

Decanato de Turismo "Implementación de Estrategias de Gestión y Marketing Turístico en la Provincia de Azua".

Sustentado por:

Luis Eduardo Vargas Mejía	2013-0210
Laura Patricia Ramos Benítez	2013-2243
María Angélica Martínez Ramírez	2013-2541

Asesores:

Lic. Raysa Yanet González Payano

Monografía para optar por el título de Licenciatura en Administración Turística y Hotelera

Distrito Nacional Abril, 2019

"Implementación de Estrategias de Gestión y Marketing Turístico en la provincia de Azua, 2019"

RESUMEN

La presente monografía se basó en el análisis de las estrategias de gestión de marketing turístico y la observación de los atractivos turísticos de la provincia de Azua, con la finalidad de identificar las oportunidades de mejora y conocer hasta qué punto es necesario la inversión en el desarrollo y promoción de un nuevo producto turístico diversificado, que a su vez solucionara las problemáticas presentes en dicha zona. Esto provoca que el flujo de turistas sea de mayor magnitud partiendo de las herramientas de la puesta en marcha del modelo promocional de los atractivos turísticos de la provincia; proceso sistematizado de lineamientos, recolección y análisis de datos obtenidos a través de encuestas, recursos complementarios y diversificados localizados y extraídos directamente desde la demarcación. Dando como resultado, el crecimiento de la actividad económica por la creación de un nuevo polo turístico en la República Dominicana.

ÍNDICE

DED	IUMEN ICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS	.vi
	ÍTULO I. ICEPTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN.	
1.2.	ConceptualizaciónFinalidad de la investigaciónVentajas y desventajas de la investigación	. 7
	ÍTULO II. ECTOS GENERALES DE LA PROVINCIA AZUA DE COMPOSTELA.	
2.2.	Antecedentes históricos de la provincia de Azua. Ámbito socioeconómico, cultural y geográfico de la provincia Azua Compostela	de 12 13 14 16 16
	ÍTULO III. RCO METODOLÓGICO.	
3.2.3.3.3.4.	Diseño de investigación Tipo de Estudio Población y Muestra de Estudio Método de investigación. Fuentes y Técnicas de la investigación. 3.5.1.Fuentes de investigación. 3.5.2.Técnicas de la investigación.	26 27 28 29 29
	ÍTULO IV. ULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	
	Presentación de los resultados de la encuesta	

CAPÍTULO V. PLAN DE MEJORA.

5.1	Objetivos del plan de mejora en la gestión e implementación de las estrategias de marketing	41
5.2	Implementación estratégica del plan de mejora	
COI	NCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	47
REF	FERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	49
ANE	EXOS.	

- Anexo A. Encuesta realizada para obtener los resultados a analizar en la investigación.
- Anexo B. Acceso a playa blanca, Azua.
- Anexo C. Artesanía local, Bazar 19 de Marzo.
- Anexo D. Artesanía loca, Bazar 19 de Marzo.
- Anexo E. Hotel Montemar.
- Anexo F. Señalización inclusión Wi-Fi, Parque Duarte.

LISTA DE FIGURAS

Figura	1.	Ubicación de la provincia de Azua en el mapa de la	
_		República Dominicana	15
Figura	2.	Playa Palmar de Ocoa	17
Figura	3.	Vista panorámica Playa Blanca	17
Figura	4.	Playa Las Caobitas	18
Figura	5.	Playa Monterío	18
Figura	6.	Playa Los Negros	19
Figura	7.	Salto Río Grande, Parque Nacional Francisco Alberto	
		Caamaño Deño	20
Figura	8.	Lomas de Peralta	20
		Estatua en homenaje a Enriquillo	
Figura	10.	Biblioteca Jimena Fernández Vda. Guzmán	22
		Parque Duarte	
		Iglesia Nuestra Señora de los Remedios	
		Monumento a los héroes del 19 de Marzo	
		Porcentaje de los entrevistados que ha visitado la provincia de Azua	
_		Tabla de rango de edades de los encuestados	31
Figura	16.	Tabla de puntos turísticos con mayor conocimiento por parte	
		de los encuestados	32
Figura	17.	Porcentaje de encuestados que visualizan a Azua como	
		destino potencial turístico.	
_		Valoración de las vías de acceso hacia los atractivos	33
Figura	19.	Porcentaje de encuestados que conocen los organismos	
		de adecuación y mantenimiento de puntos turísticos	
		en Azua	33
Figura	20.	Actividades que los encuestados entienden que se puede	
		Realizar en Azua	
_		Restaurantes aptos para turistas	
		Infraestructuras de alojamiento aptas para recibir turistas	
		Manifestaciones culturales conocidas por los encuestados3	
		¿Por qué los turistas prefieren visitar otros destinos?	
		Destinos que otros turistas prefieren visitar	
_		Página Instagram Descubre Azua	
Figura	27.	Portada revista Resumen Turismo	44

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

Luis Eduardo Vargas

En primer lugar, gracias a Dios, porque sin él nada de esto habría sido posible. Gracias por darme la salud y la sabiduría necesarias para dar este paso tan importante en mi vida. Por bendecirme día tras día con las ganas de esforzarme para convertirme, no tan solo en un profesional, si no en una mejor persona.

A mi madre, Mercedes Mejía "Mecho", quien me inculcó desde muy temprana edad la idea de que los estudios se deben asumir como una responsabilidad y que todo sacrificio tiene una recompensa. Todo esto lo hice por ti y para ti mami.

A mi hermana, Mayelline Vargas, quien además de ser mi hermana ha sido mi amiga, mi confidente, mi ejemplo, mi soporte y por quien agradezco a Dios cada bendición que llega a mi vida.

A mi sobrina, Dalia, quien sin darse cuenta terminó de ponerme los pies sobre la tierra, sacó el instinto paternal que ni siquiera yo sabía que llevaba dentro de mí y continúa siendo la razón que me impulsa a querer convertirme en un ejemplo a seguir día tras día. Te amo bebé.

A mi prima, Jeanis Hernández "Nini", quien confió en mí e hizo todo lo que estuvo en sus manos, para que formara parte de la empresa que me ayudó a costear mi carrera completa y que sirvió como un ente motivacional para mi persona.

Y por último, pero no menos importante, a todos mis compañeros, colegas y amigos. En especial al "Basti Coro", ese grupo de personas tan maravillosas, que a pesar de tener personalidades tan diversas, se convirtieron en mi familia. Gracias por tantos buenos y malos momentos juntos, las quiero y no se imaginan lo importante que son para mí.

María Angélica Martínez Ramírez

Antes que nada, le agradezco a Dios por haberme concedido la vida, salud, por haberme permitido nacer en la familia que tengo, por siempre demostrarme que no importa las cosas malas que cometas, él siempre estará ahí para ser mi refugio y levantarme.

A mi abuela, María Esperanza Ramírez, por ser más que una madre para mí. Criarme, añorarme, educarme, siempre has estado presente cuando necesito esas palabras de apoyo, por dar todo por sus hijos y nietos. Igualmente, ser en muchos momentos mi maestra, ya que con ella aprendí a leer desde muy temprana edad.

A mi madre, Yohanny Yoselin Ramírez, por ser mi soporte en lo económico, y emocional, a pesar de la distancia y todas las pruebas que la vida nos ha puesto. Gracias porque siempre has estado para darme los mejores consejos y ser un ente importante en mi día a día; por ignorar los comentarios que te decían que eras una madre "apoyadora" permitiéndome vivir sola desde muy joven, siempre les respondías que confiabas en la hija que tenías. Todo lo que soy hoy, te lo debo a ti.

A mi padre, Juan Antonio Martínez, quien me ha ayudado a cumplir mis metas sin pensar las cosas buenas o malas que hagamos hecho.

A mi tía Magdalena Ramírez y su esposo Dulio Lara Martí, gracias por haberme aceptado como su hija y darlo todo por mí y Camila. Quienes, sin tener hijos, nos acuñaron como si lo fuésemos dándonos una familia y por largo tiempo un hogar.

A mi tío Leandro Ramírez, una de las personas más importantes en mi vida; a pesar de su carácter es un ser humano invaluable que me forjó y ayudó económicamente un sin número de ocasiones para poder lograr mis sueños.

A mi hermana, Camila Martínez, gracias por no ser la hermana perfecta, ya que eso me ayuda a conocerte mejor cada día; con ese carácter de roble pero que ama a su familia intensamente.

A mi amorcito, Francisco Canot, la persona que me ha ayudado a entender que los retos de la vida tienen una razón positiva de ser. Gracias por ser mi ente día a día, con los consejos más reales pero positivos. Quien me dá una mano cuando creo que ya nada tiene solución y aceptó el reto de compartir su vida conmigo.

Por supuesto, no puedo dejar de mencionar a: Yudys, Willy, Lucia, Loreanyi, Leanny, Xiomara, Gelpi y Junior, gracias por ser la mejor familia.

Por último, a la familia que Apec me regaló "El Basti", quienes me enseñaron que amigos no es solo reír y festejar, sino llorar y muchas veces enojarte. Gracias por todos esos momentos inolvidables dentro y fuera de nuestra alma máter.

Laura Patricia Ramos Benítez

Primero que nada, quisiera agradecer a Dios, por permitirme tener la salud y la dicha de poder tener todo lo que he logrado hasta el día de hoy. Por darme la fortuna de despertar cada día para poder cumplir esta meta y ayudarme a ser mejor persona en el día a día.

A mi madre, Natalia Benítez, mi abuela, Patria Espinal y mi segundo Padre, Philips Contreras; quienes han sido los que me apoyaron desde el inicio al saber mi decisión en tomar esta carrera y que nunca dijeron que no a todas mis necesidades a lo largo de este camino. Esto es por ustedes, mil gracias los quiero un montón.

A mi padre, Omar Ramos, mi abuela Teresa Pepem y mis hermanas, María, Judith y Sara; quienes a pesar de todas las adversidades me han enseñado a ser la persona quien soy hoy en día y luchar por ser el modelo a seguir en sus vidas.

A mis compañeras de trabajo, Wendy, Maryori, Madeline, Chun Chun, Gleidy, Jeannelle y María Isabel; no solo son compañeras sino también una amistad que surgió de una manera inesperada y quienes han soportado los cambios de horarios y salidas tempranas por exámenes y trabajos finales. Gracias chicas, son un sol todas.

Quisiera agradecer también a mi novio Juan Julio, gracias por estar conmigo durante todo este tiempo, aguantar los trasnoches de trabajos para entregar, fines de semana por viajes y mis momentos de exigencias cuando visitamos los restaurantes. Gracias por darme ese apoyo y soporte cuando lo necesitaba y sobretodo decirme que todo estará bien y que siguiera luchado por ese título.

Por último y no menos importante quiero agradecer al grupo del "Basti", 12 personas totalmente diferentes pero unidos por una amistad fuerte, gracias por apoyarnos en las buenas y las malas y por esos momentos memorables que nunca olvidaremos.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la República Dominicana se encuentra situado como uno de los destinos turísticos más codiciados del Caribe, siendo la zona Este la demarcación más explotada de todo el litoral. Debido a este auge, forma parte de nuestra principal fuente de ingresos y factor clave para la generación de empleos. No obstante, este recurso no siempre fue explotado, todo surgió en el año 1940 cuando el expresidente Rafael Leónidas Trujillo decide crear planes de fomento en el sector dirigido a los extranjeros; iniciando así con la inauguración del Malecón de Santo Domingo. A partir de entonces, cadenas hoteleras de renombre, inversionistas u otras instituciones han focalizado al país como destino único en el Caribe.

La provincia de Azua de Compostela, localizada en la región del Sur del país, fue fundada con el nombre de "Villa de Azua de Compostela por Diego Velásquez en el año 1504. Actualmente, es conocida por ser la Tierra de los Poetas y poseer consigo batallas que marcaron un antes y un después en la historia del país. Dentro de estas últimas, no podemos dejar de mencionar la Batalla del 19 de Marzo del 1844, en donde 2,500 soldados derribaron al ejército haitiano para seguir en defensa de la independencia que ya teníamos para ese momento. Por consiguiente, surge con esta derrota una nueva batalla el 13 de abril del mismo año, siendo nueva vez la libertad nacional la causa mayor. Otras batallas de menor transcendencia fueron forjadas en Azua para que la República Dominica sea una patria libre de cualquier dominación extranjera.

Por la ubicación privilegiada que tiene la provincia, cuenta con diversidades de ecosistemas que no están siendo explotados, dentro de los parámetros de la sostenibilidad, para así generar mayores ingresos a las comunidades aledañas. Todo esto se debe a la falta de promoción, recursos naturales no adecuados para los visitantes, pocos expendios de alojamiento y restauración, pero peor aún, la falta de conocimiento en los locales sobre lo grandiosa y rica en naturaleza y

cultura que es la provincia. Por ende, se busca proponer alternativas que posicionen a la provincia como eje central del turismo en la toda la región.

El objetivo principal de esta investigación es proponer la implementación de nuevas estrategias para la gestión de marketing turístico que se realiza en la provincia de Azua. La misma, se llevará a cabo, inicialmente, realizando un levantamiento de los atractivos naturales y puntos de concentración de sus recursos culturales; una vez obtenida la recopilación de información mediante la observación, se procederá a investigar fuentes de apoyo tales como: libros, teorías, tesis, páginas web y una encuesta dirigida a la población nacional para saber el nivel de conocimiento, interés, satisfacción en caso de que haya visitado Azua y sobre todo por qué visita otros destinos en vez de este.

Esta monografía estará divida bajo el siguiente esquema:

Capítulo I. Conceptos generales: Se explican las definiciones genéricas a utilizar en la investigación en conjunto con la finalidad, ventajas y desventajas que esta tendrá para los fines.

Capítulo II. Aspectos generales de la provincia de Azua: Se desarrollan los antecedentes históricos de la provincia e igualmente se relata la situación actual en el ámbito socioeconómico, cultural y geográfico. A su vez, se presentan de manera detallada los atractivos culturales y naturales que posee acompañados de imágenes que soportan la investigación

Capítulo III. Marco metodológico: Se explica el diseño que contiene la investigación, los tipos de estudio, la población y muestra definida para la investigación; sustentados así del método y las fuentes de la misma.

Capítulo IV. Resultados de la investigación: Se presentan las comparativas obtenidas en nuestro método de investigación de forma gráfica en conjunto con el análisis de los resultados obtenidos.

Capítulo V. Plan de mejora: Se desarrolla la propuesta definida con los objetivos de la misma e igualmente de qué manera podemos mejorar la situación actual de la provincia.

Finalmente, se presentarán las conclusiones y recomendaciones obtenidas mediante la investigación para la solución de la problemática.

CAPÍTULO I.

CONCEPTOS GENERALES.

1.1. Conceptualización.

Desde el momento en el que los seres humanos comenzamos a evolucionar, surge un indetenible desarrollo de todos los elementos que nos rodean, cosas que van desde lo simple hasta lo complejo. Es por esto que al momento de realizar cualquier tipo de investigación con miras a la gestión del marketing se debe pensar en ¿Cómo explicar un producto cuando no es como lo esperamos?

¿Cómo hacer que un producto pase de estar desfasado a ser atractivo? Una forma fácil y simple para dar respuestas a estas preguntas es entender la importancia que tiene la conceptualización de ideas para el desarrollo de un producto.

La conceptualización no es más que una perspectiva de cualquier elemento que queramos representar y que parte de ideas abstractas y simples para luego dar pasó a datos concretos y ordenados. Por ende, conceptualizar lo podemos suponer como el medio para desarrollar o construir ideas que luego se pueden convertir en productos. Este concepto es la base para la creación o desarrollo de cualquier producto, que en nuestro caso la enfocaremos al Sector Turismo.

Las ideas se deben estructurar en tres partes: el qué (es el producto); el cómo (convertir esa idea en un hecho) y el por qué (cuál es el propósito), como lo explica Sinek en su monólogo. Todo esto se resuelve utilizando herramientas que han evolucionado con el pasar de los años.

Según Cortada (2006), el turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual (al menos durante una noche y como máximo 365 días), por ocio, negocios u otros motivos. Si no se realiza pernoctación, se consideran excursionistas. Los turistas y excursionistas forman el total de visitantes.

El turismo se ha transformado en el corto plazo en una actividad relevante a nivel mundial, por ser generadora de empleos, movimientos económicos y en un nivelador de la balanza de pagos.

El turismo es fascinante debido a su versátil ámbito de comprensión y desarrollo. Es dinámico por sus múltiples ópticas, sus formas de tratamiento y porque se desarrolla en un marco de integración siempre cambiante.

A su vez es complejo también, porque además de la diversidad de áreas y disciplinas que lo componen, es interesante notar la forma en que se generan su vinculación entre sí y en su disposición de servicio hacia los turistas.

Según Rivera (2009) un atractivo turístico es un conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio.

Según Renato Castro (Elementos de Turismo, P. 170) Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, es lo que motiva y genera los desplazamientos de las personas hacia un lugar.

Según Kotler (1999), el marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros.

1.2. Finalidad de la Investigación.

Es importante estar preparados para la constante evolución del sector turístico y sobre todo tener los recursos a mano para las exigencias de nuestros turistas, que son la fuente principal de la economía de la República Dominicana.

Debe de ser de vital interés para los encargados de la gestión y promoción turística dar a conocer aquellos destinos que tienen todo el potencial de convertirse en referentes al momento de hablar de turismo local e internacional y esta es la finalidad de nuestra investigación.

Los resultados nos preparan para servir de manera profesional y resaltar las bellezas escondidas que pocos conocen de la provincia de Azua.

1.3. Ventajas y Desventajas de la Investigación.

La investigación les permite a los investigadores adquirir experiencia y conocimiento de primera mano sobre las personas, eventos y procesos que estudian. Ningún otro método ofrece el mismo tipo de acercamiento a la vida cotidiana. Esto significa que los investigadores pueden obtener datos muy detallados sobre las personas y procesos, tal vez más detallados de los que podrían obtener utilizando cualquier otro método.

La investigación de campo también puede revelar aspectos de las experiencias de las personas o de las interacciones grupales de las que antes no éramos conscientes. Esto en particular es una fortaleza única de la investigación de campo.

Ya que la investigación de campo generalmente ocurre durante un período de tiempo prolongado, los hechos sociales que no pueden ser observados inmediatamente por el investigador, pero que se descubren con el tiempo, pueden ser detectados durante el curso de un proyecto de investigación de campo.

Otros beneficios de la investigación que podemos mencionar son:

- Acceso a situaciones y personas. Tener contacto con pequeños detalles en el contexto del usuario.
- Los resultados de una exitosa serie de visitas de campo alimentará directamente el desarrollo personal, la información, el volumen de trabajo, y requerimientos para futuros proyectos.
- Esta exposición constante con el contexto de los usuarios cambia la forma en que los equipos interactúan, haciendo que se enfoquen menos en la validación de información y más en la creatividad y solución de los problemas.
- Buena para explicar el significado y el contexto del objeto de estudio.
- Puede manifestar hechos sociales que pueden no ser evidentes inmediatamente o de los cuales los participantes de la investigación pueden no ser conscientes.

Como bien indicamos, los investigadores de campo pueden recopilar datos muy detallados, sin embargo, este beneficio viene con un costo. Ya que el enfoque de un investigador de campo es tan específico, simplemente no son capaces de recopilar datos de tantas personas como, por ejemplo, al crear una encuesta.

Habitualmente los investigadores de campo sacrifican el alcance a cambio de la profundidad. Relacionado con este punto está el hecho de que requiere mucho tiempo, por lo que es importante saber de antemano cómo hacer una investigación de campo y evitar contratiempos.

Cabe destacar que cada método de investigación o técnica sistemática tiene sus ventajas y desventajas, a continuación, hablaremos de manera un poco más detallada de cada una de ellas.

Encuestas: Deben aplicarse a un grupo considerable de personas. Permite realizar la investigación de manera general y reduce el tiempo de recolección de información. Por otro lado, no considera el total de la población estudiada y los datos pueden ser no representativos.

Cuestionarios: Las preguntas "tipo" pueden favorecer la investigación. Sin embargo, la arbitrariedad con que se desarrollan puede nublar el análisis.

Entrevistas: Son estandarizadas en su mayoría y realizadas por expertos. Pero suelen tener como barrera la ambigüedad y la deformación de las respuestas.

Observación: Fomenta el estudio de la población en su entorno libre, sin estímulos específicos. El inconveniente se presenta cuando la presencia del observador no permite el desarrollo normal de las acciones habituales de los participantes.

Experimentos: Se observa una variable en específico y se logra tras la manipulación de una variable independiente y generando por ende una dependiente. Por otro lado, puede llegar a generalizar los resultados del análisis.

CAPÍTULO II.

ASPECTOS GENERALES DE LA PROVINCIA AZUA DE COMPOSTELA.

2.1. Antecedentes Históricos de la Provincia de Azua.

Si nos remontamos al descubrimiento de la isla de Santo Domingo, podremos ver que para ese entonces Azua era un nitainato, perteneciente al cacicazgo Maguana, gobernada así por el cacique Guacanagarix.

La provincia de Azua no fue originada como tal donde la encontramos hoy en día. Fué fundada bajo la denominación de "Villa de Compostela de Azua" en el año 1504 por Diego Velásquez, justamente donde hoy funge el sector Pueblo Viejo. Este desplazamiento se llevó a cabo en el año 1751 cuando un terremoto destruyó toda la ciudad, dejando consigo zonas inhabilitadas y obligando así, a los residentes yacer desde cero en nuevo territorio.

En tanto, el término "Compostela", proviene de manos de Pedro Gallegos, oriundo de Santiago de Compostela, España; quien tenía una hacienda con dicho nombre. Cabe mencionar, que la hacienda de aquel entonces fué igualmente destruida por el terremoto.

No obstante, este desplazamiento tuvo repercusiones positivas a lo que conocemos hoy en día, ya que la nueva ciudad fué erguida sobre llanuras fértiles que, actualmente, sirven como sustento para los habitantes.

Según la postura de Noboa (2011), Azua cumple todos los requisitos y parámetros para ser denominada como una provincia rica en historia, iniciando estos acontecimientos en el año 1844, cuando surge la batalla del 19 de Marzo a pocos días después de la independencia de la República Dominicana. En este acontecimiento 2,500 soldados derribaron a 10,000 haitianos solo con piedras y armas de poca resistencia. De hecho, hoy en día los azuanos son conocidos como "tirapiedras" gracias a ese evento.

Ocurrido esto, pocos días más tarde, se lleva a cabo la 3era lucha más importante para nuestra Independencia: La Batalla del Memiso. Esta se originó el 13 de abril del mismo año, en donde tropas haitianas al mando del coronel Pierre Paul, lucharon frente a dominicanos comandados por el general Antonio Duvergé.

Dos días después, el 15 de Abril, inicia la Batalla del Puerto de Tortuguero cuando el comandante Juan Bautista Cambiaso avistó tres embarcaciones haitianas llamadas: La Mouche, Le Signifie y la Pandora. Posterior a esto, los soldados dominicanos arremetieron nueva vez teniendo la victoria y hundiendo las embarcaciones. (Educando.com.do, s.f.).

Como último ejemplo no podemos olvidar que el 17 de Abril del 1849, los soldados dominicanos se vieron en la obligación de luchar nueva vez con 15,000 haitianos para seguir en defensa de nuestra independencia, igualmente hecho acontecido en la provincia de Azua.

2.2 Ámbito Socioeconómico, Cultural y Geográfico de la Provincia de Azua.

2.2.1 Ámbito Socioeconómico:

Según el IX Censo Nacional de Población y Vivienda de la ONE (2010), Azua cuenta con 241,311 habitantes, de ellos 53% hombres y 47% mujeres. Esta provincia, es la 13ª más poblada del país ocupando la posición veinticuatro en densidad poblacional.

En niveles de escolaridad, el 69% de sus habitantes está en los niveles de primaria y superior. El restante, tiene niveles de educación básica, ocupando el 54% los hombres y 46% mujeres.

Otro estudio similar, arrojó que en el año 2013 ocupaba el 13ª nivel de empleados generados a nivel nacional, lo que representa el 1.4% de acuerdo a la Encuesta Nacional de la Fuerza del Trabajo (ENFT). Esta misma encuesta, el 12.4% de sus trabajadores eran empleados reportados al estado, teniendo consigo a 622 empleadores; para trabajadores independientes, representan el 66.4%.

En ámbitos de pobreza, el nivel de pobreza extrema reportada en la provincia era de un 23.1%; 12.7 puntos encima de la media de pobreza extrema en el país (10.40%) para el mismo año.

Cabe señalar, que Azua cuenta con clústeres económicos ya establecidos, tales como: agropecuaria, pesca, agroindustrial, logístico y apoyo a los negocios. De igual modo, posee clústeres emergentes: productos de madera y productos para la construcción.

2.2.2 Ámbito Cultural:

En cuanto a las tradiciones culturales que Azua posee, dentro de las más importantes podemos citar sus fiestas patronales, celebradas el 8 de septiembre en honor a Nuestra Señora de los Remedios, en donde todo el Parque Duarte es rodeado de carpas, juegos infantiles y establecimientos de comida. Sumado a ella, el conocido desfile de los diablos cojuelos de la ciudad.

De igual modo, son celebradas sin números de actividades religiosas para conmemorar dicha festividad.

De hecho, se pueden notar a gran manera en las calles, juegos populares tales como: la gallina ciega, la corrida de burros, la cinta y el palo enceba 'o.

El segundo ejemplo son las fiestas en honor a la Batalla del 19 de Marzo, en donde desfilan todos los cuerpos castrenses del país en presencia del presidente o vicepresidente de la República. Igualmente, en estos días es celebrado el tradicional carnaval, que es uno de los más antiguos del país.

Cabe apuntar que Azua es conocida como "tierra de poetas" y no es para menos, ya que de aquí surgieron grandes figuras de renombre para el país, como son: Héctor Viriato Noboa, Bartolomé Olegario Pérez, Héctor J, Miguel Ángel Garrido, Heriberto García y Renato D' Soto.

Dirigiéndonos un poco a la gastronomía local, por ser tierra agrícola, costera y ganadera ofrece una gran variedad de platos a ofrecer, todos ellos influenciados por los africanos, europeos y tainos siendo "El chenchén" el más conocido, seguido así por el chacá, el pescado frito, el moro de gandules o habichuelas, el mangú, el yaniqueque, entre otros.

2.2.3 Ámbito Geográfico:

La Provincia de Azua cuenta con una extensión de 2,685.35 KM^2 , limitada al Este con La Vega, Peravia y San José de Ocoa, al Sur con el Mar Caribe y al Oeste con Barahona, San Juan y Bahoruco.

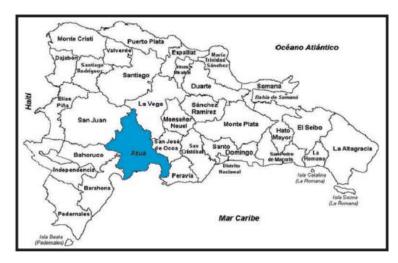


Figura 1. Ubicación de la provincia de Azua en el mapa de la República Dominicana. Fuente: Economia.gob.do, 2017.

A su vez, esta se divide en municipios. Estos últimos sub-divididos en distritos municipales:

I. Azua de Compostela

- 1.Barreras (D.M.)
- 2.Barro Arriba (D.M.)
- 3.Clavellina (D.M.)
- 4.Emma Balaguer Viuda Vallejo (D.M.)
- 5.Las Barías-La Estancia (D.M.)
- 6.Las Lomas (D.M.)
- 7.Los Jovillos (D.M.)
- 8. Puerto Viejo (D.M.)

II. Estebanía

III. Guayabal

IV. Las Charcas

- 9. Palmar de Ocoa (D.M.)
- V. Las Yayas de Viajama

- 10. Hato Nuevo-Cortés (D.M.)
- 11. Villarpando (D.M.)

VI. Padre Las Casas

- 12. La Siembra (D.M
- 13. Las Lagunas (D.M.)
- 14. Los Fríos (D.M.)
- 15. Monte Bonito (D.M.)

VII. Peralta

VIII. Pueblo Viejo

16. El Rosario (D.M.)

IX. Sabana Yegua

- 17. Ganadero (D.M.)
- 18. Proyecto 2-C (D.M.)
- 19. Proyecto 4 (D.M.)

2.3. Atractivos Naturales y Culturales de la Provincia de Azua.

Navarro (2015) nos dice que los atractivos turísticos conforman la materia prima que permite que la planta turística, equipamiento e instalaciones, opere. Por consiguiente, Andrés (2008) define atractivo natural como un análisis del espacio cuya homogeneidad por los diferentes grados en que la naturaleza agrega valor y lo convierte así en un atractivo. Finalmente, se puede describir el turismo cultural como una modalidad en donde se exhiben aspectos culturales relevantes en una determinada región, con el fin absoluto de atraer turistas.

Teniendo claras las definiciones antes expuestas, procedemos a desglosar y detallar los atractivos naturales y culturales más significativos que posee la provincia de Azua:

2.3.1 Atractivos Naturales:

1. Palmar de Ocoa: catalogado como un distrito municipal, se encuentra ubicado en el sureste de la provincia de Azua limitada a su vez por Las Charcas al norte, al sur y al este por la provincia Peravia y al oeste con la Bahía de Ocoa. Gracias a su ideal ubicación, posee como principal actividad económica la pesca, seguida de la agricultura especialmente de plátanos y verduras. Igualmente, posee paisajes naturales que atraen a cualquier turista. De hecho, sus playas son consideradas las más seguras de toda la región debido a su calmado oleaje.



Figura 2. Playa Palmar de Ocoa, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

2. Playa Blanca: está ubicada al oeste de la provincia y es la más popular en ella. Conocido por ser territorio virgen y perfecto para la familia. Puedes llegar desde Playa Monterío caminando o en una embarcación.



Figura 3. Vista panorámica Playa Blanca, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

3. Playa Las Caobitas: ubicada a una hora del pueblo de Azua, es conocida por sus aguas cristalinas abrupto manglar, en donde se encuentran las especies más salvajes de toda la isla. Seguido esto, por sus bellos manglares que permiten realizar buceo como actividad recreativa.



Figura 4. Playa Las Caobitas, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

4. Playa Monte Río: se encuentra en la zona sur de la ciudad, y es uno de los destinos más populares para los locales. Es destacada por su arena oscura y piedras en todo su alrededor. Igualmente, podemos encontrar variedades de establecimientos en donde podemos comer, tomar un trago o simplemente compartir en familia.



Figura 5. Playa Monterío, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

5. Playa Los Negros: a pesar de ser muy conocida, esta playa tiene la peculiaridad en su nombre, ya que se dice que lo posee gracias a que los principales moradores cercanos a esta eran esclavos traídos por los colonos.



Figura 6. Playa Los Negros, Azua. Fuente: Tripadvisor (2016).

6. Parque Nacional Francisco Alberto Caamaño Deñó: se encuentra ubicado en el municipio Las Charcas. En este halla la única porción de la Cordillera Central que toca el Mar Caribe. Por su altura, se pueden observar desde allí la Bahía de Ocoa, Playa Caracoles y El Número. A su vez, esta sirve de escenario para conocer como vivian los indígenas en su época. Dentro de este parque, podemos encontrar las Ruinas del Ingenio de Cepi-Cepi.



Figura 7. Salto Río Grande, Parque Nacional Francisco Alberto Caamaño Deñó, Las Charcas, Azua. Fuente: Alexandra Montás Reynoso, Diario Libre (2017).

7. Lomas de Peralta: ubicadas en el municipio de Peralta, toda la zona está adornada por grandes cafetales que conforman la actividad económica principal de la zona. Igualmente, se caracteriza por tener temperaturas muy bajas todo el año e igualmente ríos igualmente fríos pero que adornan en gran manera todo el paisaje.



Figura 8. Lomas de Peralta, Azua. Fuente: Tripmondo.com (s.f.)

Peralta es uno de los municipios que posee la Provincia de Azua, adornado por sus abundantes cafetales, medio de producción de sus munícipes. Está a unos 22 kilómetros de la provincia.

Las personas de este municipio son trabajadoras, cariñosas y acogedoras, brindan lo mejor de ellos a toda persona que les visita, capaz de robarle el corazón. Cuando una persona visita este municipio les gusta tanto, por el trato que reciben de los munícipes, que vuelven.

2.3.2 Atractivos Culturales:

1. Estatua en Honor a Enriquillo: taíno conocido por encabezar la primera rebelión contra los españoles y perteneciente al cacicazgo de Jaragua. Se comenta que este sabía leer y escribir perfectamente el castellano e inclusive, se presume, que él y el cacique Guarocuya eran la misma persona.



Figura 9. Estatua en homenaje a Enriquillo, entrada pueblo de Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

2. Museo Cultural y Biblioteca Jimena Fernández Vda. Guzmán: conocida como ATHENE (o la ciudad cultural), se fundó el 15 de agosto del 1925 por el poeta y periodista azuano Héctor Viriato Noboa. Allí se albergan cientos de obras literarias, cuadros e inclusive funge como teatro para la exposición de obras locales.



Figura 10. Biblioteca Jimena Fernández Vda. Guzmán, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

3. Parque Duarte: ubicado en el centro del pueblo, este parque es sede de grandes acontecimientos relevantes en la cultural azuana, tal es el caso de: sus fiestas patronales, fiestas del 19 de marzo, el carnaval, desfile patriótico y bazar en honor a la dominicanidad.



Figura 11. Glorieta Parque Duarte, Azua. Fuente: Propia (2019).

4. Parroquia Nuestra Señora de los Remedios: su construcción fué iniciada en 1882 y finalizada en 1889. Se tiene certeza de estas fechas, ya que las posee escritas sobre mármol a modo de referencia. No fue la primera iglesia de Azua, sino la cuarta ya que las demás fueron destruidas por el terremoto, los haitianos y los asaltos (Ayuntamiento Municipal de Azua, s.f.). Esta se encuentra ubicada a un costado del Parque Duarte.



Figura 12. Iglesia Nuestra Señora de Los Remedios, Parque Duarte, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

5. Monumento Héroes 19 de Marzo: ubicado en las inmediaciones del Parque 19 de Marzo, fue levantando por el escultor Antonio Prats Ventós y en este están escritos los nombres de todos los soldados que participaron el Batalla del 19 de Marzo.



Figura 13. Monumento a los Héroes del 19 de Marzo, Parque 19 de Marzo, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).

6. Carnaval: considerado uno de los más antiguos del país, es celebrado en el periodo de fiestas en honor al 19 de marzo. Actualmente, es representado por comparsas alegóricas a indios, personajes de fantasía y diablos cojuelos.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. Diseño de Investigación

Según (Arias, 2004) define la investigación de campo como "la recolección de datos directamente en la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna".

Para (Sabino, s.f.) en el texto "El Proceso de Investigación" menciona que "la investigación documental se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos".

Luego de plasmada estas dos definiciones podemos decir que la investigación de campo es el análisis en tiempo real de la situación del lugar con respecto a un tema en específico. Por medio de esto podemos analizar en tiempo real como pueden suceder diferentes resultados luego verificar la situación real lo observado en el lugar a investigar.

Esta forma de investigación nos ayudó a poder visualizar la falta de desarrollo de los atractivos turísticos de Azua de Compostela, lo cual fué apreciado luego de una visita a las zonas que pueden como un punto focal atraer, no solo a los turistas extranjeros, sino también a los locales; para que de esta manera puedan apreciar todo lo que esta provincia les puede ofrecer.

3.2. Tipos de Estudio

El tipo de estudio utilizado para esta investigación fué exploratorio, ya que no existen antecedentes sobre la implementación de las estrategias para la gestión y el markentig en el destino turístico de Azua de Compostela.

De igual forma esta investigación cuenta con un estudio descriptivo, ya que se realizó un trabajo de campo para obtener la recolección de datos; aplicando así técnicas e instrumentos como las encuestas, y de esa manera adquirir informaciones lo más certeras posibles que permitieron el análisis y plantear soluciones asequibles.

3.3. Población y Muestra de Estudio

La población de objeto de estudio fueron los residentes en el Distrito Nacional con una población de 965,040 habitantes distribuidos entre 460,903 hombres y 504,137 mujeres; según el último censo realizado por la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE) en el año 2010.

Esta última, con una edad promedio de 18 a 65 años, fueron los tomados en cuenta; quienes igualmente, contaban con conocimientos básicos acerca de las diferentes zonas turísticas del país.

Por cuestiones de márgenes y probabilidad se redujo la población final a 106 personas. Considerado esto, la muestra final fué de 90 habitantes, los cuales reflejaron su conocimiento a través de las encuestas sobre las distintas zonas a visitar en Azua de Compostela, preferencia en relación a otros destinos, restaurantes y hoteles locales y por supuesto, los niveles de accesibilidad.

$$n = \frac{N^* Z^2 p^* q}{d^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

n=
$$\frac{(106) (1.96)^2 (0.5) (1 - 0.05)}{(0.05)^2 (106-1) + (1.96^2) (0.5) (1 - 0.05)}$$

n= 407.2096 * 0.475 / 2.08726

n= 90 habitantes a encuestar Donde:

N= Total de la población

Z= 1.96 al cuadrado (para una seguridad del 95%)

p= proporción esperada (en este caso 0.5 para un 50%) dado al gran tamaño de la población para así maximizar el tamaño de la muestra final

q= 1 - p (en este caso 1 - 0.05 = 95%)

d= precisión (se utilizó un 5% en la investigación)

3.4. Método de Investigación

En esta investigación se utilizó el método empírico, el cual está basado en la experiencia obtenida de la zona estudiada y cómo plantear conclusiones de una situación o de una problemática en específico.

De igual forma se utilizó el método de la observación, para así poder captar de primera mano situación real en el campo a estudiar. Esto nos permitió conocer de forma directa la zona de Azua de Compostela y los puntos turísticos que se podrían explotar para lograr el aumento de turistas en dicha localidad.

También se analizó la manera en la que se promociona la zona sur del país en el sector turístico, teniendo en cuenta la explotación que desean realizar en áreas específicas las empresas privadas. Sumado a esto, la falta de adecuación que poseen los lugares aledaños y mejorar las vías de acceso para los turistas.

Finalmente, se llegó a la conclusión de la forma en la que se debe implementar y gestionar el marketing turístico en la zona de Azua de Compostela para que esta pueda ser un área turística visitada tanto por turistas nacionales como internacionales.

3.5. Fuentes y Técnicas de la Investigación

3.5.1 Fuentes de Investigación

Las fuentes de investigación utilizadas fueron: libros de textos acerca de la geografía de República Dominicana, artículos acerca de zonas turísticas del área Suroeste del país, imágenes tomadas en el levantamiento realizado, luego de una visita a la provincia de Azua de Compostela y el uso del internet.

3.5.2 Técnicas de la Investigación

La técnica aplicada para recolectar la información necesaria y desarrollar el tema fueron las encuestas. En estas se utilizaron tanto preguntas abiertas como cerradas, con las características necesarias para determinar que tanto conocen la zona estudiada.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.1. Presentación de los Resultados de la Encuesta

Fuente: Encuesta aplicada por los autores de la monografía (Marzo, 2019).

Figura 14. Porcentaje de los encuestados que han visitado la provincia de Azua.

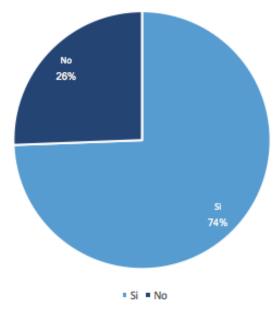


Figura 15. Tabla rango de edad de los encuestados.

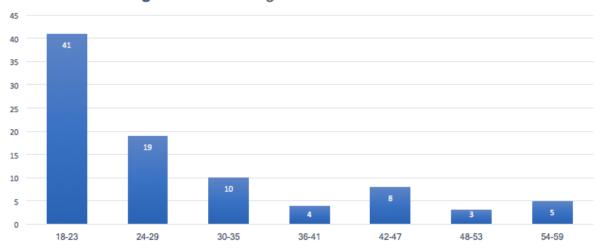


Figura 16. Tabla de puntos turísticos con mayor conocimiento por parte de los encuestados.

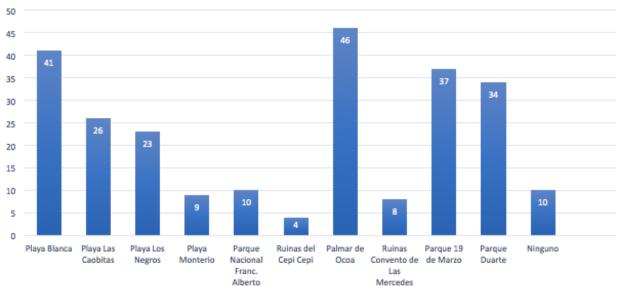


Figura 17. Porcentaje de encuestados que visualizan a Azua como destino potencal turístico.

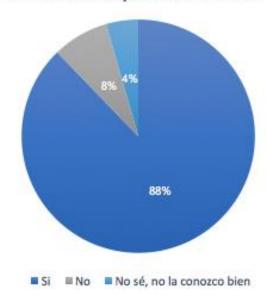


Figura 18. Valoración de las vías de acceso a los atractivos.

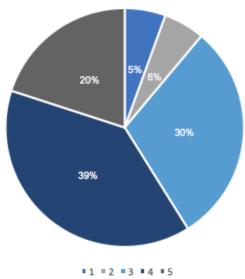


Figura 19. Porcentaje de encuestados que conocen los organismos de adecuación y mantenimiento de puntos turísticos en Azua.

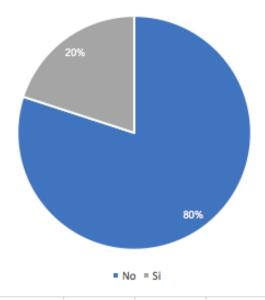


Figura 20. Actividades que los encuestados entienen que se pueden realizar en Azua.

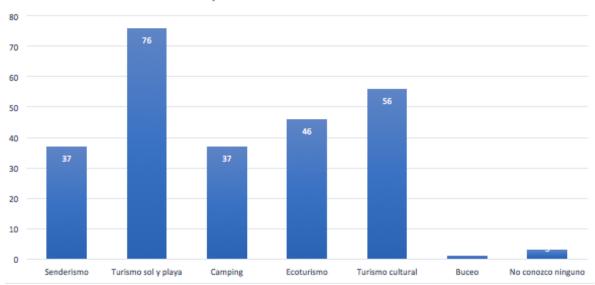


Figura 21. Restaurantes aptos para recibir turistas.

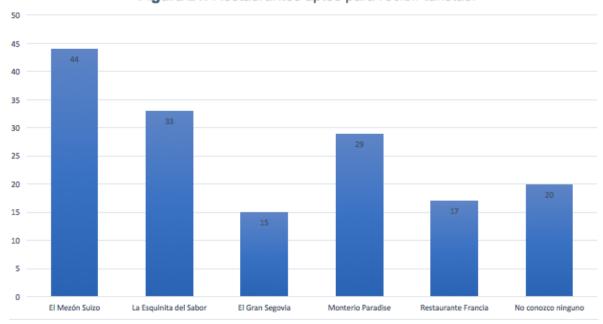


Figura 22. Infraestructuras de alojamiento aptas para recibir turistas.

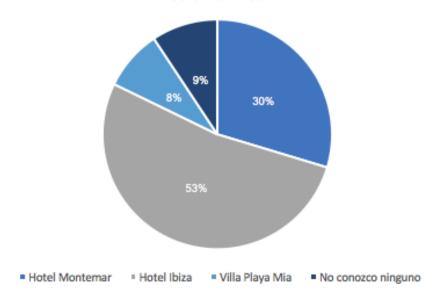
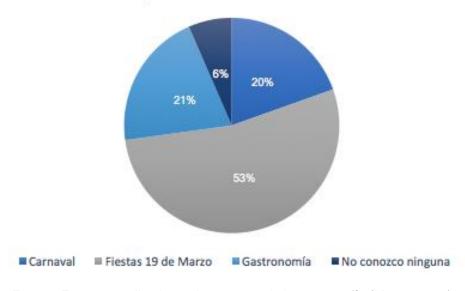


Figura 23. Manifestaciones culturales conocidas por los encuestados.



44 30 24 24 21 20 10 6 Accesibilidad Precios Adecuación Infraestructura Gastronomía Locales Publicidad Recursos naturales y culturales

Figura 24. ¿Por qué los turistas prefieren visitar otros destinos?

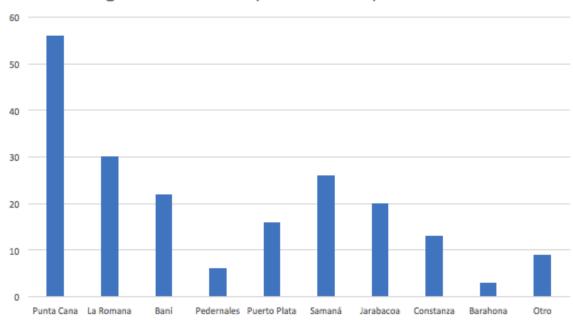


Figura 25. Destinos que los turistas prefieren visitar.

4.2. Análisis e Interpretación de Resultados en la Encuesta

Para llegar a los resultados obtenidos, la encuesta fué realizada a una muestra de 90 personas, distribuidas entre hombres y mujeres de diferentes edades. Teniendo todos en común, que son residentes activos de la República Dominicana. Los datos obtenidos, arrojaron resultados de suma importancia para el desarrollo de la investigación.

Iniciando el análisis, con el porcentaje de encuestados que han visitado o no la provincia de Azua, teniendo como resultado el 74% afirmativo y el 26% restantes no conocen la provincia. Siguiendo así, con el rango de edades que los encuestados, en donde se puede visualizar la mayoría está en edades de 18 a 23 años, representados por 40 personas y desfavorecido por edades entre 48 y 53 años correspondientes a 3 personas.

De igual modo, esta encuesta arrojó que el 46% de la población encuestada tiene conocimiento sobre Palmar de Ocoa, seguido a su vez por Playa Blanca, equivalente a 41 personas. No obstante, por cifras muy por debajo de las anteriores están: Ruinas del Cepi Cepi, Playa Monterio y Ruinas Convento de las Mercedes. En ese sentido, cabe destacar que 10 de los encuestados alegaron no conocer ningún destino turístico en Azua, ya sea por la falta de publicidad o desinterés por parte de ellos.

En la parte de la percepción real de los encuestados, se obtuvo como resultado que el 88% considera que Azua es un destino con gran potencial para desarrollar de manera efectiva el turismo. Sin embargo, el 8% entiende que no es posible y 4% con opiniones neutrales.

En ámbitos de accesibilidad, se adquirió como resultado que el 39% entiende que los destinos de Azua tienen buena accesibilidad. Siguiendo así, con el 80% que no conocen las autoridades de adecuación y mantenimiento de los atractivos de la provincia. Esto nos lleva como resultado, que las autoridades no tienen empeño en que los visitantes conozcan quienes son o qué hacen.

Por su ubicación, el 76% de los encuestados considera que es factible realizar turismo de sol y playa, siendo esta la mayoría versus las demás opciones mostradas. En ese aspecto, el 0% entiende que el buceo es recomendado para la zona. Este último arroja este resultado ya que la mayoría de personas no saben que Azua cuenta con arrecifes de coral únicos en todo el Caribe.

En temas infraestructurales, se inició con los restaurantes calificados como aptos para recibir turistas, mostrándose el Mesón Suizo por encima de todos los demás. La mayor parte de visitantes que tiene la provincia se está direccionando al centro de la ciudad. Esta conclusión se debe a que el Mesón Suizo se encuentra lejos de las playas y monumentos naturales.

En ese aspecto, cabe destacar que el 53% de los encuestados, entiende que el Hotel Ibiza es el mejor en cuanto a temas de infraestructura y adecuación. Pero, dicho hotel se encuentra en Palmar de Ocoa, lejano a todos los demás atractivos de la provincia. En tanto, el Hotel Montemar encabeza la segunda posición con un 30%, aspecto que es positivo ya que se encuentra cercano a las principales playas y centros históricos. De hecho, este cuenta con una excelente relación calidad-precio.

Azua es conocida por su riqueza cultural, sobre todo sus fiestas patrias; esto se verifica ya que el 53% tiene conocimiento de estas fiestas. Seguido por su gastronomía, asumiendo un 21% respectivamente. Sus fiestas carnavalescas solo obtienen un 20% y el restante no tiene conocimiento de ninguna de estas

manifestaciones. Esto nos dice, qué a pesar de tener un el carnaval más antiguo de todo el país, no tiene la publicidad, desarrollo y aceptación para los turistas.

En relación a los resultados obtenidos sobre el por qué una persona decide visitar un destino, tenemos que 51% de los encuestados visita mayormente un destino por sus infraestructuras (de alojamiento, restaurantes, tiendas de regalo), situación que lleva a pensar que podría ser la razón principal por la cual Azua no se encuentre entre las favoritas; ya que cuenta con pocos lugares para la recepción de visitantes. Sumado a que los pocos que se encuentran, la gran mayoría, se encuentran con aspectos deplorables e infrahumanos.

Finalmente, la mayoría de los visitantes/turistas prefieren visitar Punta Cana, resultado que no es sorprendente; ya que este destino cuenta con la publicidad, inversión, adecuación, manejo de recursos naturales y adaptación necesarios para captar los gustos tanto de locales como extranjeros.

Todos estos resultados llevan a la conclusión de que la mayor deficiencia que tiene el destino es la falta de promoción por parte de las autoridades correspondientes, poca inversión, manejo no controlado de los recursos y sobre todo las carencias de los lugares en donde un visitante se pueda sentir a gusto y confiado.

CAPÍTULO V. PLAN DE MEJORA.

5.1 Objetivos del Plan de Mejora en la Gestión e Implementación de las Estrategias de Marketing

Los objetivos que persigue nuestro plan de mejora para la gestión e implementación de las estrategias de marketing turístico en Azua, son los siguientes:

- Potenciar los atractivos turísticos, naturales y culturales de la provincia de Azua.
- 2. Proporcionar las informaciones relacionadas a los atractivos turísticos de Azua a todos los turistas a nivel global, auxiliándonos del marketing digital.
- Fomentar el turismo en la provincia, de tal forma que sea elegido como el destino predilecto de sus visitantes.
- 4. Incentivar a los habitantes de Azua para que apoyen y conozcan sus grandes atractivos, que también servirán como generadores de trabajo para los mismos.
- 5. Fortalecer las vías de acceso y organización de las zonas más visitadas por los turistas.

5.2. Implementación Estratégica del Plan de Mejora

Se pretende realizar cambios considerables en las infraestructuras, con la ayuda de inversionistas tanto del sector público como privado, enfocadas a mejorar las vías de acceso y organización de los atractivos turísticos de la provincia de Azua.

Además de desarrollar campañas publicitarias orientadas a resaltar los atractivos naturales y culturales de la provincia, con la ayuda del marketing digital.

Cambios infraestructurales:

- Reconstrucción de las vías de acceso a las playas Palmar de Ocoa, Playa Blanca y Las Caobitas.
- Instalación de letreros para reforzar la señalización del acceso hacia el Palmar de Ocoa.
- Campaña de inspección liderada por oficiales de Salud Pública en los establecimientos de alimentos y bebidas de la Playa Monterío. Con el objetivo de mejorar las condiciones de las infraestructuras y la higiene de los mismos.
- Reconstrucción de las vías de acceso y señalización del Parque Nacional Francisco Alberto Caamaño Deñó.
- Construcción de un hotel cercano a la línea costera de la provincia, con facilidades de alojamiento, alimentos y bebidas y recreación.

Campaña Publicitaria:

Crearemos la campaña publicitaria de nombre "Nueva Azua" donde utilizaremos los medios digitales y las redes sociales Instagram, Facebook y Twitter (como: @nuevaazua), para realizar las siguientes acciones:

- Publicación de anuncios promocionales de los atractivos de la zona.
- Promoción de las mejoras infraestructurales y en las vías de acceso a través de las redes sociales.
- Publicación de novedades y mejoras implementadas en los atractivos turísticos de la provincia.

Fomento de grupos para el desarrollo local:

Se incluirán dentro de nuestro programa de apoyo local grupos que actualmente fungen como promotores de acondicionamiento y limpieza de las playas de la Provincia de Azua. Tal es el caso de @descubreazua, formado por un grupo de jóvenes que se dedican a promocionar vía las redes sociales, campañas de limpieza de playas dirigidas a voluntarios que deseen aportar un granito de arena al desarrollo de la provincia de Azua de Compostela. Ya que estos no poseen los recursos y patrocinio de empresas, se pretende incluirlos dentro de nuestros aliados para las campañas y medios de expansión.

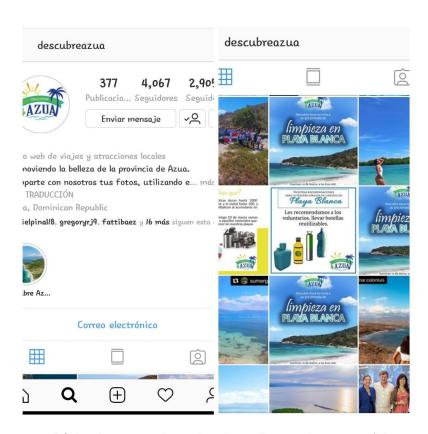


Figura 26. Página Instagram Descubre Azua. Fuente: Instagram (Marzo, 2019).

Alianza estratégica con revista turística:

Para fomentar la promoción de los atractivos culturales y naturales de la provincia de Azua de Compostela, se pretende crear una alianza estratégica con la revista Resumen Turismo, ya que esta es publicada de manera mensual promoviendo en ella destinos, actividades y establecimientos turísticos de distintas provincias a nivel nacional.

Para ello, hemos de considerar la inclusión en primera instancia de publicar la provincia en la portada del mes de septiembre, ya que en este se celebran las fiestas locales. En los meses posteriores, se destinará una página en donde se promocionarán igualmente los establecimientos y un atractivo por mes.

Todo ello se logrará bajo el patrocinio de empresas que estén alojadas en la provincia, tal es el caso de: Cervecería Nacional Dominicana, Coca Cola, Banco Popular y Banco Adopem.



Figura 27. Portada revista Resumen Turismo. Fuente: Issuu.com (Junio, 2015).

Implementación de cursos para guías locales:

Como sabemos, todo desarrollo inicia con la educación de los habitantes del destino, por ende, se propondrá al Instituto Nacional de Formación Técnico y Profesional (INFOTEP) filial Azua, la inclusión de un curso para quienes se deseen desarrollar como guías turísticos en la provincia.

En este, se propone incluir e siguiente esquema para los módulos:

Modulo I: Introducción al turismo.

Módulo II: Análisis atractivos culturales y naturales locales.

Módulo III: Oferta de alojamiento y restauración local.

Módulo IV: Legislación ambiental.

Módulo V: Ecoturismo.

Módulo VI: Artes y tradiciones populares.

Módulo VII: Creación de itinerarios y esquemas operativos.

Módulo VIII: Actividades de recreación.

Módulo IX: Turismo de aventura.

Módulo X: Prevención de riesgos y primeros auxilios.

Módulo XI: Normas de etiqueta y protocolo.

Al finalizar este programa, el guía habrá adquirido habilidades y podrán:

- Conocer la historia de su provincia y el país.
- Ser cordial con los visitantes.
- Conocer de manera detallada los lugares a visitar.
- Obtener ingresos mediante sus conocimientos y por ende el desarrollo de la economía de la provincia.

Público Objetivo:

- Empresas, empresarios e inversionistas
- Familias
- Estudiantes
- Deportistas
- Turistas nacionales e internacionales

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizada la investigación se observó el gran potencial turístico con el que cuenta la provincia de Azua de Compostela para la explotación de la misma. La vida histórica y cultural que posee de esta, la hace participe en la mente de los dominicanos

Las locaciones turísticas, las cuales al inicio de esta investigación se entendían que eran pocas, aunque durante el desarrollo se puede dar a notar una amplia lista, son lo que mayormente deseamos dar a conocer a través de estrategias en la cual puedan atraer más al turista local e internacional.

Por tal razón, se realizó la recopilación de informaciones para ver que tantos conocían esta zona que tiene mucho por ofrecer pero que aún no está siendo explotada de manera correcta. Pudiendo así, obtener datos para ofertar estrategias para el desarrollo de esta demarcación, de tal forma que se llega a la conclusión que:

Azua de Compostela cuenta con una gran variedad de recursos turísticos los cuales pueden ser utilizados para mejorar la economía de la misma y de esa forma invertir estos ingresos en el mejoramiento de las zonas urbanas, vías de acceso y el embellecimiento de lugares cercanos.

A su vez, permite la inclusión de su oferta para realizar diversas actividades turísticas como: El Turismo de Sol y Playa, Turismo Cultural, Senderismo, Camping y Ecoturismo o Turismo ecológico.

No solo esto, sino también la calidez humana, su gastronomía, sus actividades culturales y el bajo coste en alojamientos y actividades recreativas, hacen que la provincia de Azua de Compostela tenga más facilidades para iniciar su explotación como destino turístico.

RECOMENDACIONES:

- Mejorar las vías de acceso hacia a las diferentes zonas turísticas.
- Colocar las señalizaciones adecuadas en cada locación turística a explotar.
- Realizar inspecciones para el mejoramiento de infraestructuras e higiene.
- Utilizar medios digitales y redes sociales para el conocimiento y promoción de la zona.
- Incluir el destino de Azua como sello cultural e histórico del país.
- Concientizar a la poblacion local sobre la importancia de cuidar y desarrollar su provincia.
- Crear programas educativos para que los residentes de Azua de Compostela tengan la oportunidad de desarrollarse en las diferentes áreas del sector turístico y de esa manera generar ingresos a sus comunidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros / Tesis / Informes:

- Pérez, A. S. (2018). Propuesta para la rehabilitación del parque de zona franca de la provincia Azua. (U. Apec, Ed.) Santo Domingo, República Dominicana.
- Edelyn Catalino Liria. (2015). Campaña de Relanzamiento Turístico de la Provincia Peravia. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.
- Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo. (2017). Plan para el desarrollo económico local, Azua. Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo, Viceministro de Planificación. Santo Domingo: Darío Tejeda.
- Navarro, D. (2015). Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos:

 Conceptualización, Clasificación y Valoración. Proyecto Investigación,
 Universidad del Aconcagua.
- Andrés, J. M. (2008). Concepto de Área Natural Turística Como Aporte Teórico para la Planificación Sustentable del Turismo. Tesis de Grado, Universidad Nacional de Comahue, Facultad de Turismo, Neuquén.
- Esmiely Medina Alcantára. (2017). Estrategias Promocionales para el Fomento del Turismo Cultural e Histórico en la Ciudad Colonial. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.

Sitios Web:

- Arias . (2004). Metodologia de la Investigación. Obtenido de https://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/
- Ayuntamiento Municipal de Azua. (s.f.). Obtenido de http://ayuntamientoazua.gob.do/turismo/
- Azua, P. P. (Mayo de 2017). economia.gob.do. (D. Tejeda, Ed.) Obtenido de http://economia.gob.do/mepyd/wp-content/uploads/archivos/digedes/planes-provinciales/AZUA.pdf

- EcuRed. (s.f.). Obtenido de https://www.ecured.cu/Batalla_de_Tortuguero
- Educando.com.do. (s.f.). Educando. Recuperado el 2019, de http://www.educando.edu.do/portal/batalla-de-el-memiso/
- Esmiely Medina Alcantára. (2017). Estrategias Promocionales para el Fomento del Turismo Cultural e Histórico en la Ciudad Colonial. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.
- Fierro, R. (2 de Abril de 2013). Obtenido de BLBLA: http://rosamelfierroperez.blogspot.com/
- Imbert-Bouchard, D. (16 de Septiembre de 2016). Marcas y Turismo. (Daniel Imbert-Bouchard) Obtenido de http://www.turismoytecnologia.com
- Provincias Dominicanas. (6 de Noviembre de 2016). Obtenido de http://www.provinciasdominicanas.org/azua/#cultura-y-tradicion
- Sabino. (s.f.). Metologia de la investigación. Obtenido de https://bianneygiraldo77.wordpress.com/category/capitulo-iii/

ANEXOS

Anexo A. Encuesta realizada para obtener los resultados a analizar en la investigación en la Repúlica Dominicana, Marzo 2019.

Esta encuesta se realiza con la finalidad de analizar acerca de la necesidad de buena gestión, adecuación, mantenimiento y promoción que tiene la provincia de Azua en sus atractivos naturales y culturales.

1. ¿Has visitado la provincia de Azua?

- o Si
- o No

2. Edad

- o 18-23
- o **24-29**
- o 30-35
- o 36-41
- 0 42-47
- o 48-53
- 0 54-59

3. ¿Cuáles puntos turísticos conoces? (puede seleccionar más de una opción.

- o Playa Blanca
- Playa Caobitas
- Playa Monterio
- Playa Los Negros
- Parque Nacional Francisco Alberto Caamaño Deñó
- Ruinas del Convento de Cepi Cepi

 Palmar de Ocoa
Ruinas del Convento de las Mercedes
o Parque Duarte
o Parque 19 de Marzo
Ninguna de las opciones anteriores
4. ¿Visualizas a Azua como una provincia con gran potencial para
desarrollar y adecuar sus puntos turísticos?
o Sí
o No
 No lo sé, no la conozco lo suficiente.
5. Valoración de las vías de acceso a los atractivos, siendo 5 excelente.
o 1
o 2
o 3
0 4
o 5
6. ¿Conoces los organismos de adecuación y mantenimiento de puntos
turísticos en Azua?
o Sí
o No
7. ¿Cuáles actividades entiendes que se pueden realizar si se adecuan estos
puntos? Puede seleccionar más de una opción.
 Senderismo
o Turismo de sol y playa
o Camping

0	Turismo ecológico
0	No conozco ninguna de las anteriores
0	Otro:
8. ¿C	uáles de los siguientes puntos de restauración consideras aptos para
recib	ir turistas locales y receptivos? Puede seleccionar más de una opción.
0	El Mezón Suizo
0	La Esquinita del Sabor
0	El Gran Segovia
0	Monterio Paradise
0	Restaurante Francia
0	No conozco ninguna de las anteriores.
0	Otro:
9. ¿C	uáles de los siguientes puntos de alojamiento consideras aptos para
recib	ir turistas locales y receptivos? Puede seleccionar más de una opción.
0	Hotel Montemar
0	Hotel Ibiza
0	Villa Playa Mia
0	No conozco ninguna de las anteriores
0	Otro:
10.	¿Cuáles manifestaciones folclóricas Azuanas conoces? Puede
selec	cionar más de una opción.
0	Carnaval
0	Fiesta 19 de Marzo
0	Gastronomía
0	Ninguna de las anteriores
0	Otro:

11.	¿Por	qué	visitas	otros	destinos	turísticos?	Puede	seleccionar	más	de
una	a opcić	ón.								

0	Accesibilidad
0	Precios
0	Adecuación
0	Infraestructuras (hoteles, restaurantes, Gift Shops)
0	Por su gastronomía
0	Por los locales
0	Porque tienen una buena expansión publicitaria
0	Por sus recursos culturales y naturales
0	Otro:
12. <i>j</i> .	Cuáles destinos visitas con mayor frecuencia? ¿Puede seleccionar más
Ŭ	, c
de u	na opción?
de u	na opción? Punta Cana
0	Punta Cana
0	Punta Cana La Romana
0	Punta Cana La Romana Pedernales
0 0	Punta Cana La Romana Pedernales Baní
0 0	Punta Cana La Romana Pedernales Baní Puerto Plata
0 0 0	Punta Cana La Romana Pedernales Baní Puerto Plata Samaná
0 0 0	Punta Cana La Romana Pedernales Baní Puerto Plata Samaná Jarabacoa

Anexo B. Acceso a Playa Blanca, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).



Anexo C. Artesania local, Bazar 19 de Marzo, Parque Duarte Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).



Anexo D. Artesania local, Bazar 19 de Marzo, Parque Duarte Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).



Anexo E. Hotel Montemar, Azua. Fuente: Propia (Marzo, 2019).



Anexo F. Señalización inclusión Wifi, Parque Duarte, Azua, Fuente: Propia (Marzo, 2019).



THE PLAGIARISM CHECKER

Toyt being analyzed	Result
Text being analyzed	
Igualmente, podemos encontrar variedades de establecimientos en	OK
Realizar inspecciones para el mejoramiento de infraestructuras e hi	OK
objetivo de mejorar las condiciones de las infraestructuras y la	OK
Finalmente, se presentarán las conclusiones y recomendaciones ob	OK
Además de desarrollar campañas publicitarias orientadas a resaltar	⊘ OK
significa que los investigadores pueden obtener datos muy detallad	OK
Estrategias Promocionales para el Fomento del Turismo Cultural e	OK
Estrategias Promocionales para el Fomento del Turismo Cultural e	OK
Proporcionar las informaciones relacionadas a los atractivos turístic	OK
investigación les permite a los investigadores adquirir experiencia y	OK
ende, conceptualizar lo podemos suponer como el medio para desa	OK
Infraestructuras de alojamiento aptas para recibir turistas 38	OK
Manifestaciones culturales conocidas por los encuestados3 8	OK
¿Cuáles manifestaciones folclóricas Azuanas conoces? Puede sele	OK
Habitualmente los investigadores de campo sacrifican el alcance a	OK
obstante, este desplazamiento tuvo repercusiones positivas a lo qu	OK
Crearemos la campaña publicitaria de nombre Nueva Azua donde u	OK
Puede manifestar hechos sociales que pueden no ser evidentes in	OK
acontecimiento 2,500 soldados derribaron a 10,000 haitianos solo c	OK
indicamos, los investigadores de campo pueden recopilar datos mu	OK

Results: No plagiarism suspected

Download Plagiarism Report PDF

Word count: 9101

Go Back

© 2002-2019 by Brian Klug - Contact - Manage Account

Used 7 of 50 times since 2019-04-09