3,5            | 10                     | 35          |
| Bibliografía                     | Luz                            | Mensualmente                          | 10             | 1                      | 10          |
|                                  |                                |                                       |                | Valor total de egresos | 665,84      |

**Elaborado por: Jessica Robalino**

### 6.03 Cronograma

Tabla N° 15

#### Cronograma

| Meses y Fechas   | Mayo |   |   |   | Junio |   |   |   | Julio |   |   |   | Agosto |   |   |   | Septiembre |   |   |   | Octubre |   |   |   |
|--|------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|--------|---|---|---|------------|---|---|---|---------|---|---|---|
|  | 1    | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1      | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 | 1       | 2 | 3 | 4 |
| <b>Actividades</b>   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración del contexto   |      |   |   |   | X     |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración de la justificación y definición del problema central. |      |   |   |   |       | X |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Entrega del Capítulo I   |      |   |   |   |       |   | X |   |       |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración del Mapeo de Involucrados                              |      |   |   |   |       |   |   |   | X     |   |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración de la Matriz de Análisis de Involucrados               |      |   |   |   |       |   |   |   |       | X |   |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Entrega del capítulo II  |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   | X |   |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración del Árbol de Problemas y Árbol de objetivos            |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   | X |        |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Entrega del capítulo III   |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   | X      |   |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración de la Matriz de Análisis de Alternativas               |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        | X |   |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración de la Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos       |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   | X |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Elaboración del Diagrama de Estrategias y el marco Lógico          |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   | X |   |            |   |   |   |         |   |   |   |
| Entrega del capítulo IV  |      |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |        |   |   |   | X          |   |   |   |         |   |   |   |



## CAPITULO VII

### 7.0 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.01 Conclusiones

- ✓ Se pudo comprobar que existe bajo apoyo por parte de las autoridades públicas en el desarrollo turístico.
- ✓ Existe interés por parte de la población para trabajar y aportar al desarrollo turístico del cantón.
- ✓ No existe el apoyo suficiente por parte de las autoridades del GAD Municipal.
- ✓ No existe la suficiente motivación hacia la comunidad para el desarrollo turístico del cantón.
- ✓ Con el desarrollo de éste proyecto no solo se beneficiaran los prestadores de servicios turísticos sino la comunidad en general.
- ✓ La ubicación geográfica es un factor primordial para la afluencia de turistas en el sector.
- ✓ El cantón La Maná es una fuente prometedora de ingresos.
- ✓ Las actividades turísticas que se ejecutan en el cantón La Maná brindan experiencias únicas al turista.
- ✓ Los turistas que visitan el cantón La Maná son en su totalidad turistas nacionales.

- ✓ Los principales tipos de turismo que se pueden realizar en el cantón La Maná son turismo de aventura y diversión.

## 7.02 Recomendaciones

- Se recomienda a las autoridades del GAD Municipal apoyar al desarrollo Turístico del cantón La Maná.
- Se recomienda a la población de La Maná aprovechar los recursos turísticos que posee el cantón.
- Se recomienda a los guías nativos hacer uso de los atractivos responsablemente y evitando la contaminación al Medio Ambiente.
- Se recomienda al Instituto Cordillera ampliar la malla curricular y enfatizar en el estudio de investigación y proyectos.
- Se recomienda a los prestadores de servicios turísticos del cantón La Maná mejorar su infraestructura turística.
- Se recomienda al Instituto Cordillera ampliar fuentes de información en cuanto a la elaboración de proyectos I+D+I.
- Se recomienda a las autoridades del GAD Municipal realizar talleres de capacitación turística dirigidos hacia la población.
- Se recomienda a los prestadores de servicios turísticos realizar un registro donde se constate el total de ingresos de turistas diarios.
- Se recomienda a la carrera de administración hotelera y turística realizar talleres constantes de capacitación para la realización de proyectos.

- Se recomienda a las autoridades del GAD Municipal del cantón La Maná dirigir un porcentaje de financiamiento al sector turístico.

## 8.0 ANEXOS

### 8.01 Modelo de la encuesta realizada

#### ADMINISTRACION TURISTICA Y HOTELERA

Con el propósito de desarrollar el proyecto de grado, previo a la obtención del título de tecnóloga en Administración de empresas Hoteleras y Turísticas, me permito solicitar a usted, se digne en contestar las siguientes preguntas sobre el desarrollo y difusión turística en el cantón la Maná

#### 1.- ¿Cuál es su lugar de procedencia?

\_\_\_\_\_

#### 2.- ¿Con qué frecuencia visita el cantón la Maná?

Una vez al mes  Cada semana  Una vez al año  Es residente

#### 3.- ¿Cuál es el motivo de visita al cantón la Maná?

Turismo  Familiar  Amigos  Trabajo

#### 4.- ¿Cree usted que el cantón la Maná cuenta con atractivos turísticos que deberían ser promocionados?

Si  No

#### 5.¿Cree usted que el cantón la Maná cuenta con infraestructura turística?

Si  No

**6.- ¿Considera usted que las autoridades del GAD Municipal del cantón la Maná se interesan por el desarrollo turístico del sector?**

Si No 

**7.- ¿Cree usted que es conveniente que la población del cantón la Maná se interese por el desarrollo y promoción turística del sector?**

Si No 

**8.- ¿Qué tipo de turismo se puede realizar en el cantón la Maná?**

Turismo Cultural  Turismo de diversión  Turismo de naturaleza  Turismo religioso

**9.- ¿Cree usted que es necesario realizar un plan de marketing turístico en el cantón la Maná para contribuir al desarrollo y difusión del sector?**

Si No 

**10.- ¿Por qué medio de comunicación le gustaría recibir información sobre los atractivos turísticos existentes en el cantón la Maná?**

Un documental  Cuñas publicitarias  Revista  Brochures

GOBIERNO AUTÓNOMO

DESCENTRALIZADO

MUNICIPAL



**Oficio N°OFI-92-SG-15 La Maná, 1 de Junio de 2015**

Señorita

Jessica Robalino

**ESTUDIANTE DEL INSTITUTO CORDILLERA**

Presente:

De mi consideración .-

El suscrito Ab. Edgar Esquivel Madrid, Secretario General del GAD Municipal La Maná, en cumplimiento a la disposición emitida por el Sr. Alcalde, mediante sumilla insertada en el OFI- S/N de fecha 01 de junio del 2015, referente a su solicitud, le autoriza para que proceda a realizar El Proyecto de Plan de Marketing en el Cantón La Maná, conforme a lo establecido en el referente documento presentado.

Adjunto: Original del oficio sumillado

Particular que comunico para los fines

consiguientes. Atentamente,

  
Ab. Edgar Esquivel Madrid,  
SECRETARIO GENERAL DEL  
GAD MUNICIPAL LA MANÁ



## 8.02 Anexos Fotográficos













## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cristhian Delgado, Paola Lorentti, M.Sc Víctor Osorio.* (2015). Obtenido de Diseño de un plan de Marketing para el desarrollo turístico del cantón Montecristi:  
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19011/1/Dise%C3%B1o%20de%20plan%20de%20marketing%20para%20el%20desarrollo%20tur%C3%ADstico%20del%20cant%C3%B3n%20Montecristi.pdf>
- DefiniciónABC.* (2015). Obtenido de Encuesta:  
<http://www.definicionabc.com/comunicacion/encuesta.php>
- El plan de marketing .* (s.f.). Obtenido de Antecedentes generales:  
<http://ficherovirtual.cl/pet/plan.html>
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia.* (2014). Obtenido de Definición de Turismo:  
<http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Estrategia, R. d.* (2010). *Puro Marketing.* Obtenido de Importancia de la Aplicación de un Plan de Marketing: <http://www.puromarketing.com/13/4922/importancia-plan-marketing-estrategia-comercial.html>
- Greivag.* (2013). Obtenido de Ecuador:  
[http://www.greivagturismo.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=26&Itemid=60](http://www.greivagturismo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=26&Itemid=60)
- INEC.* (28 de 07 de 2015). Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos :  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- La Gran Enciclopedia de Economía.* (2009). Obtenido de Desarrollo turístico definición:  
<http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>
- Marketingfree.* (2014). Obtenido de Plan de Mrketing: <http://www.marketing-free.com/marketing/plan-marketing.html>
- Ministerio de Turismo .* (s.f.). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Plan de marketing turistico para el cantón Guamote, provincia de Chimborazo.* (s.f.). Obtenido de  
<http://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/577/1/23T0118%20LOZANO%20P%20ATRICIO.pdf>
- Rafael Muñiz.* (2015). Obtenido de Marketing XXI: <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>

- Roberto Espinosa.* (2015). Obtenido de Definición de marketing mix:  
<http://robertoespinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Significados.* (2013). Obtenido de Marketing: <http://www.significados.com/marketing/>
- Slide Share.* (2015). Obtenido de Definición de Marketing Turístico:  
<http://es.slideshare.net/hmaida/marketing-turistico-11775359>
- Vernaza, F. (2014). La Mana Turística. *La Mana Turística*, 3.
- Vernaza, F. (s.f.). La Mana Turística. *La Mana Turística*, 6.
- Vernaza, F. (s.f.). La Maná Turística. *La Maná Turística*, 3.
- Visita Ecuador.* (s.f.). Obtenido de Datos Generales :  
<http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=507>
- Wikipedia.* (12 de 05 de 2015). Obtenido de Provincia de Cotopaxi:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Cotopaxi](http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Cotopaxi)