UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TEMA:

ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CASCADA "EL GUADUAL", DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI

AUTORAS:

XIMENA STEFANIA MOLINA CALVOPIÑA

EVELYN JOHANNA MORENO JEREZ

DIRECTOR DEL PROYECTO

DR. LUIS OSWALDO MANOSALVAS VACA

Puyo-Ecuador

Julio 2021

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscriben: Ximena Stefanía Molina Calvopiña con cédula de ciudadanía N° 0503889578 y Evelyn Johanna Moreno Jerez con cédula de ciudadanía N°: 1805151154 declaran que son autoras del proyecto de investigación titulado: **ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CASCADA "EL GUADUAL", CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI**; el cual constituye una colaboración personal realizada únicamente con la asesoría del Director del presente trabajo, Dr. Carlos Aníbal Manosalvas Vaca PhD. En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

En el cantón Pastaza, a los 19 días del mes de Julio del 2021.





Ximena Stefanía Molina Calvopiña

C.C.: 0503889578

Evelyn Johanna Moreno Jerez

C.C.: 1805151154

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE

SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el proyecto de Investigación/Trabajo de integración Curricular titulado: **ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CASCADA "EL GUADUAL", CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI.**



……..

Presidente del Tribunal

Dra. C. YOLANDA LORENA PAREDES ANDRADE



……..

Miembro del Tribunal

PhD. Ing. EDISON EDUARDO RUÍZ MÁRMOL



……..

Miembro del Tribunal

PhD. Ing. CLÍMACO GEOVANI ESPÍN ORTÍZ

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL

SISTEMA ANTI PLAGIO

Quien suscribe el presente Ing. Dr. Luis Manosalvas Vaca PhD. Con CI: 0602763302 Certifica que el Proyecto de investigación Trabajo de Integración Curricular titulado **"ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA CASCADA "EL GUADUAL", DEL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI"** ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 2 % (Dos por ciento).

En el cantón Pastaza a los días 19 del mes de Julio del 2021.



Dr. Luis Manosalvas Vaca PhD

Director de Proyecto de Investigación

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, Ximena Stefanía Molina Calvopiña y Evelyn Johanna Moreno Jerez, declaramos que el presente proyecto de investigación es de nuestra auditoria y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, asumimos la responsabilidad de legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Investigación Curricular.





Ximena Stefanía Molina Calvopiña

C.C.: 0503889578

Evelyn Johanna Moreno Jerez

C.C.: 1805151154

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios y a la vida por brindarnos sabiduría, salud, disciplina y la responsabilidad para poder alcanzar esta meta tan anhelada.

Nuestro agradecimiento más sincero a la Universidad Estatal Amazónica, carrera de Licenciatura en turismo por preparar excelentes profesionales.

Agradecemos a todas las personas que estuvieron a nuestro lado brindándonos su apoyo a lo largo de esta etapa universitaria.

Agradecemos a nuestro asesor, el Dr. Luis Manosalvas Vaca PhD quien nos compartió sus conocimientos y sabiduría en el campo turístico.

A nuestros amigos y compañeros de aula que supieron compartir gratos momentos y sacar unas sonrisas y por el apoyo que también nos supieron brindar durante este proceso de formación universitaria.

A nuestros docentes por el tiempo, esfuerzo y paciencia que nos dedicaron al compartir sus conocimientos, nos brindaron sus enseñanzas y nos compartieron buenos momentos que siempre llevaremos con nosotras.

Ximena Stefanía
Evelyn Johanna

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo se lo dedico a mi madre Mercedes Genoveva Calvopiña Hernández y a mi padre Segundo Francisco Molina Camino por ser mi apoyo incondicional en esta etapa de mis estudios universitarios.

A mis hermanos Daniela, Alejandra, Joel, a mis sobrinos, Esteban, María José y mis amigos que también dieron su granito de arena apoyándome, motivándome hasta poder cumplir esta meta que tanto anhelaba.

Finalmente quiero agradecer a Rina Monserrat Erazo Calvopiña por ser el ejemplo que quiero seguir y porque siempre ha estado conmigo apoyándome durante este largo proceso brindándome sus sabios conocimientos.

Ximena Stefanía

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado la vida y permitirme haber llegado a este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres por ser el pilar más importante de mi vida, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional encañándome principios y valores y nunca darme por vencida en cada paso de mi vida universitaria.

Finalmente quiero agradecer a mi amiga y compañera Ximena Molina porque sin el equipo que formamos no hubiésemos logrado esta meta.

Evelyn Johanna

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo investigativo se enfoca al diseño de estrategias para la promoción turística de la cascada “El Guadual, ubicada en el recinto de su mismo nombre perteneciente a la parroquia Pucayacu, cantón La Maná en la provincia de Cotopaxi; el problema de investigación planeado a manera de interrogante: ¿El diseño de estrategias permitirá desarrollar la promoción turística de la cascada “El guadual” ubicada en el Cantón la Maná, Provincia de Cotopaxi?, por ello, se proyecta como objetivo general: Diseñar estrategias para la promoción turística de la Cascada “El Guadual” ; para lograrlo se desarrollan tres objetivos específicos: Realizar un diagnóstico situacional de la Cascada “El Guadual”; Identificar el perfil del visitante de la Cascada “El Guadual”y; Proponer estrategias para la promoción turística de la Cascada “El Guadual”. Además, se realizó el diseño metodológico con un enfoque mixto, identificando a la población objetivo de 6´421.829 personas de las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pichincha y Bolívar pertenecientes a la Zona Sierra Centro del Ecuador y provincias cercanas a la Cascada “El Guadual” como son las provincias de Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, luego se calculó la muestra, siendo 663, posteriormente se diseñó el instrumento de investigación (encuesta) considerando los aspectos relacionados al perfil del visitante, sobre los medios por los cuales se informa y las estrategias de marketing aceptables; posteriormente se tabularon y analizaron los datos con la ayuda del sistema SPSS; con este análisis se diseñaron estrategias para la promoción turística de la Cascada “El Guadual”.

Palabras Clave: Turismo, Estrategias, promoción, atractivo turístico, Cascada “El Guadual”.

ABSTRACT AND KEYWORDS

The present research work focuses on the design of strategies for the promotion of tourism of the "El Guadual" waterfall, located in the area of the same name belonging to the parish of Pucayacu, canton La Maná in the province of Cotopaxi; the research problem planned as a question: Will the design of strategies allow the development of tourism promotion of the "El Guadual" waterfall located in the canton of La Maná, province of Cotopaxi? Therefore, the general objective is to design strategies for the tourism promotion of the "El Guadual" waterfall; to achieve this, three specific objectives were developed: to carry out a situational diagnosis of the "El Guadual" waterfall; to identify the profile of the visitor to the "El Guadual" waterfall; and to propose strategies for the tourism promotion of the "El Guadual" waterfall. In addition, the methodological design was carried out with a mixed approach, identifying the target population of 6,421,829 people from the provinces of the Guadual and El Guadual. 829 people from the provinces of Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pichincha and Bolivar belonging to the Central Sierra Zone of Ecuador and provinces close to the "El Guadual" waterfall such as the provinces of Los Ríos and Santo Domingo de los Tsáchilas, then the sample was calculated, being 663; Afterwards, the data was tabulated and analyzed with the help of the SPSS system; with this analysis, strategies were designed for the tourism promotion of the "El Guadual" waterfall.

Key words: Tourism, Strategies, promotion, tourist attraction, "El Guadual" waterfall.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS ii
CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE iii
SUSTENTACIÓN iii
CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL iv
SISTEMA ANTI PLAGIO iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD v
AGRADECIMIENTO vi
DEDICATORIA vii
DEDICATORIA viii
RESUMEN EJECUTIVO ix
ABSTRACT AND KEYWORDS x
ÍNDICE DE CONTENIDOS xi
ÍNDICE DE TABLAS xiv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES xv
ÍNDICE DE FIGURAS xvi
CAPÍTULO I 1
Introducción 1
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 2
1.2 PROBLEMA 2
1.4 OBJETIVOS 3
1.4.1 OBJETIVO GENERAL 3
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3
1.1 JUSTIFICACIÓN 4
CAPÍTULO II 5
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN 5
2.1 Antecedentes investigativos 5
2.2 BASES TEÓRICAS 6
2.4 El Sistema Turístico 6

2.5 Turismo Nacional 8
2.6 Turismo Interno 8
2.7 Paquete Turístico 9
2.8 Atractivo Turístico 9
2.9 Producto Turístico 9
2.10 Recurso Turístico 10
2.11 Promoción Turística 10
2.12 Estrategias 10
2.13 Tipo de Estrategias 11
2.14 Estrategias Internas 11
2.15 Estrategias Externas 11
2.16 La Estrategia 11
2.17 Las Estrategias competitivas 12
2.18 Clasificación de Estrategia 13
2.19 Administración Estratégica 14
2.20 Marketing 15
2.21 Marketing turístico 15
2. 22 Las 4 p de la mercadotecnia 15
2.24 Precio 16
2.25 Plaza 16
2.26 Promoción 16
CAPÍTULO III 17
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 17
3.1 Localización 17
3.2 Tipo de investigación 18
3.3 Métodos de Investigación 19
CAPÍTULO IV 21
RESULTADOS Y DISCUSIÓN 21
4.1 Resultados y Discusión 21
CAPÍTULO V 47

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 47
5.1 Conclusiones 47
5.2 RECOMENDACIONES 49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 50
ANEXOS 52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sistema de Tareas 19
Tabla 2 Población de turistas potenciales 20
Tabla 3 Planta turística del cantón La Maná 22
Tabla 4 Género del visitante 28
Tabla 5 Edad del visitante 28
Tabla 6 Procedencia del visitante 29
Tabla 7 Nivel de instrucción del visitante 29
Tabla 8 Ocupación del visitante 30
Tabla 9 Medio de información del visitante 31
Tabla 10 Medio de transporte del visitante 31
Tabla 11 Interés del visitante por conocer la Cascada “El Guadual” 32
Tabla 12 Compañía de viaje del visitante 32
Tabla 13 Actividades le gustaría realizar el visitante 33
Tabla 14 Tiempo de permanencia del visitante en el Recinto “El Guadual” 33
Tabla 15 Servicios le gustaría que le ofrezca el Recinto “El Guadual” 34
Tabla 16 Precio que el visitante pagaría 34
Tabla 17 Estrategias de promoción que influye en el visitante 35
Tabla 18 Medios de influencia para visitar la Cascada “El Guadual” 36
Tabla 19 Estrategias de promoción turística 37
Tabla 20 Facilidades turísticas 40

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Mapa de localización de la Cascada El Guadual 17
Ilustración 2 Fonotipo de la marca turística..... 39
Ilustración 3 Imagotipo de la marca turística 39
Ilustración 4 Imagotipo de la marca turística (animada) 39
Ilustración 5 Mapa de ubicación turística Cascada “El Guadual” 42
Ilustración 6 Infograma de la Cacada “El Guadual”..... 45
Ilustración 7 Postal de la Cacada “El Guadual” 43
Ilustración 8 Fanpage de la Cascada “El Guadual” 44
Ilustración 9 Video promocional de la Cascada “El Guadual”..... 46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 El Sistema turístico..... 8

CAPÍTULO I

Introducción

Ecuador es un país de contrastes, se encuentra categorizado entre los 17 países más diversos del mundo; se debe recalcar que el 19% (48.710 km^2) del territorio nacional ha sido declarado como área protegida del subsistema Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (47 en total). El país está atravesado por los hotspots Chocó de Darién y Andes Tropical, considerados como los de mayor diversidad endémica alrededor del mundo (Ministerio de Turismo, 2012, p.1).

La provincia de Cotopaxi se encuentra ubicada en la mitad de la Sierra Centro del país, posee atractivos turísticos naturales y culturales, con una gran potencialidad para el desarrollo de diferentes actividades turísticas, como turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo de aventura, turismo comunitario, agroturismo y otros (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Cotopaxi, 2016, p.98).

El cantón La Maná ubicado en la zona subtropical de la provincia de Cotopaxi, está localizado en las estribaciones de la cordillera occidental de Los Andes, se convierte en un cantón llamativo principalmente por su clima, ríos, cascadas, bosques subtropicales y escenarios paisajísticos llamativos (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Maná, 2016, p.27).

La parroquia de Pucayacu se caracteriza por su potencial agropecuario y turístico dado a sus condiciones ecológicas, geográficas y ambientales; aquí se encuentra el recinto El Guadual, a 15 minutos del centro parroquial, es una localidad rodeada de bosque subtropical y fincas ganaderas y agrícolas, a 30 minutos del centro del recinto, se ubica la cascada El Guadual (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pucayacu, 2016, p.12).

La Cascada “El Guadual” es un recurso turístico de categoría Sitio Natural, tipo Río, subtipo Cascada y jerarquía I; el mismo tiene potencial para convertirse en un atractivo turístico de importancia del cantón La Maná, esto se puede lograr si las autoridades le dieran atención para el mejoramiento del lugar y la aplicación de las estrategias de promoción turística que se proponen en el presente proyecto de investigación.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Cascada “El Guadual” es un recurso natural ubicado en el recinto “El Guadual” que tiene potencial para convertirse en un atractivo turístico del cantón La Maná; se encuentra a 12 Km. de distancia del centro parroquial de Pucayacu, a este sitio acuden visitantes aledaños del lugar, ya que se han enterado de la existencia de esta cascada; la misma se considera como un recurso natural que atrae a los visitantes por las características que se encuentran en el entorno.

Se identifica que el desinterés por parte de los organismos públicos competentes en el ámbito turístico tanto en su accionar como en su inversión para el impulso turístico, ya que no se ha realizado ningún tipo de promoción; esto determina como problema la insuficiente promoción turística de la cascada “El Guadual”, provocando una mínima visita a este recurso natural, por ende ausencia de ingresos económicos para las familias del recinto “El Guadual” y finalmente un escaso desarrollo turístico sostenible.

1.2 PROBLEMA

Se identifica como problema de la presente investigación, la interrogante: ¿El diseño de estrategias permitirá desarrollar la promoción turística de la cascada “El Guadual” ubicada en el Cantón la Maná, ¿Provincia de Cotopaxi?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias para la promoción turística de la Cascada “El Guadual” del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un diagnóstico situacional de la Cascada “El Guadual” del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.
2. Identificar el perfil del visitante de la Cascada “El Guadual” del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.
3. Proponer estrategias para la promoción turística de la Cascada “El Guadual” del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

1.1 JUSTIFICACIÓN

La evolución del turismo ha sido constante en los últimos años, tanto en América Latina como a nivel mundial; la visita a atractivos naturales se ha incrementado, ya que las familias han optado por visitar espacios abiertos que puedan recrearse y distraerse (Calderón, 2018, p.21).

El turismo se ha desarrollado de diferentes formas, se han creado diferentes destinos turísticos, se han creado diferentes modalidades, actividades y servicios complementarios en la actividad turística para la recreación y el disfrute de las personas que se movilizan de un lugar a otro; la promoción turística se ha utilizado para poder llegar con información e influencia en el cliente para que visite un lugar, compre un paquete turístico o compre un producto o servicio determinado, con base en la publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios (Pacheco, 2016, p.8).

Esta investigación se realiza porque la cascada El Guadual no es promocionada a nivel local, regional, nacional e internacional, por ello, requiere que se diseñe estrategias de promoción que permitan dar a conocer este recurso turístico para que obtenga una mejor acogida entre los visitantes y turistas y; de esta manera, incentivar un incremento del turismo, beneficiando así a los habitantes del sector creando oportunidades de empleo y dándole a la parroquia Pucayacu la oportunidad de desarrollarse aplicando diferentes tipos de turismo (comunitario, aventura, de naturaleza, gastronómico) que ayudará al mejoramiento de estilo de vida, y a generar nuevas fuentes de empleo para las personas que habitan en el lugar y sobre todo para el desarrollo turístico de la zona.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes investigativos

Según Pomasqui (2016), en su trabajo investigativo "Estrategias de Promoción de los Atractivos turísticos representativos de Otavalo" tiene como objetivo general el Plantear estrategias de promoción de los atractivos turísticos representativos de Otavalo, para dinamizar el sector turístico; para lograrlo, fue necesario el levantamiento de información a través de la aplicación de una encuesta a los turistas que arriban a Otavalo y una entrevista con funcionarios públicos del cantón y de la provincia para conocer la situación actual sobre la promoción y el manejo de Otavalo como un destino turístico. La investigadora concluye que las estrategias deben estar enmarcadas al posicionamiento de la marca turística de Otavalo, revitalización de los atractivos turísticos representativos de Otavalo, creación de un city tour y el planteamiento de medios tecnológicos por los cuales se difundirá la promoción turística de Otavalo (Pomasqui, 2016, p.18).

Según Duque (2014), en su trabajo investigativo "Revisión de las estrategias de promoción de los atractivos y servicios turísticos de la comuna Olón de la provincia de Santa Elena con el fin de preparar un plan de promoción turística local 2015" realizado por Duque Johanna. El objetivo de esta investigación es revisar la estrategia de promoción de los atractivos y servicios turísticos de la Comuna Olón; para lograr este objetivo se desarrolló un plan estratégico de promoción turística en la comuna denominado "Olón Playa 2015", este plan tiene como objetivo potencializar el turismo en la temporada alta del año 2015 y a su vez dejar sentada bases para continuar con la promoción turística de la comuna y darle un sitial en el mapa turístico del Ecuador (Duque, 2014, p.22).

2.2 BASES TEÓRICAS

La investigación bibliográfica permitió establecer las siguientes bases teóricas:

2.3 Turismo

De acuerdo a Guevara & Campos (2009) citado en Rodríguez (2018), "El turismo es un fenómeno social, cultural y económico, es aquel modelo que satisface nuestras necesidades presentes, sin comprometer la satisfacción de las futuras generaciones" (p.26).

Según la Organización Mundial del Turismo -OMT- (2017), El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (Valle, 2018, p.19).

Según el Art.2 de la Ley del turismo "Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos" (MINTUR, 2020, p.1).

2.4 El Sistema Turístico

Según Boullón (2006), define que el sistema turístico está compuesto por varios elementos como la infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico interrelacionados que propiciarán el bienestar a las necesidades de uso del tiempo libre". Es importante aclarar que no existe una única interpretación explicativa del sistema turístico, pero sí, que está conformado por varias

facetas y el estudio de cada una de ellas que ha dado paso a distintos modelos analíticos. El sistema turístico tiene algunas particularidades en su funcionamiento (Andy & Moya, 2020, p.21).

Según la OMT (2014), define que la naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

1. La demanda: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.

2. La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

3. El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

4. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo (OMT, 2014, p.47).

Figura 1

El Sistema turístico



Fuente: Organización Mundial del Turismo (2014)

2.5 Turismo Nacional

Se considera turismo nacional al traslado de las personas extranjeras que se han radicado en alguna ciudad del Ecuador y realizan viajes turísticos alrededor de otras ciudades del Ecuador con intención de retornar a la ciudad en la cual están radicadas (Quezada, 2019, p.43).

2.6 Turismo Interno

Según Carraballo (2000), se define turismo interno cuando el sujeto viaja a otro lugar pero dentro de su mismo país, con el beneficio de que durante su viaje va activando servicios turísticos dispersos en el territorio, pues regularmente viaja en grupo familiar y a diferencia del turista internacional, este va desplazándose por carreteras y alojándose tanto en cadenas hoteleras, hoteles pequeños o viviendas vacacionales, en ocasiones compran directamente

con el productor saltándose a los intermediaros y activando las economías rurales (Hernández, 2019, p.40).

2.7 Paquete Turístico

El MINTUR (2018), define al paquete turístico como: “Conjunto de servicios turísticos, prediseñado o ajustado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido y comercializado por una agencia de servicios turísticos” (p.2).

2.8 Atractivo Turístico

El atractivo turístico es aquel elemento que por sí mismo y en combinación con otros elementos, despierta el interés de visita de un grupo de personas a una determinada zona o región. Es el punto de inicio de las acciones complementarias que agregarán valor (MINTUR, 2019, p.4).

2.9 Producto Turístico

El producto turístico es el conjunto de recursos naturales y culturales, transformados a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, que, de manera conjunta con los servicios, generan la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes (MINTUR, 2019, p.4).

2.10 Recurso Turístico

El recurso turístico es el conjunto de elementos sean naturales o culturales que poseen características sobresalientes, y que pueden ser transformados en productos a través de un proceso de valor agregado, es decir, con la implementación de infraestructura, facilidades, actividades y capacidades humanas, generando así la posibilidad de satisfacer las necesidades de los visitantes (Ministerio de Turismo, 2019, p.4).

2.11 Promoción Turística

Según Núñez (2015), La promoción turística es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre lo que se incluye también las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing (Pacheco, 2016, p.7).

2.12 Estrategias

Son acciones potenciales que resultan de las decisiones de la gerencia y requieren la oportuna asignación de los recursos de la organización para su cumplimiento. Las estrategias constituyen los caminos que conducen a la organización a la visión esperada, son también definidas como cursos de acción para convertir a la organización en lo que quiere ser; es decir, caminos que le permitan alcanzar los objetivos de largo plazo. Pueden ser genéricas, alternativas, o específicas (D´Alessio, 2008, p.3).

2.13 Tipo de Estrategias

2.14 Estrategias Internas

Las estrategias internas son las que se desarrollan al interior de la organización con el fin de prepararla para desarrollar estrategias externas con mayor probabilidad de éxito. La evaluación interna ayuda a visualizar las estrategias internas que mejoren las debilidades de la organización y poder hacer uso intensivo de las competencias distintivas y fortalezas para competir con éxito en el sector industrial (D´Alessio, 2008, p.243).

2.15 Estrategias Externas

Para D´Alessio (2008), se denominan estrategias externas por referirse a aquellas que debe desarrollar la organización para intentar alcanzar la visión establecida y son alternativas, ya que al existir un abanico de ellas el proceso estratégico determinará cuáles de dichas estrategias, usualmente cuatro o cinco, aunque podrían ser más, serán las escogidas. Las estrategias internas, en cambio, son las que la organización desarrolla, como su nombre indica, al interior de sí misma, para mejorar aspectos que requiere sean hechos antes, o en paralelo, de la implementación de las estrategias externas; porque de lo contrario se podría poner en peligro el proceso de implementación de las estrategias externas (D´Alessio, 2008, p.232).

2.16 La Estrategia

Según Johnson y Scholes (1993), “estrategia es la dirección y alcance de una organización a largo plazo; consigue ventajas para la organización a través de su

configuración de los recursos en un entorno cambiante. Para hacer frente a las necesidades de los mercados y cumplir las expectativas de los accionistas". (Castro, 2010, p.3).

2.17 Las Estrategias competitivas

Porter (1985) "define la estrategia competitiva como aquella estrategia que supone una acción ofensiva o defensiva con el fin de crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas, de tal modo que se obtenga un resultado superior al promedio de las empresas competidoras del sector industrial". (Castro, 2010, p.5).

Kotler, (2012) menciona sobre las estrategias de marketing y su relación con ventas, que el marketing es el proceso de las organizaciones para alcanzar los objetivos de venta de productos o servicios, satisfacción de las necesidades, consumidores con valores agregados y los competidores, los objetivos de las empresas es incrementar sus ventas, enfocándose al máximo para lograr beneficio de las inversiones (Kotler, 2012, p.12).

Para el autor Porter (como citó Becerra, 2011) "La estrategia de marketing se fundamenta en escoger uno o más mercados metas y desarrollar una mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción) con el fin de satisfacer las necesidades o deseo de los mercados metas elegidas" (p. 39).

Según Kotler & Armstrong (2012), "Traza la lógica general de marketing, con la cual la unidad de negocios espera crear valor para el cliente y relaciones con él, así como las características específicas de mercados meta, posicionamiento y los niveles de gastos en marketing" (p. 7).

Las estrategias de marketing tienen relación con ventas y el marketing es el proceso de las organizaciones para alcanzar los objetivos de venta de productos o servicios, satisfacción de las necesidades, consumidores con valores agregados y los competidores, los objetivos de las empresas es incrementar sus ventas, enfocándose al máximo logrando beneficio de las inversiones. Las estrategias de marketing se diseñan con el fin de alcanzar

los objetivos propuestos y cumplen una función esencial en la dinámica comercial de las instituciones pues favorecen la comercialización (Kotler, 2012, p.14).

2.18 Clasificación de Estrategia

Estrategia Explícita

Cuando la estrategia es generada a través de un amplio proceso participativo y de consenso, mediante determinados cursos de acción; y comunicada abierta y ampliamente, tanto hacia el interior de la organización como hacia el exterior, a todos los participantes relevantes (D´Alessio, 2008, p.7).

Estrategia Implícita

Según D´Alessio (2008) menciona que la estrategia implícita es "Cuando no existe una creación deliberada de un plan, pero existe una dirección y un adecuado conocimiento de los objetivos de la organización" (p.7).

Estrategia de Producto de un proceso analítico formal disciplinado

Según D´Alessio (2008) menciona que producto de un proceso analítico formal disciplinado es "Cuando está orientado a una completa especificación de estrategias a niveles corporativos, unidad de negocio, y funcional" (p.7).

Estrategia de Producto de un proceso de enfoque del poder

Según D´Alessio (2008) menciona que producto de un proceso de enfoque del poder es "Cuando la estrategia es un proceso de negociación entre los jugadores claves" (p.7).

Estrategia de Patrón de acciones pasadas

Según D´Alessio (2008) menciona que **"**La estrategia emerge de un patrón de acciones de decisiones pasadas" (p.8).

Estrategia Planeada con una visión de futuro

Según D´Alessio (2008) menciona que "La estrategia es principalmente un vehículo de cambio que perfila nuevos cursos de acción. Según la secuencia, desde su formulación hasta que es implementada, la estrategia puede adquirir en alguna de estas fases una tipología particular: deliberada o emergente" (p.8).

2.19 Administración Estratégica

Según Arthur A. Thompson & A.J. Stricland (1998) describen que:

"La administración estratégica es el proceso de creación de estrategias y de su puesta en práctica. Se refiere al proceso administrativo de crear una visión estratégica, establecer los objetivos y formular una estrategia, así como implantar y ejecutar dicha estrategia, y después con el transcurso del tiempo, iniciar cualquier ajuste correctivo en la visión, los objetivos la estrategia o ejecución que parezca adecuados". (Torres Zacarias, 2014, p37).

Un proceso que explora y crea oportunidades nuevas y diferentes para el futuro de las organizaciones, basadas en la planeación, en la implementación y ejecución de lo planeado y, en la evaluación de resultados con miras a tomar decisiones anticipadas, en cuanto a crecimiento, desarrollo, consolidación, y sensación o desaparición. (Torres Zacarias, 2014, p38).

2.20 Marketing

Según AMA (1985) define el marketing como: “El proceso de planificación y ejecución del concepto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y colectivos”. (Monferrer, 2013, p.17).

2.21 Marketing turístico

El marketing es un proceso que permite conocer las necesidades y expectativas de las personas, debemos saber a qué tipo de población va dirigido la organización y así poder enfocarse en las estrategias de marketing turístico que se van a aplicar para captar el interés del consumidor y así satisfacer mejor sus peticiones, en la actualidad la sociedad está evolucionando y las necesidades de ellas también (Carpio Franco & Collantes Pincay, 2019, p19).

2. 22 Las 4 p de la mercadotecnia

La mercadotecnia es una serie de esfuerzos encaminados a que un producto o servicio sea recibido y aceptado por un mercado de consumo; las técnicas en las que se apoya son varias y complejas. Una de ellas es el marketing mix -mezcla de mercadotecnia- (Velázquez, 2020, p.6).

2.23 Producto

Según Velázquez producto “Es aquello que deseamos vender, sea un servicio, un bien intangible o un producto con valores físicos. El producto debe tener gran calidad o avances de innovación superiores a los de la competencia” (Velázquez, 2020, p.7).

2.24 Precio

Según Velázquez precio es “El valor del producto que vamos a vender es fundamental; si para la gente comprar lo que ofrecemos es caro, puede ser que no lo haga. Es necesario comparar precios con aquellos productos semejantes al nuestro. Se debe ser competitivos, hay que ofrecer un precio adecuado” (Velázquez, 2020, p.9).

2.25 Plaza

Según Velázquez la plaza “Esta se refiere a los lugares donde venderemos nuestro producto y a los canales de distribución. A mayor cantidad de sitios donde el consumidor pueda encontrar lo que ofrecemos, mayor cantidad de ventas” (Velázquez, 2020, p.11).

2.26 Promoción

Según Velázquez la promoción es “En este punto del proceso nos encargaremos de decirle a la gente que existimos y por qué le conviene adquirir nuestro producto. La labor de la publicidad es dar a conocer un producto o un servicio en un mercado determinado” (Velázquez, 2020, p.13).

Como análisis de los referentes teóricos investigados, se identifica que el referente más apegado a este trabajo es la base teórica de Kotler con relación a las estrategias, ya que menciona que se deben aplicar estrategias de marketing para la satisfacción de necesidades, ofrecerles a los clientes (en este caso visitantes) un valor agregado a lo existente. Además, por parte de Kotler la propuesta de desarrollar una mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción) es la base teórica para el presente proyecto de investigación, que se ha utilizado desde la metodología hasta la propuesta de estrategias de promoción turística para la Cascada “El Guadual”.

CAPÍTULO III

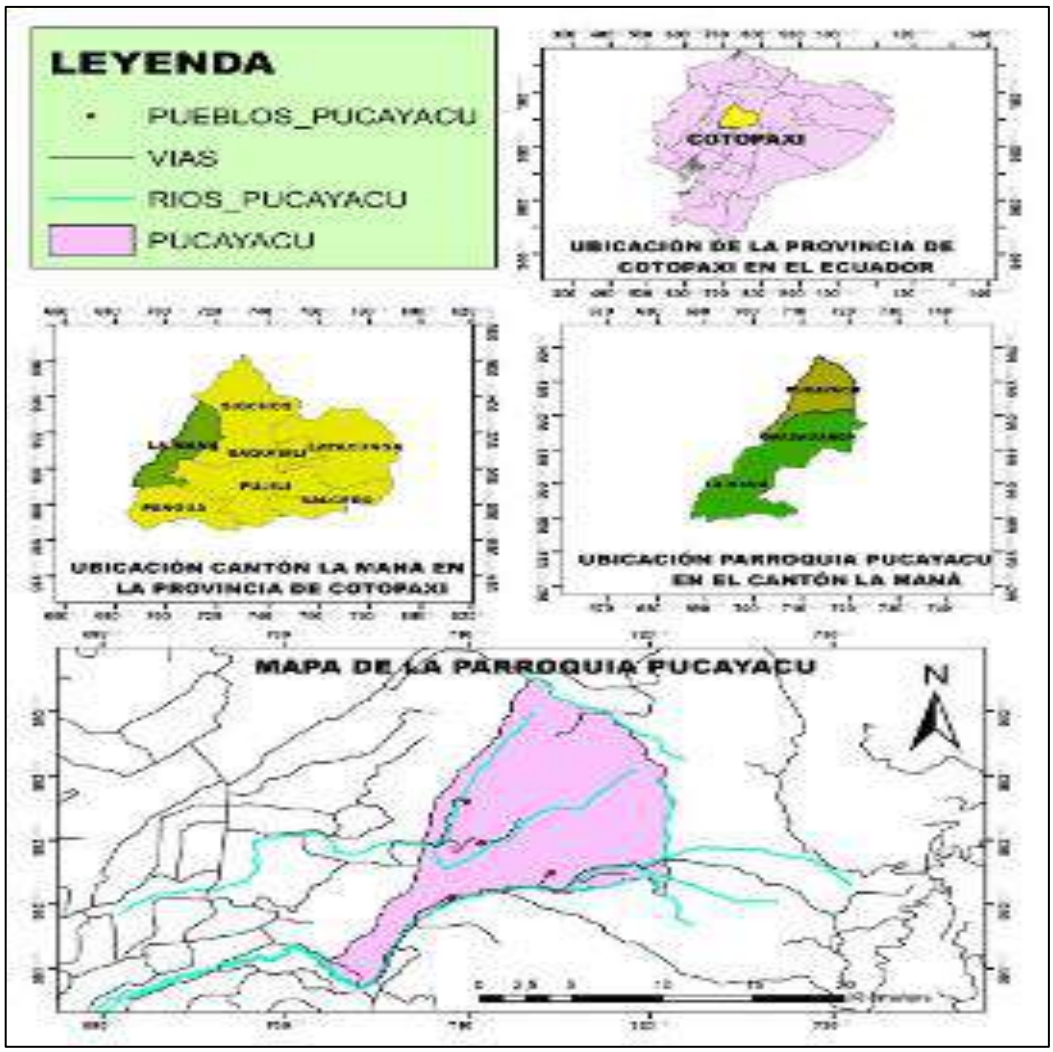
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

El proyecto se localiza en: País: Ecuador; Provincia: Cotopaxi; Cantón: La Maná; Parroquia: Pucayacu y; Recinto: El Guadual. La ubicación georreferenciada: Latitud: 66.0858 y Longitud: 79.2220.

Ilustración 1

Mapa de localización de la Cascada El Guadual



Fuente: Molina, X. 2021

3.2 Tipo de investigación

Esta investigación tiene un enfoque mixto, según Collins (2006) "implica combinar los enfoques cualitativo y cuantitativo en un mismo estudio". Es de tipo no experimental, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) "se realiza sin manipular deliberadamente variables, lo que se realiza en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos" y es transversal, según Hernández, Fernández y Baptista (2010) "la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado".

Descriptiva. - Es la investigación que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.80). Se realizó una descripción del objeto de estudio que es la Cascada "El Guadual" con base en la visita de campo (observación de campo) que se realizó en el mes de mayo de 2021.

No experimental. - Es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, lo que se realiza en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.149). Se aplica este tipo de investigación, ya que se acudió al sitio del objeto de estudio para su observación con el levantamiento de información en el sitio y la ficha de atractivo turístico, realizada en la visita de campo en el mes de mayo de 2021

Bibliográfica. - Es el proceso de recolección de información para la construcción de un objeto de investigación, se caracteriza por la utilización de documentos; recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.84). Se acudió a información secundaria para el diagnóstico y para la propuesta de las estrategias de promoción turística.

Transversal. - Es la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento

dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.151). Se realizaron análisis situacionales y la propuesta de estrategias con base a la información primaria y secundaria obtenida.

3.3 Métodos de Investigación

El método de investigación que se aplicó para el desarrollo del presente trabajo investigativo se detalla en el siguiente sistema de tareas:

Tabla 1
Sistema de Tareas

Objetivo general	Objetivos específicos	Técnica	Instrumento
Diseñar estrategias para la promoción turística de la Cascada "El Guadual" del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.	1. Realizar un diagnóstico situacional de la Cascada "El Guadual" del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.	Investigación Bibliográfica	Revisión de textos
		Observación de campo	Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos (Ministerio de Turismo del Ecuador)
		Análisis y solución	Ficha de caracterización turística de Comunidades (Ricaurte)
		Entrevista	Cuestionario semiestructurado
	2. Identificar el perfil del visitante de la Cascada "El Guadual" del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.	Encuesta	Cuestionario
	3. Proponer estrategias para la promoción turística de la Cascada "El Guadual" del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.	Propuesta	Estrategias de promoción turística

La población investigada son los turistas potenciales pertenecientes a las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Pichincha y Bolívar pertenecientes a la Zona Sierra Centro del Ecuador y provincias cercanas a la Cascada El Guadual como son las provincias de Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, total la población de estudio es de 6´421.829, estos datos son tomados del Censo 2010 con proyección al año 2020 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Las provincias tomadas en cuenta son:

Tabla 2

Población de turistas potenciales

N°	Provincia	Habitantes
Provincias de la Sierra Centro		
1	Cotopaxi	488.716
2	Tungurahua	590.600
3	Chimborazo	524.004
4	Pichincha	3'228.233
5	Bolívar	209.933
Provincias aledañas al cantón La Maná		
6	Los Ríos	921.763
7	Santo Domingo de los Tsáchilas	458.580
Total:		**6´421.829**

La **muestra** se determinó con el cálculo de una fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(\mathrm{N}-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Con el cálculo de la fórmula el resultado es de 663 como muestra de posibles visitantes de la Cascada El Guadual; es decir, se aplicó el instrumento a este número de personas a través de un cuestionario elaborado en Drive (aplicación de Google) utilizando los medios tecnológicos modernos.

Previamente se realizó la validación del instrumento a través de una prueba piloto, aplicada al 10% de la muestra, esta prueba pilo ayudó al entendimiento del instrumento por parte de los encuestados, la correcta redacción y ortografía del mismo y; la identificación del tiempo requerido para la aplicación del instrumento. Además, la tabulación de datos y el análisis estadístico se realizó a través del programa Producto de Estadística y Solución de Servicio (SPSS por sus siglas en inglés) para determinar los resultados obtenidos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados y Discusión

4.1.1. Objetivo Específico 1: Realizar un diagnóstico situacional de la Cascada "El Guadual"

Para realizar un diagnóstico situacional de la Cascada El Guadual se utilizó el Plan de Desarrollo y ordenamiento Territorial de la parroquia Pucayacu para identificar las generalidades de este recurso turístico, en el cual define que la Cascada se encuentra dentro de una zona de vida Bosque muy húmedo Pre Montano (bmhPM) con una temperatura de 27°C. Además, este recinto tiene una riqueza hídrica como es en toda la parroquia Pucayacu, existe una considerable disminución y pérdida del caudal de las fuentes de agua, tanto para consumo humano como para riego (PDyOT Pucayacu, 2014, p.26).

Es importante resaltar que existen varios problemas ambientales como:

- La deforestación
- Introducción de especies exóticas (Pino)
- La quema de páramos
- La inequidad en la distribución del suelo
- Toma de caudales en la fuente
- Avance incontrolado de la frontera agrícola
- Reducción de caudales de agua (PDyOT Pucayacu, 2014, p.27).

Además, se acudió al sitio (Cascada El Guadual) para realizar una investigación in situ con base a la observación de campo y la aplicación de la Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador (Ver Anexo N°1) en el cual se identificó que la Cascada El Guadual es un recurso que pertenece a la categoría de Sitio Natural, tipo Río, y jerarquía I.

El ingreso a la misma es libre y abierto todos los días, se localiza a 12 Km de distancia del centro de la parroquia Pucayacu con una vía de primer orden (asfaltado) y se ubica en buen estado; existen cooperativas de transporte que ingresan al recinto El Guadual con una frecuencia diaria como son: la Cooperativa Pucayacu y la Cooperativa Río San Pablo.

Se identificó que el ingreso para la Cascada "El Guadual" no tiene condiciones de accesibilidad para personas con capacidades específicas de movilidad ni tampoco con señalética general ni señalética turística, principalmente porque es un recurso natural que se encuentra en proceso de desarrollo para el turismo.

Con relación a la planta turística, se identificó que en el recinto "EL Guadual" no cuenta con la prestación de servicios turísticos, los establecimientos turísticos más cercanos se encuentran en la parroquia Pucayacu y con más variedad de servicios se encuentra en la ciudad de La Maná, como se detalla a continuación:

Tabla 3

Planta turística del cantón La Maná

Actividad turística: Alimentos y bebidas		
Subactividad: Bar		
Categoría	Mesas	Plazas-mesas
Segunda	30	120
Segunda	8	32
Tercera	10	40
Tercera	8	32
Tercera	8	32
Tercera	5	20
Tercera	9	36
Tercera	5	20
Tercera	12	48
Tercera	9	36
Actividad turística: Alimentos y bebidas		
Subactividad: Fuente de soda		
Categoría	Mesas	Plazas-mesas
Segunda	8	32
Tercera	7	28
Actividad turística: Alimentos y bebidas		
Subactividad: CAFETERÍA		
Categoría	Mesas	Plazas-mesas
Segunda	18	72
Actividad turística: Alimentos y bebidas		

Subactividad: Restaurante		
Categoría	Mesas	Plazas-mesas
Tercera	6	24
Tercera	12	48
Tercera	10	40
Tercera	10	40
Tercera	10	40
Tercera	11	44
Tercera	6	24
Tercera	8	32
Tercera	8	32
Tercera	8	32
Cuarta	10	40
Cuarta	7	28
Cuarta	10	40
Cuarta	4	16
Cuarta	8	32
Cuarta	8	32
Actividad turística: Alojamiento		
Subactividad: Casa de huéspedes		
Categoría	Camas	Plazas-camas
Única	0	6
Actividad turística: Alojamiento		
Subactividad: Hostal		
Categoría	Camas	Plazas-camas
1 estrella	52	52
1 estrella	52	52
2 estrella	33	33
3 estrella	0	0
Actividad turística: Alojamiento		
Subactividad: Hostal residencia		
Categoría	Camas	Plazas-camas
Tercera	49	49
Actividad turística: Alojamiento		
Subactividad: Hostería		
Categoría	Camas	Plazas-camas
3 estrella	0	0
3 estrella	24	24
3 estrella	43	43
3 estrella	9	9
Actividad turística: Alojamiento		
Subactividad: Hotel		
Categoría	Camas	Plazas-camas
2 estrella	0	0
2 estrella	43	43
2 estrella	19	19
2 estrella	64	64
3 estrella	30	30

4 estrella	151	151
Actividad turística: Alojamiento		
Subactividad: Hotel residencia		
Categoría	Camas	Plazas-camas
Cuarta	64	64
Actividad turística: Operación e intermediación		
Subactividad: Operador turístico		
Categoría		
Operador turístico	1	
Actividad turística: Recreación, diversión, esparcimiento		
Subactividad: Termas y balnearios		
Categoría	Mesas	Plazas-mesas
Segunda	17	68
Segunda	3	12
Segunda	5	20
Segunda	8	32

Fuente: Catastro Nacional, MINTUR 2018

Con relación a las facilidades turísticas en el entorno al recurso no cuenta con ninguna y tampoco cuenta con servicios complementarios a la actividad turística en el recurso natural. En el caso de la ciudad más cercana (La Maná) si cuenta con cajero automático y la venta de artesanías.

El estado de conservación del recurso es "conservado", aunque se identifica que existen factores de alteración cercanos al recurso natural como la minería, la incidencia de las actividades agrícolas y ganaderas. El entorno es "conservado" y también se identifica a las actividades agrícolas, ganaderas y a la deforestación como factores de alteración en su entorno. Las actividades que se realizan actualmente en la Cascada "El Guadual" es la natación y el disfrute del agua, así como alrededor de la cascada se puede hacer senderismo, observación de flora y fauna, actividades recreativas y camping.

Con relación a los servicios de comunicación de uso público que cuenta el recinto "El Guadual" es la telefonía fija y móvil, cuenta con conexión de internet por línea telefónica y fibra óptica.

En lo que se refiere a las políticas y regulaciones que enmarcan al recurso natural de la Cascada "El Guadual" y al recinto que lleva su mismo nombre, se identificó que el

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón La Maná no cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial, por ende, el desarrollo turístico de la Cascada "El Guadual" no se encuentra planificado. Con referencia a la promoción y comercialización de la Cascada "El Guadual" es nula, ya que no se realiza ninguna actividad promocional y mucho menos han desarrollado un plan de promoción turística de la parroquia Pucayacu ni del cantón La Maná. Un insumo importante que se debería contar, es el registro de visitantes a la Cascada "El Guadual", el cual no se realiza, a pesar que el ingreso de visitantes es abierto durante todo el año, cuando hay más ingreso de visitantes son los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio de origen de diferentes ciudades de las provincias de Cotopaxi, Los Ríos, Santo Domingo de los Tsáchilas, Bolívar, Tungurahua y Chimborazo.

La Cascada "El Guadual" constituye un recurso turístico, ya que según el MINTUR (2019) manifiesta que un recurso cuando presentan características sobresalientes y que, con la implementación de facilidades, infraestructura, actividades y capacidades humanas pueda transformarse en un atractivo turístico para satisfacer las necesidades de los visitantes/turistas.

Además, se aplicó la Ficha de Caracterización Turística de Comunidades (Ver Anexo N°2) para la identificación de potencialidades del entorno de la Cascada "El Guadual", con esta ficha se recopiló información adicional como los medios de transporte público que se cuenta para llegar al Recinto "El Guadual" como son buses, que es la Cooperativa Pucayacu con una frecuencia de un viaje diario y camionetas privadas para realizar carreras; que esta población cuenta con los servicios básicos y vías de acceso de segundo orden para el ingreso al recinto y hacia la Cascada "El Guadual" el ingreso es por un sendero solo para personas.

De igual manera, se aplicó una entrevista (Ver Anexo N°3) al Señor Aladino Medina, dirigente del recinto, con el objetivo de recopilar información descriptiva del Recinto "El Guadual" y de la Cascada que lleva su mismo nombre para el diagnóstico de la situación

turística para la propuesta de estrategias de promoción turística de la Cascada “El Guadual”, quien respondió 8 preguntas, que se detallan a continuación:

1. ¿Por qué se llama el Recinto “El Guadual”?

El recinto El Guadual lleva este nombre por la caña de guadua, ya que aquí existía gran cantidad de caña guadua, muy utilizada para la construcción de las viviendas de nuestros ancestros.

2. ¿Cuál es la historia del Recinto “El Guadual”?

El recinto es uno de los primeros en crearse antes de los demás recintos de la parroquia Pucayacu, nuestros antepasados comentan que algunos habitantes de Sigchos empezaron a trasladarse hacia ese lugar y así formaron el recinto “El Guadual”.

3. ¿Cada qué tiempo llegan turistas a visitar su Recinto y la Cascada “El Guadual”?

De junio a enero los turistas visitan el recinto, también el mes de febrero por carnaval. En este año 2021 recibieron 90 turistas de distintos lugares.

4. ¿Les gustaría fomentar el turismo sostenible en el Recinto?

Si nos gustaría fomentar el turismo sostenible, ya que cuando llegan los turistas no existe un control para el cuidado y conservación del atractivo.

5. ¿Alguna vez han recibido apoyo por parte del Gobierno Municipal de La Maná, Gobierno Provincial de Cotopaxi, ¿Gobierno Parroquial de Pucayacu o del Ministerio de Turismo?

Solo hemos recibido propuestas por la Junta Parroquial de Pucayacu y del Municipio de la Maná, pero no han recibido ningún apoyo.

6. ¿Han realizado alguna actividad de promoción turística para la cascada “El Guadual”?

Las actividades que hemos realizado es cuando hay elección de la reina del Recinto, ahí promocionan y visitan el atractivo.

7. ¿Les gustaría que se realizaran estrategias de promoción turística para la cascada "El Guadual"?

Si nos gustaría, si es que toda la población del Recinto "El Guadual" está de acuerdo.

8. ¿Qué les gustaría que se promocione del Recinto "El Guadual"?

Aparte de la promoción de la Cascada "El Guadual" se puede realizar un recorrido por la fábrica de panela y conocer el proceso de fabricación de forma artesanal, su comida típica, conocer la creación de artesanías con la pepa de tagua y compartir sus fiestas tradicionales del Recinto, ya que se realizamos eventos de toros de pueblo y la pampa mesa en la que compartimos alimentos entre todos los pobladores del Recinto El Guadual".

4.1.2. Objetivo Específico 2: Identificar el perfil del visitante de la Cascada "El Guadual" del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

Para identificar el perfil del visitante se aplicó la técnica de la encuesta a través de un cuestionario (Ver Anexo N°4) con 15 preguntas (cerradas y de selección múltiple). Se aplicaron 663 encuestas a través de Google drive vía internet, la información recopilada se tabuló y sistematizó en gráficos explicativos en el sistema SPSS. Los resultados se detallan a continuación:

Pregunta N° 1. ¿Cuál es su género?

Tabla 4

Género del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Masculino	346	52%
Femenino	317	48%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

Se identificó que el 52% de género masculino y el 48% de los encuestados son de género femenino; siendo representativo que la mayoría de los visitantes son de género masculino; como se observa en la tabla 3. Estos datos revelan que existe una proporción similar entre ambos géneros

Pregunta N° 2. ¿Cuál es su edad?

Tabla 5

Edad del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
20 a 30	197	30%
31 a 40	183	28%
41 a 50	143	22%
51 a 60	92	14%
Mayor de 61	48	7%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 4 se observa la edad de los encuestados siendo que los rangos de edad más representativos son: De población adulta joven que oscila su edad entre 20 a 50 años de edad (58%) y el rango de 51 a 60 años es el 14% y población mayor de a 61 años es el 7%.

Pregunta N° 3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Tabla 6

Procedencia del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Cotopaxi	195	29%
Los Ríos	171	26%
Santo Domingo de los Tsáchilas	97	15%
Tungurahua	68	10%
Bolívar	57	9%
Pichincha	47	7%
Chimborazo	28	4%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 5 se observa que la procedencia de los visitantes se desglosa principalmente de 6 provincias: Cotopaxi (29%), Los Ríos (26%), Santo Domingo de los Tsáchilas (15%), Bolívar (9%), Tungurahua (10%), Pichincha (7%) y Chimborazo (4%). Representando que la mayoría de visitantes son de las provincias de Cotopaxi (ya que el recurso natural pertenece a esta provincia) y a la provincia de Los Ríos ya que es la provincia más cercana a la Cascada “El Guadual”.

Pregunta N° 4. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Tabla 7

Nivel de instrucción del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Primaria	201	30%
Secundaria	298	45%

Universitaria	135	20%
Posgrado	29	4%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En lo relacionado a nivel de instrucción del visitante, en la tabla 6 se observa que varía de la siguiente manera: Primaria (30%), Secundaria (45%), Universitaria (20%) y Posgrado (4%).

Pregunta N° 5. ¿Cuál es su ocupación?

Tabla 8

Ocupación del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Empleado Privado	309	47%
Estudiante	244	37%
Empleado Público	87	13%
Jubilado	23	3%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 7 con relación a la ocupación de la población encuestada, se identifica que son: Empleado Privado (47%), Estudiantes (37%), Empleado Público (13%), y Jubilado (3%).

Pregunta N° 6. ¿Por cuál medio se informa usted para realizar sus viajes de turismo?

Tabla 9

Medio de información del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Internet	413	62%
Referencias Amigos/ Familia	248	37%
Tv	2	0%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

Se observa en la tabla 8 el medio por el cual se informa el turista para realizar sus viajes, manifiesta el 62% que es a través de internet, el 37% por referencias de amigos y familiares y; el nulo 0% se informa a través de la Televisión.

Pregunta N° 7. ¿Por cuál medio de transporte realiza sus viajes?

Tabla 10

Medio de transporte del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Auto propio	431	65%
Auto de alquiler	134	20%
Bus	98	15%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 9 se muestra las respuestas de los encuestados con relación al medio de transporte que utilizan para realizar sus viajes, es que la gran mayoría se trasladan en sus autos propios (65%), que realizan carreras (alquiler de auto) un 20% y finalmente, una minoría (15%) que realizan sus viajes en bus.

Pregunta N° 8. ¿Le gustaría conocer la Cascada "El Guadual", en la parroquia Pucayacu, cantón La Maná, ¿Provincia de Cotopaxi?

Tabla 11

Interés del visitante por conocer la Cascada "El Guadual"

VARIABLE	FREC.	(%)
Sí	601	91%
No	62	9%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En esta pregunta la tabla10 muestra, que la gran mayoría responde que sí le gustaría conocer la Cascada "El Guadual" representando el 91% de los encuestados y; la diferencia del 9% responde que no.

Pregunta N° 9. Si su respuesta es sí, ¿Usted viajaría con?

Tabla 12

Compañía de viaje del visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Con familia	224	34%
Con amigos	213	32%
Compañeros de trabajo/estudios	205	31%
Solo/a	21	3%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 11 se observa que, la mayoría de personas que respondieron que sí les gustaría conocer la Cascada "El Guadual", respondieron a esta pregunta; obteniendo resultados que les gustaría viajar con su familia (34%), con amigos (32%), con compañeros de trabajo o de estudios (31%) y viajar solo/a (3%).

Pregunta N° 10. ¿Qué actividades le gustaría realizar en la Cascada "El Guadual"?

Tabla 13

Actividades le gustaría realizar al visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Realizar actividades de recreación	275	41%
Realizar deportes de aventura	213	32%
Realizar senderismo	121	18%
Visitar y convivir con familias de la población del Recinto "El Guadual"	54	8%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

La tabla 12 muestra la relación a las actividades que le gustaría realizar en su permanencia en la Cascada "El Guadual", mencionaron que realizar actividades de recreación tiene gran mayoría (41%), realizar deportes de aventura (32%), realizar senderismo (18%) y; finalmente, visitar y convivir con familias de la población del recinto (8%).

Pregunta N° 11. ¿Cuánto tiempo permanecería en el Recinto "El Guadual"?

Tabla 14

Tiempo de permanencia del visitante en el Recinto "El Guadual"

VARIABLE	FREC.	(%)
1 día	642	97%
2 días	20	3%
3 días	1	0%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 13 se observa, el tiempo que los visitantes permanecerían en la Cascada "El Guadual", por parte de la gran mayoría de encuestados responden que sólo un día (97%), quienes permanecerías dos días son un mínimo (3%) y un nulo 0% que se quedarían 3 días.

Pregunta N° 12. ¿Cuáles servicios le gustaría que le ofrezca el Recinto "El Guadual"?

Tabla 15

Servicios le gustaría que le ofrezca el Recinto "El Guadual"

VARIABLE	FREC.	(%)
Alimentación	558	84%
Recreación/Animación	47	7%
Guianza local	43	6%
Hospedaje	15	2%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 14 se observa que, los servicios más demandados por los visitantes es la alimentación (84%), seguido por los servicios de recreación/animación (7%), la guianza local (6%) y finalmente el hospedaje (2%).

Pregunta N° 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una visita turística a la Cascada "¿El Guadual" por un día de actividades turísticas, salida desde el centro de La Maná?

Tabla 16

Precio que el visitante pagaría

VARIABLE	FREC.	(%)
De $10 a $20	304	46%
De $21 a $30	299	45%
De $31 a $40	60	9%

De $41 a $50	0	0%
De $51 a $60	0	0%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 15 muestra, la identificación del pago que estaría dispuesto a pagar el visitan por un día de actividades turísticas que incluya los servicios de transporte, alimentación, guianza y animación (salida desde el centro de La Maná), manifiesta la mayoría (46%) que pagaría de $10 a $20, un porcentaje importante (45) % manifiesta que pagaría de $21 a $30, 10 a30 el 9% menciona que pagaría de $31 a $40; mientras que no hay aceptación de pagar de $41 a $50 y de $51 a $60 es decir 0%.

Pregunta N° 14. ¿Si se implementaran estrategias de promoción turística de la Cascada "¿El Guadual", usted acudiría a visitarla?

Tabla 17

Estrategias de promoción que influye en el visitante

VARIABLE	FREC.	(%)
Sí	596	90%
No	67	10%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la tabla 16 se observa que, al preguntarle a la población encuestada acerca de su visita a la Cascada "El Guadual", si se implementaran estrategias de promoción turística, mencionó la gran mayoría (90%) que sí lo haría, y solo un escaso 10% respondió que no.

Pregunta N° 15. Del siguiente listado, ¿Cuáles medios le ayudaría a motivar su visita a la Cascada "El Guadual"?

Tabla 18

Medios de influencia para visitar la Cascada "El Guadual"

VARIABLE	FREC.	(%)
Publicaciones en una fanpage de la red social Facebook	271	41%
Video promocional difundido en redes sociales e internet	147	22%
Publicaciones en una página web	116	17%
Imagen publicitaria de la Cascada "El Guadual" para la difusión	95	14%
Difusión del atractivo a través de medios impresos	34	5%
TOTAL	663	100%

Análisis e interpretación

En la última pregunta, los encuestados respondieron en su gran mayoría (41%) que el medio que ayudaría a motivar su visita a la Cascada "El Guadual" sería a través de publicaciones en una fanpage de la red social Facebook, el 22% manifiesta que a través de un video promocional difundido en redes sociales e internet, el 17% manifiesta que a través de publicaciones en una página web, el 14% a través de una imagen publicitaria de la Cascada "El Guadual" para la difusión y; finalmente, el 5% manifiesta que a través de la difusión del atractivo a través de medios impresos.

Como resultado final de esta encuesta se identifica el **perfil del visitante** de la Cascada "El Guadual", que es el siguiente: Visitante de género masculino (en su mayoría) entre los 20 a 50 años de edad proveniente de la provincia de Cotopaxi y Los Ríos (en su mayoría), es empleado privado y/o estudiante, se informa por medios virtuales y redes sociales con base a productos de tipo multimedia; viaja en su auto propio con sus amigos y/o familia y compañeros de trabajo o estudio; busca un encuentro con la naturaleza, el disfrute de actividades turísticas en las ruralidades, actividades de recreación y animación, que demanda alimentación y la guía de personas del recinto El Guadual, se quedaría solamente un día y estaría dispuesto a pagar entre $10 a $30 por día.

4.1.3. Objetivo Específico 3: Proponer estrategias para la promoción turística de la Cascada "El Guadual" del cantón La Maná, provincia de Cotopaxi

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada a los visitantes de la Cascada "El Guadual", los resultados de la entrevista realizada al dirigente del recinto y tomando en cuenta que el marketing es un proceso que permite conocer las necesidades y expectativas de las personas, para poder enfocarse en las estrategias de promoción turística que se van a aplicar para captar el interés del consumidor y así satisfacer mejor sus peticiones, se proponen estrategias de promoción turística basadas en la 4p del Marketing (Producto, Precio, Plaza y Promoción), que son las siguientes:

Tabla 19

Estrategias de promoción turística

			Estrategias
1	Con relación al Producto	**Posicionamiento de la marca turística.**	• Definición del nombre o fonotipo: Cascada "El Guadual" • Marca turística: Cascada "El Guadual" • Imagotipo: Combinación de imagen y texto. • Slogan: Es el lema publicitario, es la frase identificativa de la marca Cascada "El Guadual", sirve para realizar propaganda y el posicionamiento de la marca. • Implementación de facilidades turísticas para el desarrollo de la visitación turística.
2	Con relación al Precio	**Aplicación de políticas con relación al precio.**	• Definición del precio con base a los costos que se toman en cuenta por los servicios utilizados, aplicando un rango de utilidad entre el 20% y 30%. • Aplicación de descuentos del 5% y 10% por grupos de turistas. • Entrega de regalías por la recomendación de grupos de turistas de más de 20 personas.
3	Con relación al Plaza	**Posicionamiento de la Cascada "El Guadual" como un referente de turismo de naturaleza en la parroquia Pucayacu.**	• Ubicación del producto turístico Cascada • Difusión de material informativo de la Cascada "El Guadual" como una infografía digital.

4	Con relación al Promoción	**Convenios para la promoción y elaboración de productos promocionales**.	• "El Guadual" en el mercado turístico orientado al target de clientes de acuerdo al perfil del visitante a través de una fanpage en la red social Facebook (https://www.facebook.com/cascada.elguadual.es) • Convenios con la Operadora turística "Xplora" del cantón la Maná y Operadoras turísticas del cantón Latacunga (Por llevar grupos de 5 personas se les entregará una postal para cada uno de visitantes). • Diseño y difusión de un video promocional del Cascada "El Guadual" para difundirlo en redes sociales, YouTube y en diferentes medios comunicacionales de internet, actualmente se encuentra en Facebook en el siguiente link: https://www.facebook.com/cascada.elguadual.es/videos/988802708598452

Estrategias con relación al Producto:

- Posicionamiento de la marca turística
  - Definición del nombre o fonotipo: Cascada "El Guadual"
  - Marca turística: Cascada "El Guadual"
  - Imagotipo: Combinación de imagen y texto.
  - Slogan: Es el lema publicitario, es la frase identificativa de la marca Cascada "El Guadual", sirve para realizar propaganda y el posicionamiento de la marca.

Ilustración 2

Fonotipo de la marca turística

Cascada “El Guadual”

Ilustración 3

Imagotipo de la marca turística



Ilustración 4

Imagotipo de la marca turística (animada)



- Implementación de facilidades turísticas para el desarrollo de la visitación turística.
  - Desarrollo e implementación de facilidades turísticas como las siguientes:

Tabla 20

Facilidades turísticas

N°	Facilidades Turísticas	Actividades
1	Vías de acceso	Mejoramiento de la vía de acceso al recinto "El Guadual" (vía de segundo orden) por parte del Gobierno Provincial de Cotopaxi, de acuerdo a su competencia.
2	Señalética turística desde el centro de La Maná hasta el Recinto "El Guadual"	Identificación de la ubicación de la señalética en lugares estratégicos para que los turistas y visitantes lleguen al recinto "El Guadual". Implementación de la señalética turística desde el centro de La Maná hasta el Recinto "El Guadual", de acuerdo al estudio realizado.
3	Sendero desde el Recinto El Guadual hasta la cascada "El Guadual"	Levantamiento de información de las características del Sendero. Diagramación de la Ruta del Sendero. Estudio para la implementación de señalética del Sendero. Estudio de la flora y fauna del sector para la colocación de letreros informativos y pictogramas. Implementación de la señalética del Sendero. Mantenimiento del sendero.
4	Información turística	Propuesta de un Centro de Información Turística en el Gobierno Municipal y financiado por la misma institución de acuerdo a sus competencias, para facilitar información turística de todo el cantón y especialmente de la Cascada "El Guadual". Desarrollo de insumos promocionales para entregarlos a los turistas en el Centro de Información Turística.

	Convenio entre el Gobierno Municipal de la Maná y el Gobierno Provincial de Cotopaxi para la entrega de insumos promocionales del cantón La Maná (incluyendo la Cascada "El Guadual") en el Centro de Información y Promoción Turística de Cotopaxi ubicado en el Mall "La Maltería" en la ciudad de Latacunga.

Estrategias con relación al Precio:

- Aplicación de políticas con relación al precio
  - Definición del precio con base a los costos que se toman en cuenta por los servicios utilizados, aplicando un rango de utilidad entre el 20% y 30%.
  - Aplicación de descuentos del 5% y 10% por grupos de turistas.
  - Entrega de regalías por la recomendación de grupos de turistas de más de 20 personas.

Estrategias con relación al Plaza:

- Posicionamiento de la Cascada "El Guadual" como un referente de turismo de naturaleza en la parroquia Pucayacu.

Ilustración 5

Mapa de ubicación turística Cascada "El Guadual"



- Difusión de material informativo de la Cascada "El Guadual" como una infografía digital.

Ilustración *6*

Infograma de la Cascada "El Guadual"



Estrategias con relación a la Promoción:

- Convenios para la promoción y elaboración de productos promocionales.

- Convenios con la Operadora turística “Xplora” del cantón la Maná y Operadoras turísticas del cantón Latacunga (Por llevar grupos de 5 personas se les entregará una postal para cada uno de visitantes).

Ilustración *7*

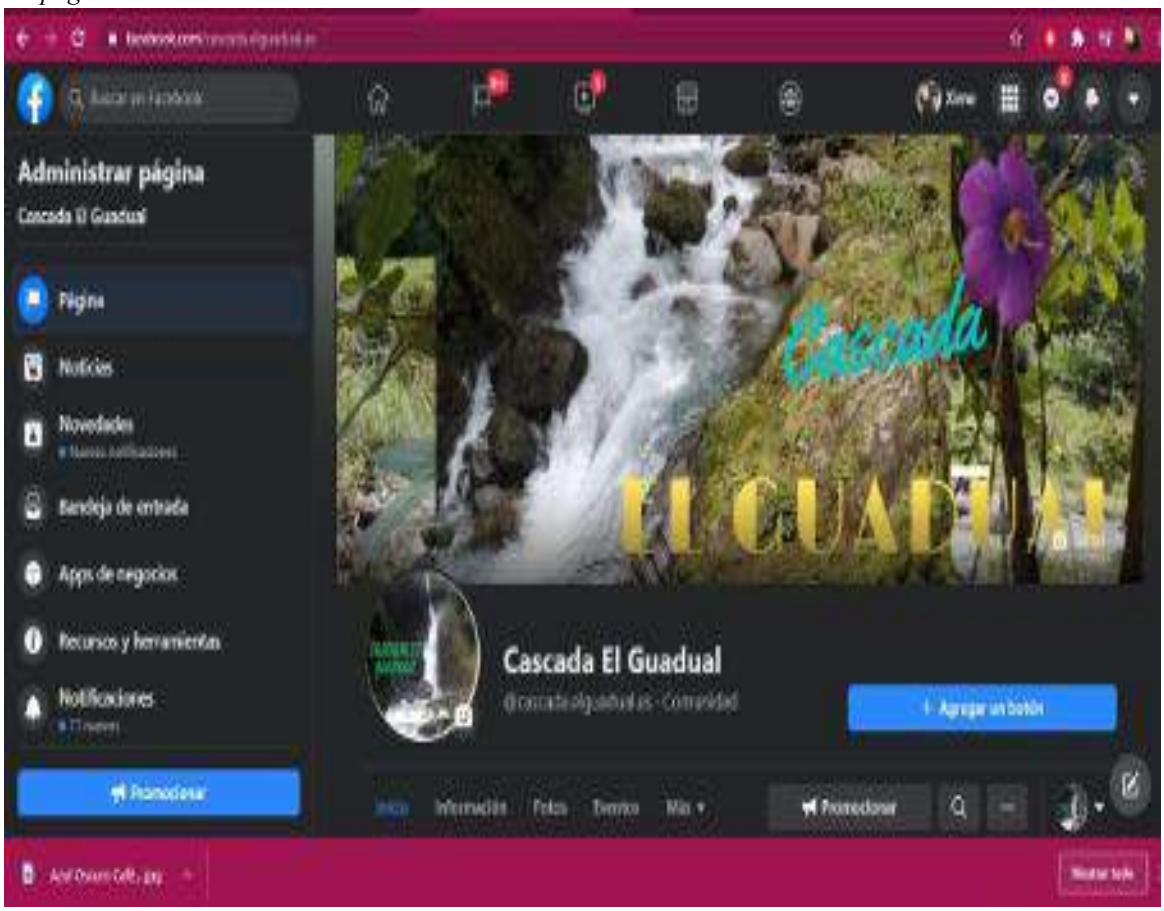
Postal de la Cascada “El Guadual”



- Ubicación del producto turístico Cascada “El Guadual” en el mercado turístico orientado al target de clientes de acuerdo al perfil del visitante a través de una fanpage en la red social Facebook (https://www.facebook.com/cascada.elguadual.es)

Ilustración *8*

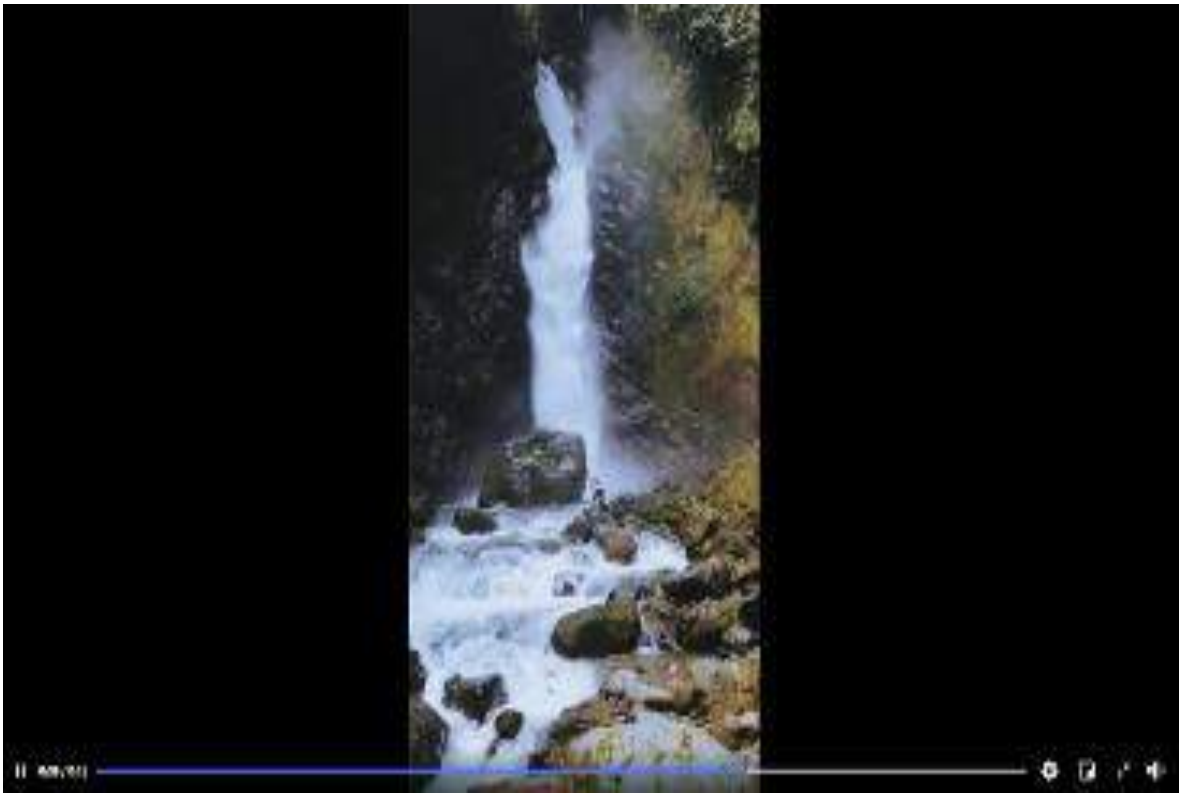
Fanpage de la Cascada "El Guadual"



- Diseño y difusión de un video promocional del Cascada "El Guadual" para difundirlo en redes sociales, YouTube y en diferentes medios comunicacionales de internet, actualmente se encuentra publicado en la red social Facebook en el siguiente link: https://www.facebook.com/cascada.elguadual.es/videos/988802708598452

Ilustración 6

Video promocional de la Cascada "El Guadual"



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En el diagnóstico se puede evidenciar que Pucayacu tiene recursos naturales que representan un potencial turístico importante para el cantón La Maná, especialmente por la presencia de la Cascada "El Guadual" con la categoría Sitio Natural, tipo Río y subtipo Cascada; cuenta con la suficiente planta turística (Cantón La Maná) para atender al mínimo de visitantes que actualmente llegan al mencionado recurso; con relación a facilidades turísticas en el entorno al atractivo no cuenta con ninguna y tampoco cuenta con servicios complementarios a la actividad turística. Por último, se ha evidenciado la calidad del recurso que es "conservado" y que posee una belleza paisajística natural, esto permite que se promocione para que turistas y visitantes puedan disfrutar de la Cascada "El Guadual".

- Se puede evidenciar que el perfil del visitante de la Cascada “El Guadual”, es una población adulta joven que oscila su edad entre 20 a 50 años de edad proveniente de la provincia de Cotopaxi y Los Ríos (en su mayoría), es empleado privado y/o estudiante, se informa por medios virtuales y redes sociales con base a productos de tipo multimedia; viaja en su auto propio con sus amigos y/o familia y compañeros de trabajo o estudio; busca un encuentro con la naturaleza, el disfrute de actividades turísticas en las ruralidades, actividades de recreación y animación, que demanda alimentación y la guía de personas del recinto El Guadual, se quedaría solamente un día y estaría dispuesto a pagar entre $10 a $30 por día; este visitante se convierte en el público objetivo a quien llegar con las estrategias de promoción turística.

- Se realizaron diversas estrategias de promoción turística con base a un Marketing mix (Producto, Precio, Plaza y Promoción); con relación al producto se tomó en cuenta desde el nombre, el slogan, el logotipo hasta la implementación de facilidades turísticas para la visitación de la Cascada “El Guadual”; con relación al Precio, se utilizaron los resultados de las encuestas para definir el precio del paquete turístico que estarían dispuestos a pagar los visitantes; con relación a la plaza se consideran estrategias de promoción basadas en la ubicación del recurso turístico y finalmente; estrategias con relación a la promoción utilizando la información del estudio de mercado y orientadas a las demandas modernas y digitales. Estas estrategias se encuentran aptas para su implementación para el aporte de la promoción turística de la Cascada “El Guadual”.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda seguir aplicando la Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos (Ministerio de Turismo del Ecuador) así como la Ficha de caracterización turística de Comunidades periódicamente para contar con información actualizada para brindar a los visitantes de la Cascada “El Guadual”.

- Es recomendable identificar otros posibles atractivos naturales y culturales del sector, tanto del recinto El Guadual como los demás recintos de la parroquia Pucayacu para el desarrollo turístico del cantón la Maná.

- Finalmente, se recomienda aplicar las estrategias de promoción de acuerdo a la demanda del mercado y de las formas novedosas de comunicación y difusión para que aporte al desarrollo de la Cascada “El Guadual” como atractivo turístico del cantón La Maná.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asamblea Nacional del Ecuador. (2020). *Ley de Turismo*. Ecuador. Obtenido de www.turismo.gob.ec. 1(1), 1-12.

Calderón J. (2018). Turismo rural en el Ecuador, caso vistas áreas naturales, 1(1), 1-152.

Collantes, D & Carpio, M. (2019). Marketing turístico para incrementar el posicionamiento local del hotel suites Don Juan en la ciudad de Milagro, 1(1), 1-58.

D´Alessio, F. (2008). El *proceso estratégico: Un enfoque de gerencia Pearson Educación.* México. 1(1), 1-475.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Maná. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón La Maná, 1(1), 1-417.

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Pucayacu. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Pucayacu, 1(1), 1-204.

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Cotopaxi. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Cotopaxi, 1(1), 1-258.

Hernández. Á (2019). Esquema para evaluación de la satisfacción del turismo gastronómico. Caso: turismo interno en México. 1(1), 1-201.

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2010). Metodología de la Investigación. *Mcgraw-hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.* 5(1), 1-656.

Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010). Censo de Población y Vivienda. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/

Kotler, J. P. y Armstrong, G. (2012). Marketing. *Pearson Educación*, (14)1, 1-720.

Kotler, P. (2012). New Faces of Marketing In The Era of The Web: From Marketing. *Journal of Research in Marketing*, 2(2), 1-6.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2012) Cifras Turismo Ecuador. Obtenido de www. turismo.gob.ec,1(1), 1-2.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2018) Reg*lamento de operación e intermediación turística del Ecuador.* Obtenido de www.servicios.turismo.gob.ec.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2019) *Manual estructura de productos con base a un atractivo turístico*. Ecuador. MINTUR 2da Edición, 1(2), 1-16.

Monferrer, D. (2013). Fundamentos de Marketing. g. En D. Monferrer, Fundamentos de Marketing, 3-159.

Moya, M & Andy, M. (2020). Análisis del impacto socioeconómico del covid-19 en el mercado laboral hotelero de la ciudad Puyo. 1(1), 1-68.

Organización Mundial del Turismo (2014). Introducción al Turismo, 1(1), 1-393.

Pacheco. O (2016). Investigación y evaluación sobre las actividades de promoción turística, con el fin de elaborar un plan de promoción turística en la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos. 1(1), 1-201.

Porter, M. (2011). Estrategia competitiva. *Free press*, 1(1), 1-293.

Quezada. J (2019). Estudio de la demanda turística nacional con preferencias en turismo en la ciudad de Cuenca. 1(1), 1-92.

Rodríguez, L. (2018). Estudio de un plan de negocios para la creación de una operadora de turismo comunitario en la Parroquia Belisario Quevedo. 1(1), 1-193.

Valle. A (2018).: Análisis de la accesibilidad para turistas con capacidades motrices reducidas en el sistema turístico endógeno de la ciudad de Guayaquil. 1(1), 1-122.

Torres, Z. (2014).: Administración estratégica. México. Instituto Politécnico Nacional. 1(1), 1-127.

Castro, E. (2010).: Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las

empresas. Obtenido de https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7073/6758, 1(1), 1-30.

Velázquez, R. (2020).: Las 4 P de la mercadotecnia. México. Obtenido de https://www.:las4pdelamercadotecnia/docencia/P_Presentaciones/prepa1/2020/diseno.pdf, 1(1), 1-15.

ANEXOS

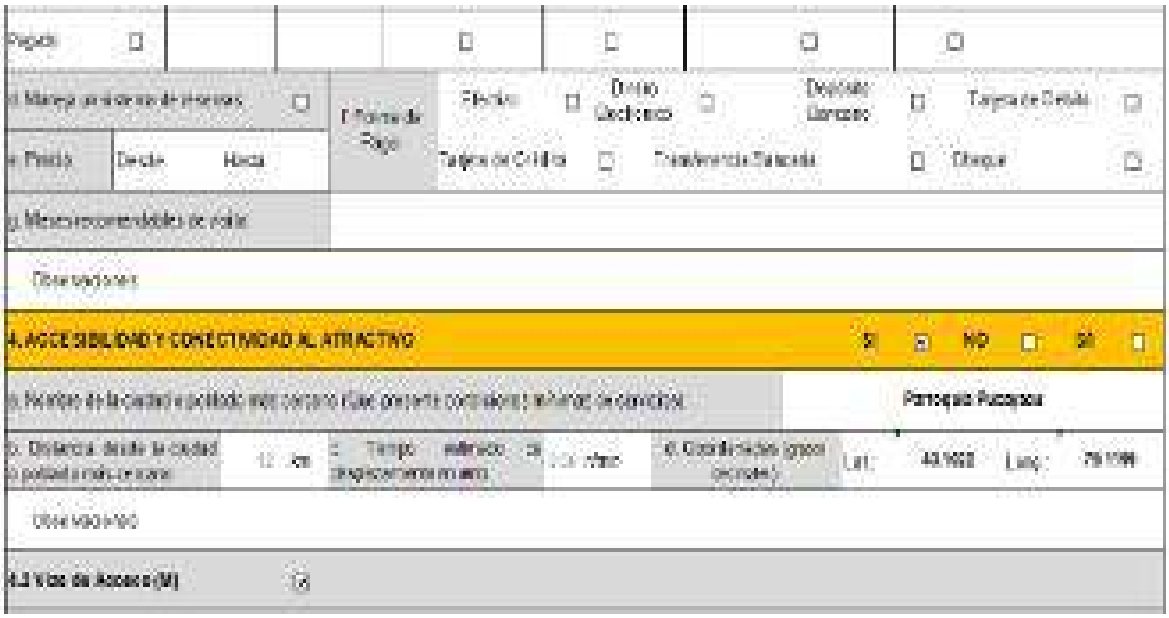
Anexo Nº 1. Ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos (Ministerio de Turismo del Ecuador)

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																		
Código del atractivo	0	5	0	2	5	2	9	0	0	4	0	4	0	2	0	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
CASCADA EL GUADUAL																	
1.2 Categoría					1.3 Tipo						1.4 Subtipo						
SITIOS NARTURALES					RIOS						CASCADAS						
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																	
2.1 Provincia					2.2 Cantón						2.3 Parroquia						
COTOPAXI					LA MANÁ						PUCAYACU						
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal				
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales)						2.10 Altura (msnm)						
56.0868					71.2220						400 Y 1750						
2.11 Información del administrador																	

a. Tipo de Administrador:	b. Nombre de la Institución:
c. Nombre del Administrador:	d. Cargo que ocupa:
e. Teléfono / Celular:	f. Correo Electrónico:
Observaciones:	

3. CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO									
3.1 Características climatológicas	☑								
a. Clima:	Húmedo	b. Temperatura (°C):		c. Precipitación Pluviométrica (mm):					
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)	☑								
a. Cultura	☐	b. Naturaleza	☑	c. Aventura	☐				
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico	☑								
a. Rústico	☐	b. Primitivo	☒	c. Modificado	☐	d. Mixto	☐	e. Urbano	☐
3.4 Ingreso al atractivo (U)	☑								

a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención		c. Atención				
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y feriados	Solo días hábiles	Otro	Especificar
Libre	☑			☑	☐	☐	☐	
Restringido	☐			☐	☐	☐	☐	



Pagado ☐			☐	☐	☐	☐	
d. Maneja un sistema de reservas ☐		f. Forma de Pago	Efectivo ☐	Dinero Electrónico ☐	Depósito Bancario ☐	Tarjeta de Débito ☐	
e. Precio	Desde Hasta		Tarjeta de Crédito ☐	Transferencia Bancaria ☐	Cheque ☐		
g. Meses recomendables de visita							
Observaciones							
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO					SI ☐	NO ☐	SI ☐
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios)					Parroquia Pucayacu		
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano	12 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto	2.5 h/min	d. Coordenadas (grados decimales)	Lat: 40.1622	Long: 79.1199	
Observaciones							
4.3 Vías de Acceso (M)	☒						

		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado
a. Terrestre (M)	Sd.	a. Primer orden ☒	38.6677	39.0805	14.16 KM	ASFALTADO	BUENO
		b. Segundo orden ☐					
		c. Tercer orden ☐					
Observaciones							

b. Acuática (M) ☐	Mediana ☐	Puerto / Muelle de Llegada		Recorrido		Puerto / Muelle de Llegada		Recorrido	
	Lacustre ☐	Puerto / Muelle de Llegada				Puerto / Muelle de Llegada			
	Fluvial ☐	Puerto / Muelle de Llegada				Puerto / Muelle de Llegada			
Observaciones									
c. Aéreo (M) ☐	Nacional ☐				Internacional ☐				
Observaciones									

Observaciones:

4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) ☑

a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia: Diaria	Semanal	Mensual	Eventual	d. Detalle (Trasladó origen / destino)
Cooperativa Pucajaca	NO	☑	☐	☐	☐	
Río San Pablo		☑	☐	☐	☐	
		☐	☐	☐	☐	

4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) ☑

a. Accesibilidad motriz ☐ b. Accesibilidad visual ☐ c. Accesibilidad auditiva ☐ d. No es accesible ☑

Observaciones:

4.5 Señalización ☑

a. Señalización de aproximación al atractivo ☑ Estado (L): Bueno ☑ Regular ☐ Malo ☐

Observaciones:

5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI ☑ NO ☐ SÍ ☐

5.1 Planta turística (M) ☑

a. En el Atractivo ☐					b. En la ciudad o poblado cercano ☑				
Alojamiento	☐	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	☑	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas
Hotel	☐				Hotel	☑	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Hostal	☐				Hostal	☒	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Hostería	☐				Hostería	☒	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Hacienda Turística	☐				Hacienda Turística	☐			
Lodge	☐				Lodge	☐			
Resort	☐				Resort	☐			
Refugio	☐				Refugio	☐			
Campamento Turístico	☐				Campamento Turístico	☐			
Casa de Huéspedes	☐				Casa de Huéspedes	☒	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Observaciones:					Observaciones:				

Alimentos y bebidas	☐	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	☒	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	☐				Restaurantes	☒	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Cafeterías	☐				Cafeterías	☒	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Bares	☐				Bares	☒	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Fuentes de soda	☐				Fuentes de soda	☒	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Observaciones:					Observaciones:				

Agencias de Viaje	☐	Establecimientos registrados	Agencias de Viaje	☒	Establecimientos registrados
Mayoristas	☐		Mayoristas	☐	
Internacionales	☐		Internacionales	☐	
Operadoras	☐		Operadoras	☒	1
Observaciones:			Observaciones:		

Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	
[illegible]	[illegible]			Aventura		[illegible]				Aventura	
Observaciones:						Observaciones:					

5.2 Facilidades en el entorno al atractivo ☒

Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U) B	R	M

a. De apoyo a la gestión turística ☐	Punto de información	☐				☐	☐	☐	☐
	I-Tur	☐				☐	☐	☐	☐
	Centro de interpretación	☐				☐	☐	☐	☐
	Centro de facilitación turística	☐				☐	☐	☐	☐
	Centro de recepción de visitantes	☐				☐	☐	☐	☐
b. De observación y vigilancia ☐	Garitas de guardianía	☐				☐	☐	☐	☐
	Miradores	☐				☐	☐	☐	☐
	Torres de avistamiento de aves	☐				☐	☐	☐	☐
	Torres de vigilancia para salvavidas	☐				☐	☐	☐	☐
c. De recorrido y descanso ☐	Senderos	☐				☐	☐	☐	☐
	Estaciones de sombra y descanso	☐				☐	☐	☐	☐
	Áreas de acampar	☐				☐	☐	☐	☐
	Refugio de alta montaña	☐				☐	☐	☐	☐

d. De servicio ☐	Sanitarios	☐			☐	☐	☐	☐
	Estacionamientos	☐			☐	☐	☐	☐
e. Otros ☐					☐	☐	☐	☐
Observaciones:								

5.3 Complementarios a la actividad turística (M) ☑

a. En el Atractivo ☑				b. En la ciudad o poblado cercano ☑			
Alquiler y venta de equipo especializado ☐	Venta de artesanías y mercancías ☐			Alquiler y venta de equipo especializado ☐	Venta de artesanías y mercancías ☐		
Casa de cambio ☐	Cajero automático ☐	Otro ☐		Casa de cambio ☑	Cajero automático ☐	Otro ☐	

Especifique:	Especifique:
Observaciones:	

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI ☑ NO ☐ SI ☐

6.1 Atractivo (U) ☑

a. Conservado ☑	b. Alterado ☐	c. En proceso de deterioro ☐	d. Deteriorado ☐

Observaciones:
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)

a. Erosión	☐	a. Actividades agrícolas y ganaderas	☑	b. Actividades forestales	☑	c. Actividades extractivas / minería	☑
b. Humedad	☐	d. Actividades industriales	☐	e. Negligencia / abandono	☑	f. Huaquería	☐
c. Desastres naturales	☑	g. Conflicto de tenencia	☐	h. Condiciones de uso y exposición	☐	i. Falta de mantenimiento	☐
d. Flora/Fauna	☐	j. Contaminación del ambiente	☑	k. Generación de residuos	☐	l. Expansión urbana	☑
e. Clima	☐	m. Conflicto político / social	☐	n. Desarrollo industrial / comercial	☐	o. Vandalismo	☐
Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							
6.2 Entorno (U)	☑						

a. Conservado	☑	b. Alterado	☐	c. En proceso de deterioro	☐	d. Deteriorado	☐
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)					
a. Erosión	☐	a. Actividades agrícolas y ganaderas	☑	b. Actividades forestales	☑	c. Actividades extractivas / minería	☑
b. Humedad	☐	d. Actividades industriales	☐	e. Negligencia / abandono	☑	f. Huaquería	☐
c. Desastres naturales	☑	g. Conflicto de tenencia	☐	h. Condiciones de uso y exposición	☐	i. Falta de mantenimiento	☐
d. Flora/Fauna	☐	j. Contaminación del ambiente	☑	k. Generación de residuos	☐	l. Expansión urbana	☑
e. Clima	☐	m. Conflicto político / social	☐	n. Desarrollo industrial / comercial	☐	o. Vandalismo	☐
Otro	☐	Especifique:					
Observaciones:							

6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo			
a. Declarado	b. Declarado por	c. Fecha de declaratoria	d. Número
Observaciones			

7. IMAGEN Y SEGURIDAD TURÍSTICA	SI	NO	SD
7.1 Servicios Básicos			

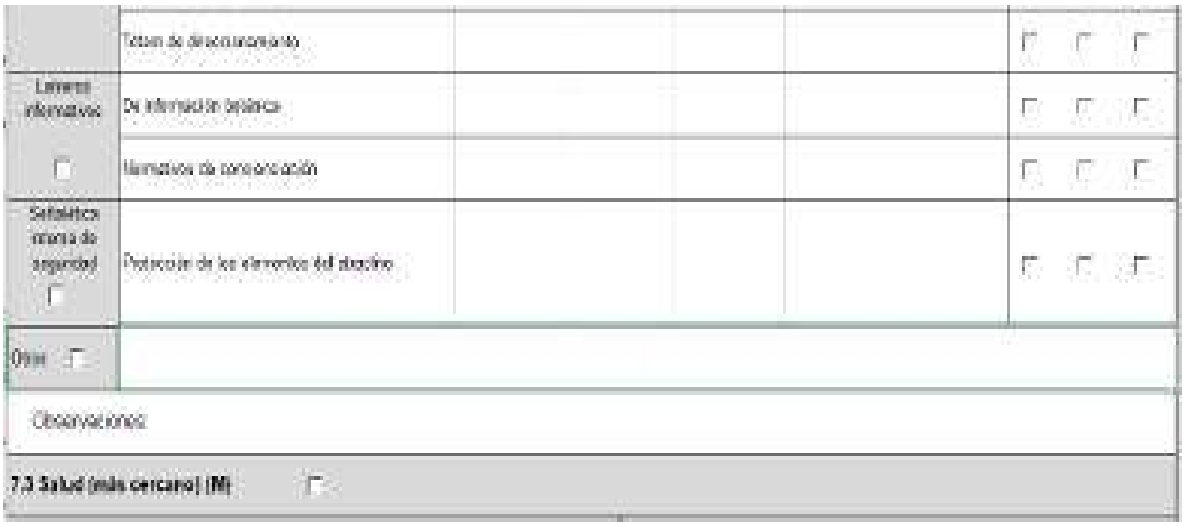
a. En el atractivo		b. En la ciudad o población más cercana	
Agua		Agua	
Especificar:		Especificar:	Agua potable
Energía eléctrica		Energía eléctrica	
Especificar:		Especificar:	servicio que proporciona empresa privada de electricidad
Alcantarillado		Alcantarillado	
Especificar:		Especificar:	
Disposición de desechos		Disposición de desechos	

Especifique:	Especifique:
Observaciones	

7.2 Señalética en el atractivo

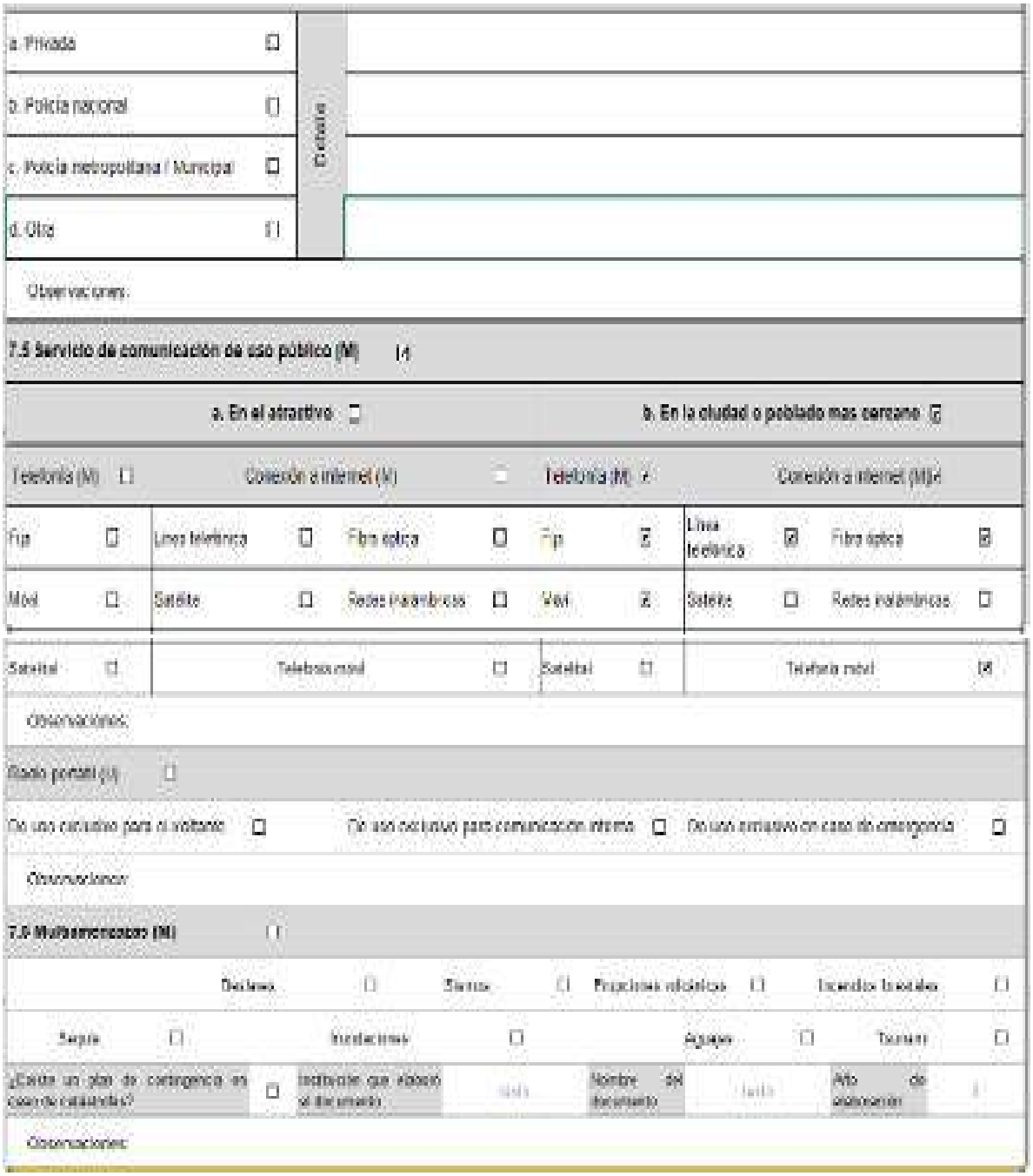
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materialidad				7.2.4 Estado		
		a. Madera	b.Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M

En áreas urbanas ☑	Pictograma de atractivos naturales		x			☑	☐	☐
	Pictograma de atractivos culturales					☐	☐	☐
	Pictograma de actividades turísticas					☐	☐	☐
	Pictograma de servicios de apoyo					☐	☐	☐
	Pictogramas de restricción					☐	☐	☐
	Tótems de atractivos turísticos					☐	☐	☐
	Tótems de sitio					☐	☐	☐
	Tótems direccionales					☐	☐	☐
En áreas naturales ☑	Pictograma de atractivos naturales		x			☑	☐	☐
	Pictograma de atractivos culturales					☐	☐	☐
	Pictograma de actividades turísticas					☐	☐	☐
	Pictograma de servicios de apoyo					☐	☐	☐
	Pictogramas de restricción					☐	☐	☐
	Señales turísticas de aproximación		x			☑	☐	☐
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos					☐	☐	☐
	Panel informativo de atractivos					☐	☐	☐
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades					☐	☐	☐
	Mesas interpretativas					☐	☐	☐
	Tótem de sitio					☐	☐	☐



	Tótem de direccionamiento			☐	☐	☐
Letreros informativos ☐	De información turística			☐	☐	☐
	Normativos de comercialización			☐	☐	☐
Señaléticos vinculados de seguridad ☐	Protección de los elementos del atractivo			☐	☐	☐
Otros ☐						
Observaciones:						
7.3 Salud (más cercano) (M) ☐						

a. En el atractivo ☐			**b. En la ciudad o poblado mas cercano** ☑		
Hospital o Clínica	☐	Cantidad	Hospital o Clínica	☐	
Puesto / Centro de salud	☐		Puesto / Centro de salud	☑	
Dispensario médico	☐		Dispensario médico	☐	
Botiquín de primeros auxilios	☐		Botiquín de primeros auxilios	☐	
Otros	☐		Otros	☐	
Observaciones:					
7.4 Seguridad (M) ☐					


a. Privada
b. Policía nacional
c. Policía metropolitana / Municipal
d. Otra
Cantidad
Observaciones:
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)
a. En el atractivo
b. En la ciudad o poblado mas cercano
Telefonía (M)
Conexión a internet (M)
Telefonía (M)
Conexión a internet (M)
Fija
Línea telefónica
Fibra óptica
Fija
Línea telefónica
Fibra óptica
Móvil
Satélite
Redes inalámbricas
Móvil
Satélite
Redes inalámbricas
Satelital
Telefonía móvil
Satelital
Telefonía móvil
Observaciones:
Radio portátil (M)
De uso exclusivo para el visitante
De uso exclusivo para comunicación interna
De uso exclusivo en caso de emergencia
Observaciones:
7.6 Multiamenazas (M)
Deslaves
Sismos
Erupciones volcánicas
Incendios forestales
Sequía
Inundaciones
Aguajes
Tsunami
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofe?
Institución que elaboró el documento
Nombre del documento
Año de elaboración
Observaciones:

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES	SI ☐	NO ☐	SI ☑
a. ¿El CAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI ☐	NO ☑	Año de elaboración:
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (CAD´S)?	SI ☐	NO ☑	Especifique
c. ¿Poseen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI ☐	NO ☑	Especifique
d. ¿Poseen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI ☐	NO ☑	Especifique
Observaciones			

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)	SI ☐	NO ☐	SI ☑

9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) ☐										
9.1.1 En el Agua (M) ☐										
a. Buceo	☐	b. Kayak de mar	☐	c. Kayak lacustre	☐	d. Kayak de Río	☐	e. Surf	☐	
f. Kite surf	☐	g. Rafting	☐	h. Snorkel	☐	i. Tubing	☐	j. Rapel	☐	
k. Pesca en canoa	☐	l. Pesca en bote	☐	m. Pesca en lancha	☐	n. Pesca en costa acuática	☐	o. Parasailing	☐	
p. Canal acuático	☐	q. Banana flotante	☐	r. Ulaya	☐	s. Pesca deportiva	☐	Otro	☐	
Observaciones										
9.1.2 En el Aire (M) ☐										
a. Ala Delta	☐	b. Canopy	☐	c. Parapente	☐	d Otro	☐	Cuál		
Observaciones										

9.1.3 En Superficie Terrestre (M) ☑											
a. Montañismo	☐	b. Escalada	☐	c. Senderismo	☐	d. Ciclismo	☐	e. Canyoning	☐		
f. Exploración de cuevas	☐	g. Actividades Recreativas	☑	h. Cabalgata	☐	i. Caminata	☑	j. Camping	☐		
k. Picnic	☐	l. Observación de flora y fauna	☐	m. Observación de aves	☐	n. Otro	☐				
Observaciones:											
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) ☐											
9.2.1 Tangibles e intangibles ( )											
a. Recorridos guiados	☐	b. Recorrido autoguiados	☐	c. Visita a talleres artísticos	☐						
h. Participación en talleres artísticos	☐	d. Visita a talleres artesanales	☐	i. Participación en talleres artesanales	☐						
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	☐	f. Exhibición de piezas museos, casa, etc., originales	☐	j. Actividades vivenciales y/o lúdicas	☐						
g. Presentaciones o representaciones en vivo	☐	h. Muestras audiovisuales	☐	g. Paisajes	☐						
j. Degustación de platos tradicionales	☐	i. Participación de la comunidad	☐	m. Compra de artesanías	☐						
n. Conferencias	☐	o. Medicina ancestral	☐	Otro	☐						
Observaciones:											
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO								SI ☐	NO ☐	SD ☑	
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)											
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?								SI ☐	NO ☑	Especifique:	
¿El atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?								SI ☐	NO ☑		
Medio Promocional				Diseño de y cantidad de los medios promocionales						Periodicidad de la promoción	

a. Página WEB	☐	URL:	
b. Red Social	☐	Nombre:	
c. Revistas Especializadas	☐	Nombre:	
d. Material POP	☐	Nombre:	
e. Oficina de Información Turística	☐	Nombre:	
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	☐	Nombre:	
g. Asistencia a ferias turísticas	☐	Nombre:	
h. Otro	☐	Nombre:	
Observaciones			

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)			**SI** ☐	**NO** ☑	**Especifique:**				
Observaciones:									
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)					**SI** ☐	**NO** ☐	**SI** ☑		
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos ☑									
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI ☐	NO ☑	Tipo: Digital ☐	Papel ☐	Años de registro	1		
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI ☐	NO ☑	Frecuencia de los reportes:					
c. Temporalidad de visita al atractivo									
Alta (meses)	☑	Especifique	DE FEBRERO A MAYO			Número de visitantes	10		
Baja (meses)	☐								
d. Llegada de turistas									

☐ Turista nacional	Llegadas mensuales	Total anual	☐ Turista extranjero	Llegadas mensuales	Total Anual
Cantones de origen			Países de origen		

Observaciones:

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave ☐

Nombre del informante Clave:		Contactos:	
Demanda según días de visita ☐		Demanda según frecuencia de visita ☐	
Lunes a viernes:	Fines de semana:	Días festivos:	Permanente ☐ Ocasional ☐ Esporádica ☐ Inexistente ☐

Observaciones:

12. RECURSO HUMANO						SI ☑	NO ☐	S/I ☐
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo ☑	4			d. Número de personas especializadas en turismo ☐	0			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M): ☑				f. Número de personas capacitadas por temática (M) ☑			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) ☐	
Primaria	1	Secundaria	2	Primeros Auxilios	1	Hospitalidad	0	Inglés 0 Alemán 0
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel	0	Atención al Cliente	0	Guianza	1	Francés 0 Italiano 0
Otro				Sensibilización de discapacidades	0	Otro		Chino 0 Otro
Observaciones:								
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)								

14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (02)





Fuente: Molina. K (2021)

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: Molina. K (2021)

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)			
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:	APROBADO POR:
Apellido y Nombre	**MOLINA XIMENA**	Apellido y Nombre	Apellido y Nombre
Institución	UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA	Institución	Institución
Cargo	**ESTUDIANTE**	Cargo	Cargo
Correo Electrónico	tifaxmc@gmail.com	Correo Electrónico	Correo Electrónico
Teléfono	**0995836083**		Teléfono
Firma			Firma
Fecha	**14-05-2021**		Fecha

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	16	0
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	10	0
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	0
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	0
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	0
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	0
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	0
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL		100	0

Anexo Nº 2. Ficha de caracterización turística de Comunidades (Ricaurte)

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicacion de lacomunidad

NOMBRE DE LA PROVINCIA: Cotopaxi

NOMBRE DEL CANTÓN: La Maná

NOMBRE DE LA PARROQUIA: Pucayacu

NOMBRE DE LA COMUNIDAD: Recinto El Guadual

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.
(Está información la puede encontrar en la página Web del INEC)

115 habitantes

2. OFERTA DE SERVICIOS

Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento

		#
1.	HOTELES	0
2.	HOSTERÍAS	0
3.	HOSTALES	0
4.	PENSIONES	

		#
4.	MOTELES	0
5.	HOSPEDAJE COMUNITARIO	0
6.	CAMPING	0
7.	OTROS_____	0

2.2 Alimentación

Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alimentación.

		#
1.	RESTAURANTES	0
2.	CAFETERIAS	0
3.	FUENTES DE SODA	0

		#
4.	BARES	0
5.	CANTINAS	0
6.	KIOSKOS DE COMIDA	0
7.	OTROS: Fábrica de Panela	1

2.3 Esparcimiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

		#
1.	DISCOTECAS	0
2.	CINES/TEATROS	0
3.	INSTALACIONES DEPORTIVAS	0
4.	BINGOS	0
5.	OTROS	0

2.4 Otros servicios

Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

		#		
1.	AGENCIAS DE VIAJE	0	4. GUÍAS DE TURISMO	4
2.	OPERADORAS	0	5. BANCOS	0
3.	INFORMACIÓN TURÍSTICA	0	6. CAJEROS AUTOMÁTICOS	0
			7. OTROS	

3. INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS BÁSICOS

TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

1.1. Distancias

Identifique las distancias que hay desde el punto de partida (centro turístico más cercano o ciudad principal) hasta la comunidad, así como el tiempo de recorrido y medio de transporte.

Bus	Camioneta	Lancha	Canoa	Avión	Bestia	Caminando
X	X					

Distancia

Distancia

1.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1.	PAVIMENTADA/ ASFALTADA	X	6.	FLUVIAL	
2.	ADOQUINADA		7.	MARÍTIMA	
3.	EMPEDRADA	X	8.	AÉREA	
4.	LASTRADA		9.	SENDERO	
5.	DE TIERRA (CARROZABLE)		10.	OTRO_____	

1.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL
1. Sí (x)
2. No

b) TURÍSTICA
1. Sí
2. No (x)

1.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS	x	5. CANOA	
2. CAMIONETA	x	6. AVIÓN	
3. TAXIS		7. AVIONETA	
4. LANCHA		8. NINGUNO	
		9. OTRO____	

1.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. BUS		5. MARÍTIMO	
2. CAMIONETA		6. FLUVIAL	
3. CAMIONES		7. LACUSTRE	
4. TAXIS		8. AÉREO	
		9. OTRO___	

6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- CANTONAL		
Cooperativa Pucayacu	**NO**	**x**		**1 al día**	**camioneta**

1.1. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de

transporte motorizado ___ Km.

COMUNICACIONES

1.2. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X
1. Si ( )
2. NO (x)

1.3. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a 8 Km.

1.4. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:
1. Si ( )
2. No(x)

1.5. En la comunidad existen No cabinas de servicio telefónico para uso público.

1.6. En la comunidad existen No cibercafés o establecimientos de uso público de internet.

1.7. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No (x)

SANIDAD

1.8. Existe red de agua entubada:

1. Sí (x)
2. No ( )

1.9. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. SÍ (x)
2. NO ( )

1.10. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

1. RED PÚBLICA	x	6. POZO	
2. PILA O LLAVE PÚBLICA		7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA	
3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA		8. AGUA LLUVIA	
4. CARRO REPARTIDOR		9. OTRO_____	
5. TRICICLO			

1.11. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o lídercomunal).

1. Sí
2. No (0) % de la población con alcantarillado

1.12. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o lider comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO	
2. LETRINA	
3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO	
4. POZO SÉPTICO	x
5. POZO CIEGO	
6. OTRO	

1.13. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1.	CARRO RECOLECTOR	
2.	SE QUEMA	*
3.	SE ENTIERRA	*
4.	OTRO _____	

1.14. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
2. No (x)

1.15. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

		Cuántos			Cuántos
1.	PUESTO DE CAPACITACIÓN		9.	HOSPITAL PÚBLICO	
2.	PUESTO DE NO CONVENCIONAL		10.	DISPENSARIO PÚBLICO	
3.	PROMOTORES DE SALUD		11.	UNIDAD MÓVIL	
4.	CURANDERO TRADICIONAL		12.	CONSULTORIO PRIVADO	
5.	SHAMAN		13.	CLÍNICA	
6.	CASA DE COMUNIDAD		14.	HOSPITAL PRIVADO	
7.	SUB-CENTRO DE SALUD		15.	FARMACIA	
8.	CENTRO DE SALUD		16.	OTRO	
			17.		

1.16. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud:

   (Parroquia Pacayacu)

2. Parroquia o cabecera cantonal a la cual pertenece el establecimiento de salud:
   (Parroquia Guasaganda)
3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km).
   15 Km.

ENERGIA

1.17. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Si (x)
2. No

1.19. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: 10%

1.20. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas?
2. No (x)

1.21. Distancia a la gasolinera más cercana: 21 Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el período en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES	**Gobierno Autónomo Descentralizado Cantón La Maná**	**SI**	**La actualidad**	**Fomento Productivo**
1 INTERNACIONALES	**SI**	**SI**		

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí
2. No (x)

PLAN	AÑO
SI	

1.1. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
1.	[illegible]	
2.	COMITÉ DE BARRIO	
3.	DIRECTIVA COMUNITARIA	
4.	COMITÉ DE DEPORTES	x
5.	COOPERATIVAS	
6.	ORGANIZACIÓN DE MUJERES	
7.	COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	
8.	ORGANIZACIÓN ECOLÓGICA	
9.	CLUBES	
10.	ASOCIACIONISMO	
11.	OTRAS_____	

8. COMUNIDAD RECEPTORA

7.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes)

1.	AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	x	
2.	EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS		
3.	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS ARTESANÍAS		
4.	ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA		
5.	CONSTRUCCIÓN		
6.	SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES		
7.	TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN		
8.	ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS		
9.	COMERCIO		
10	TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES		
11	ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS_____		

Fuente: PDyOT Guayaquil

7.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. Ganadería.

2. Agricultura

Fuente: PDyOT Guasaganda_____

7.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos).
Para contestar esta pregunta se encuestó a 2 personas.

Porcentaje%

EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	0%
EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENDEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	0%

7.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

1. TRABAJO EN GRUPO	
2. MINGA	*
3. ASAMBLEA COMUNITARIA	*
4. OTRAS	

Comentarios: Ninguno

7.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

	SI	NO
1. MUNICIPIO	*	
2. GOBIERNO PROVINCIAL	*	

7.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el NÚMERO de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

	# de personas
1. INGLÉS	8
2. CAPACIDAD O EXPERENCIA EN GUIANZA	4
3. COCINA	
4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN	
5. OTRA _____	

3.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).
Para contestar esta pregunta se encuestó a S/I personas.

	% relativo
1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.)	0%
2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades)	0%
3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan)	0%
4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, consideran que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos)	0%

3.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6). Comentarios:

- Empoderamiento de tierra
- Analfabetismo
- Pobreza

Auxiliar de campo: Ximena Molina, Evelyn Moreno
Fecha: 13/8/2021

Anexo Nº 3 Encuesta aplicada a posibles turistas de la Cascada "El Guadual"

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
ENCUESTA

Encuesta dirigida a: Población que le interesa visitar la Cascada "El Guadual", en la parroquia Pucayacu, cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

Objetivo: Diagnosticar el perfil del visitante de la Cascada "El Guadual", en la parroquia Pucayacu, cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi.

Instrucciones: Por favor responder a su criterio marcando con un (√).

CUESTIONARIO

1. **¿Cuál es su género?**
   - Femenino ( )
   - Masculino ( )

2. **¿Cuál es su edad?**
   - 20 a 30 ( )
   - 31 a 40 ( )
   - 41 a 50 ( )
   - 51 a 60 ( )
   - Mayor de 61 ( )

3. **¿Cuál es su lugar de procedencia?**
   - Cotopaxi ( )
   - Tungurahua ( )
   - Chimborazo ( )
   - Pichincha ( )
   - Bolívar ( )
   - Los Ríos ( )
   - Santo Domingo de los Tsáchilas ( )

4. **¿Cuál es su nivel de instrucción?**
   - Primaria ( )
   - Secundaria ( )
   - Universitaria ( )
   - Posgrado ( )

5. **¿Cuál es su ocupación?**

- Estudiante ( )
- Empleado Público ( )
- Empleado Privado ( )
- Jubilado ( )

6. **¿Por cuál medio se informa usted para realizar sus viajes de turismo?**
   - Internet ( )
   - Referencias Amigos/ Familia ( )
   - Tv ( )
   - Agencias de viajes ( )

7. **¿Por cuál medio de transporte realiza sus viajes?**
   - Bus ( )
   - Auto de alquiler ( )
   - Auto propio ( )

8. **¿Le gustaría conocer la Cascada "El Guadual", en la parroquia Pucayacu, cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi?**

- Sí ( )
- No ( )

9. **Si su respuesta es sí, ¿Usted viajaría con?**

- Con familia ( )
- Con amigos ( )
- Compañeros de trabajo/estudios ( )
- Solo/a ( )

10. **¿Qué actividades le gustaría realizar en la Cascada "El Guadual"?**

- Realizar deportes de aventura ( )
- Realizar senderismo ( )
- Visitar y convivir con familias de la población del Recinto "El Guadual" ( )
- Realizar actividades de recreación ( )
- Solo conocer y utilizar el agua como balneario ( )

11. **¿Cuánto tiempo permanecería en el Recinto "El Guadual"?**
    - 1 día ( )
    - 2 días ( )
    - 3 días ( )
12. **¿Cuáles servicios le gustaría que le ofrezca el Recinto "El Guadual"?**
    - Alimentación ( )

- Alojamiento ( )
- Recreación/Animación ( )
- Guianza local

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una visita turística a la Cascada "El Guadual" por 1 día de actividades turísticas, salida desde el centro de La Maná?

- De $10 a $20 ( )
- De $21 a $30 ( )
- De $31 a $40 ( )
- De $41 a $50 ( )
- De $51 a $60 ( )

14. ¿Si se implementaran estrategias de promoción turística de la Cascada "El Guadual", usted acudiría a visitarla?

- Sí ( )
- No ( )

15. Del siguiente listado, ¿Cuáles medios le ayudaría a motivar su visita a la Cascada "El Guadual"?

- Video promocional difundido en redes sociales e internet ( )
- Publicaciones en una página web ( )
- Publicaciones en una fanpage de la red social Facebook ( )
- Imagen publicitaria de la Cascada "El Guadual" para la difusión ( )
- Difusión del atractivo a través de medios impresos ( )

Anexo Nº 4. Entrevista

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Fecha de entrevista: 13 de mayo de 2021 **Nº de Entrevista:** 1/1

Entrevista dirigida a:

Dirigente del Recinto "El Guadual".

Nombre del entrevistado: Aladino Medina

Entrevistadoras: Ximena Stefania Molina Calvopiña/ Evelyn Johanna Moreno Jerez

Objetivo:

Recopilar información descriptiva del Recinto "El Guadual" y de la Cascada que lleva su mismo nombre para el diagnóstico de la situación turística para la propuesta de estrategias de promoción turística de la Cascada "El Guadual".

CUESTIONARIO

1. **¿Por qué se llama el Recinto "El Guadual"?**

El recinto El Guadual lleva este nombre por la caña de guadua, ya que aquí existía gran cantidad de caña guadua, muy utilizada para la construcción de las viviendas de nuestros ancestros.

2. **¿Cuál es la historia del Recinto "El Guadual"?**

El recinto es uno de los primeros en crearse antes de los demás recintos de la parroquia Pucayacu, nuestros antepasados comentan que algunos habitantes de Sigchos empezaron a trasladarse hacia ese lugar y así formaron el recinto "El Guadual".

3. **¿Cada qué tiempo llegan turistas a visitar su Recinto y la Cascada "El Guadual"?**

De junio a enero los turistas visitan el recinto, también el mes de febrero por carnaval. En este año 2021 recibieron 90 turistas de distintos lugares.

4. **¿Les gustaría fomentar el turismo sostenible en el Recinto?**

Si nos gustaría fomentar el turismo sostenible, ya que cuando llegan los turistas no existe un control para el cuidado y conservación del atractivo.

5. **¿Alguna vez han recibido apoyo por parte del Gobierno Municipal de La Maná, Gobierno Provincial de Cotopaxi, Gobierno Parroquial de Pucayacu o del Ministerio de Turismo?**

Solo hemos recibido propuestas por la Junta Parroquial de Pucayacu y del Municipio de la Maná pero no han recibido ningún apoyo.

6. **¿Han realizado alguna actividad de promoción turística para la cascada "El Guadual"?**

Las actividades que hemos realizado es cuando hay elección de la reina del Recinto, ahí promocionan y visitan el atractivo.

7. **¿Les gustaría que se realizaran estrategias de promoción turística para la cascada "El Guadual"?**

Si nos gustaría, si es que toda la población del Recinto "El Guadual" está de acuerdo.

8. **¿Qué les gustaría que se promocione del Recinto "El Guadual"?**

Aparte de la promoción de la Cascada "El Guadual" se puede realizar un recorrido por la fábrica de panela y conocer el proceso de fabricación de forma artesanal, su comida típica, conocer la creación de artesanías con la pepa de tagua y compartir sus fiestas tradicionales del Recinto, ya que se realizamos eventos de toros de pueblo y la pampa mesa en la que compartimos alimentos entre todos los pobladores del Recinto El Guadual".