



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

EXTENSIÓN QUEVEDO



FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

ESCUELA DE CIENCIAS, SOCIALES, PERIODISMO, INFORMACIÓN Y
DERECHO.

DOCUMENTO PROBATORIO (DEMENSIÓN ESCRITA)

DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE LICENCIADO EN

HOTELERÍA Y TURISMO

TEMA:

MARKETING ESTRATEGICO Y SU IMPACTO EN LA PROMOCIÓN TURISTICA
DE LA HACIENDA EMELY COMPLEJO TURISTICO DEL CANTÓN MOCACHE AÑO
2022.

AUTORA: WENDY JAZMIN PEÑAFIEL CHEVEZ

TUTOR: ING.LUIS EDUARDO ANDRADE ALCIVAR

CARRERA: HOTELERÍA Y TURISMO

AÑO:

ABRIL-SEPTIEMBRE 2022

DEDICATORIA

La presente tesina es dedicada a mi familia, a mi esposo José Luis y a mis hijos quienes han sido los principales protagonistas de esta meta.

A mis padres quienes me apoyaron y se sacrificaron para darme una buena educación.

A quienes me alentaron a seguir en este proceso de formación con su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por su amor y bendición ya que sin el nada sería posible.

A mis padres Inocente y Cecilia por darme la vida y guiarme con sus buenos valores, por su esfuerzo para que culmine con mis estudios a pesar de las dificultades.

Gracias a mi esposo José Luis e hijos han sido ese pilar fundamental para continuar, quienes me motivan a seguir luchando cada día y no me dejan caer en los momentos difíciles.

Por su compromiso y dedicación a mi docente tutor Msc. Luis Andrade Alcívar, quien con su experiencia y conocimientos me ha guiado para llevar a cabo la realización de esta tesina.

INDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
INDICE	iii
INDICE DE TABLAS	vi
INDICE DE GRÁFICOS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
1. INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
2. DESARROLLO DEL CASO	3
2.1. Idea o Tema de Investigación	3
2.2. Planteamiento del problema	3
2.3. Formulación del problema	3
3. JUSTIFICACIÓN	4
4. OBJETIVOS	5

4.1.	General.....	5
4.2.	Específicos.....	5
5.	SUSTENTO TEÓRICO.....	6
5.1.	Definición de marketing estratégico.....	6
5.1.1.	Marketing estratégico en la era digital.....	6
5.1.2.	El marketing de contenidos.....	6
5.1.3.	Marketing Digital.....	7
5.1.4.	Publicaciones de blog	8
5.1.5.	Infografías	8
5.1.6.	Vídeos	9
5.1.7.	E-books	9
5.1.8.	Testimonios y reseñas	10
5.1.9.	Marketing de influencers	10
5.2.	Definición de plan de marketing	11
5.3.	Promoción turística.....	11
5.3.1.	Promoción online	12

5.4.	Definición de turismo	13
6.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	13
6.1.	Tipo de investigación.....	13
6.1.1.	Investigación descriptiva	13
6.1.2.	Investigación bibliográfica documental	13
7.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	14
7.1.	Entrevista	14
7.2.	Encuestas	14
7.3.	Población y muestra.....	14
7.3.1.	Población.....	14
7.3.2.	Muestra	14
CAPITULO II		15
8.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	15
8.1.	Resultados de la entrevista realizada al administrador de la Hacienda Emely Complejo Turístico	25
9.	SITUACIONES DETECTADAS	27

10. SOLUCIONES PLANTEADAS	28
10.1. Diseño de Plan de marketing	29
11. CONCLUSIONES	30
12. RECOMENDACIONES	31
13. BIBLIOGRAFÍA	32
14. ANEXOS	33

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Conocimiento de la hacienda Emely	15
Tabla 2. Visitas a la Hacienda Emely	16
Tabla 3. Personas con quien ha visitado la Hacienda Emely.....	17
Tabla 4. Medios por los que se enteró de la Hacienda Emely	18
Tabla 5. Calificación de los servicios de la Hacienda Emely.....	20
Tabla 6. Cualidades de la Hacienda Emely	21
Tabla 7. Consideración de la Hacienda Emely como un gran atractivo	22

Tabla 8.Estrategias empleadas para captar más visitantes.....	23
Tabla 9.Recomendaciones del lugar	24
Tabla 10.Entrevista al administrador de la Hacienda Emely Complejo Turístico.....	25
<i>Tabla 11. Diseño de plan de marketing</i>	<i>29</i>

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.Conocimiento de la hacienda Emely 16

Gráfico 2.Visitas a la Hacienda Emely 17

Gráfico 3.Personas con quien ha visitado la Hacienda Emely..... 18

Gráfico 4.Medios por los que se enteró de la Hacienda Emely 19

Gráfico 5.Calificación de los servicios de la Hacienda Emely 20

Gráfico 6.Cualidades de la Hacienda Emely 21

Gráfico 7.Consideración de la Hacienda Emely como un gran atractivo 22

Gráfico 8.Estrategias empleadas para captar más visitantes..... 23

Gráfico 9.Recomendaciones del lugar 24

Gráfico 10.Entrevista en la Hacienda Emely Complejo Turístico..... 37

Gráfico 11.Vista de la Hacienda Emely..... 37

Gráfico 12.Vista de la Piscina de la Hacienda Emely 38

RESUMEN

El presente trabajo de investigación o tesina previo a la obtención del título en Licenciatura en Hotelería y Turismo consiste en analizar el marketing estratégico y su impacto en la promoción turística de la Hacienda Emely Complejo Turístico del cantón Mocache, año 2022.

La metodología aplicada ha sido de tipo descriptiva y documental, en el que se logró analizar y describir la importancia que tiene un plan de marketing. Para obtener información se realizó una entrevista al Administrador de este complejo turístico con el fin de conocer las estrategias empleadas para captar un mayor número de visitantes, destacando que en el complejo se aplican diversas promociones por medio de páginas web, utilizando ofertas en las entradas, comida, bebidas y en las actividades que los visitantes desean realizar además de llevar a cabo una encuesta a los habitantes de este cantón en la que se logró conocer si las personas conocían y habían visitado el complejo turístico y conocer el nivel de satisfacción de los servicios ofrecidos por el complejo turístico.

Finalmente, en este trabajo investigativo se propone el diseño un plan estratégico de marketing el mismo que servirá de mucha ayuda para la promoción turística de la Hacienda Emely Complejo Turístico.

Palabras claves: Marketing estratégico, Promoción turística, Servicios, Turismo

ABSTRACT

This research work or dissertation prior to obtaining the degree in Hospitality and Tourism consists of analyzing strategic marketing and its impact on the tourism promotion of the Hacienda Emely Tourist Complex of the Mocache canton, year 2022.

The applied methodology has been descriptive and documentary, in which it was possible to analyze and describe the importance of a marketing plan. To obtain information, an interview was conducted with the Manager of this tourist complex in order to learn about the strategies used to attract a greater number of visitors, highlighting that the complex applies various promotions in tickets, food, drinks and in the activities that are offered. the visitors wish to carry out, in addition to carrying out a survey of the inhabitants of this canton in which it was possible to know if the people knew and had visited the tourist complex and to know the level of satisfaction of the services offered by the tourist complex

Finally, in this investigative work, the design of a strategic marketing plan is proposed, which will be of great help to the tourist promotion of the Hacienda Emely Tourist Complex.

Keywords: Strategic marketing, Tourism promotion, Services, Tourism

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad muy importante para la economía del país por su gran dinamismo y capacidad de desarrollo. El turismo permite el desplazamiento de muchas personas a nivel nacional e internacional con el fin de que estas se recreen, conozcan nuevas culturas, gastronomía, costumbres, lugares donde se pueda realizar cualquier tipo de turismo.

La actividad turística en los diferentes cantones y provincias que ofrece nuestro país son de gran importancia para generar fuentes de trabajo y para el prestigio del Ecuador, ofreciendo hermosos paisajes naturales, cultura, además con el tiempo se ha ido incorporando mejoras en los diferentes recursos turísticos para poder brindarlos como atractivos para el turista nacional y extranjero.

El cantón Mocache es uno de los 13 cantones que tiene la provincia de Los Ríos el mismo que cuenta con atractivos turísticos a disposición de sus residentes y turistas. con la finalidad de que este cantón se convierta en una potencia turística a nivel nacional.

La Hacienda Emely Complejo turístico es un hermoso atractivo con el que cuenta el cantón Mocache, el mismo que abrió sus puertas a la ciudadanía y a los turistas en el año 2017 dando a conocer los servicios que presta como: recorridos a caballo, en bicicleta, escuadrones, hermosas piscinas, canchas de usos múltiples, patio de comidas típicas y patio de comidas rápidas, pista de baile, karaoke y hospedaje.

Con los antecedentes anteriormente detallados nace la presente investigación, la cual se encuentra dividida en dos capítulos: En el primer capítulo se hace referencia al marco metodológico cuya base se sustenta en definiciones teóricas de las variables de marketing estratégico y promoción turística; mientras que en el segundo capítulo se muestran los resultados obtenidos de la encuesta y entrevista realizada, en donde se analizan los problemas detectados derivados de una débil aplicación de estrategias de marketing en este lugar y proponer las posibles

soluciones que contribuyan a incrementar el número de visitantes y a la vez contribuir en el crecimiento económico de este atractivo turístico.

CAPITULO I

2. DESARROLLO DEL CASO

2.1. Idea o Tema de Investigación

Marketing estratégico y su impacto en la promoción turística de la hacienda Emely complejo turístico del cantón Mocache año 2022.

2.2.Planteamiento del problema

El turismo en la actualidad es un campo en constante evolución, las personas viajan por negocios, vacaciones, placer o quieren alejarse de la vida cotidiana y todos buscan formas de satisfacer sus necesidades, por lo que muchas personas buscan la tranquilidad de la naturaleza, y otros buscan las aventuras.

La Hacienda Emely complejo turístico perteneciente al cantón Mocache es un atractivo que posee diversas actividades de recreación. El cual no cuenta con muchas visitas por parte de los turistas debido a la ausencia de un plan de marketing dentro de la hacienda, esto hace que no haya conocimiento suficiente entre la ciudadanía y turistas de este hermoso atractivo y de los servicios que ofrece.

En los últimos años se evidencia que el crecimiento de este complejo turístico ha sido mínimo, lo cual repercute de forma directa en sus ingresos generando preocupación en la administración ya que no se cuenta con los recursos necesarios para realizar el debido mantenimiento a las instalaciones ni tampoco mejoras en su infraestructura, resultando todo un reto para la administración el diseñar estrategias efectivas de marketing.

2.3.Formulación del problema

¿Qué impacto tendría la aplicación del marketing estratégico en la promoción turística de la hacienda Emely complejo turístico del cantón Mocache año 2022?

3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad analizar las estrategias de marketing aplicadas en la Hacienda Emely Complejo Turístico del Cantón Mocache Provincia de Los Ríos, con el fin de conocer los tipos de estrategias empleadas por la administración de este complejo desde sus inicios hasta la actualidad, en este caso resultó necesaria la aplicación de un cuestionario de preguntas al administrador.

Adicionalmente se llevaron a cabo encuestas a los turistas en las que se logró conocer la percepción que tienen respecto a los servicios que ofrece la Hacienda Emely permitiendo analizar las debilidades presentadas en cuanto a estrategias de marketing y de esta forma proponer las debidas mejoras que permita obtener un mayor alcance y difusión del complejo hacia la comunidad respecto a los servicios que ofrece.

Con la propuesta de diseño de un plan de marketing la administración del Complejo turístico Emely podrá contar con una herramienta efectiva que le permita establecer las estrategias más adecuadas con la finalidad de convertirlo en una potencia turística a nivel nacional.

4. OBJETIVOS

4.1.General

Analizar el marketing estratégico y su impacto en la promoción turística de la hacienda Emely Complejo Turístico del Cantón Mocache.

4.2.Específicos

- Realizar una entrevista al administrador de la hacienda “Emely” Complejo Turístico con el fin de evaluar el marketing estratégico que emplea para su promoción.
- Recolectar opiniones de los usuarios respecto a los servicios ofrecidos en la hacienda “Emely” a través de encuestas.
- Diseñar un plan de marketing para la Hacienda Emely Complejo Turístico del Cantón Mocache con el fin de potenciar el crecimiento económico del mismo.

5. SUSTENTO TEÓRICO

5.1. Definición de marketing estratégico

El marketing estratégico lo podemos identificar como una metodología de análisis sobre el entorno en que se desempeña una empresa (pública o privada) o negocio de todo tipo, que otorga respuesta sobre la forma para satisfacer de mejor manera los requerimientos y necesidades de los segmentos o público de interés en general, a través de acciones previamente determinadas (Marcos Javier Ortega Urquizo, 2019).

5.1.1. Marketing estratégico en la era digital

El marketing es un proceso administrativo que implementa sus propias herramientas estratégicas para el logro de los objetivos propuestos en los planes organizacionales y de marketing. Es más, podremos evidenciar a continuación algunos aportes sobre un modelo que permite establecer con cierta precisión y practicidad las acciones propias del marketing en contextos digitales (Grijalba, 2018).

5.1.2. El marketing de contenidos

Engloba todas las estrategias de marketing digital enfocadas a conectar con la audiencia de una empresa o marketing a través de distintos tipos de publicaciones. Los tipos de marketing de contenidos que existen engloban: blogs, newsletters, e-books o redes sociales, entre otras cosas (S, 2022).

En este artículo vamos a ver los fundamentos básicos del marketing de contenidos, qué tipos existen y cuál es la importancia de esta parte de la publicidad online en el desarrollo y crecimiento de una marca en Internet. ¿Te interesa? ¡Sigue leyendo! ¿Cuál es la importancia del marketing de contenidos en una estrategia digital?

El marketing de contenidos es esencial para el desarrollo de la imagen de una empresa o marca y para su posicionamiento en Internet. Por ese motivo, los

profesionales la tienen muy en cuenta para la elaboración del plan de marketing general (S, 2022).

Ofrecer contenido de calidad y que resulte interesante ayuda a que las empresas conecten mejor con su audiencia potencial. Esto suele llevar a una mejora en el posicionamiento en Internet y a una mayor capacidad de ventas (S, 2022).

El marketing de contenidos tiene un gran potencial para hacer que el mensaje de una empresa sea coherente y se alinee con los intereses de su audiencia.

En este sentido, en el marketing de contenidos es tan importante lo que se publica como la frecuencia con la que se publica. Y es que esto ayuda a fomentar una relación a largo plazo con los clientes y el público objetivo de cualquier tipo de empresa (S, 2022).

Piensa que, la creación de buenos contenidos está enfocada a que los usuarios adquieran algún tipo de conocimiento que les ayude de alguna manera. Esto hace que, al final, las personas estén más dispuestas a escoger a aquellas marcas que les hayan aportado algo.

Ahora que ya hemos visto qué es y cuál es la relevancia del marketing de contenidos, vamos a pasar a profundizar en los principales tipos y formatos que se emplean para la creación de publicaciones que impacten y generen engagement con las audiencias (S, 2022).

5.1.3. Marketing Digital

Principales tipos de marketing de contenidos. Para desarrollar estrategias relacionadas con el marketing de contenidos, existen distintos tipos de publicaciones o formatos que se pueden usar.

Cada uno de ellos cuenta con sus propias ventajas y, en una estrategia de contenidos, no es necesario usar todas ellas, hay que escoger las que mejor se adapten a las características de la marca (S, 2022).

Dentro del marketing de contenidos, estos son algunos de los principales tipos que existen:

5.1.4. Publicaciones de blog

Los blogs son uno de los pilares fundamentales sobre los que se sostiene todo el marketing de contenidos. Ayudan a crear consistencia de marca y aumentan el compromiso de la audiencia con la marca (S, 2022).

Este tipo de plataformas ofrecen versatilidad ya que se pueden usar para publicar todo tipo de contenidos de forma rápida y sencilla. Además, herramientas como WordPress pueden ayudar a crearlos rápidamente.

Al final, los blogs son una forma económica de comercializar y posicionarse en Internet. Tan solo hay que tener en cuenta los fundamentos de SEO y crear contenido que cautive a buscadores y audiencias por igual (S, 2022).

En general, en marketing de contenidos funcionan bien las publicaciones de más de 1.000 palabras, aunque, como decíamos, combinadas con las herramientas de SEO apropiadas, funcionan bien todo tipo de publicaciones, de cualquier extensión.

5.1.5. Infografías

Muchas veces, dependiendo del ámbito de trabajo de una marca, existen ideas o conceptos que son difíciles de explicar solo con un post para un blog. En este sentido, otro de los tipos de marketing de contenidos que se pueden usar, son las infografías (S, 2022).

Con una infografía, ya sea para insertar en un blog o en una publicación en redes sociales, se pueden presentar ideas complejas de forma visual.

5.1.6. Vídeos

Para marketing de contenidos, otro de los formatos o tipos importantes son los vídeos. Al realizar búsquedas en Internet, muchas veces, las personas prefieren encontrar una explicación a su problema en vídeo antes que tener que leer un texto largo y complejo (S, 2022).

Una buena prueba de ello es la popularización de plataformas como YouTube o Twitch que, en los últimos años han crecido de forma exponencial en su integración dentro de las estrategias de marketing.

Una de las dificultades a la hora de escoger los vídeos como formato para el marketing de contenidos, es que son más complejos de producir que un texto o una infografía. Sin embargo, suelen generar mejores resultados (S, 2022).

5.1.7. E-books

Los e-books también son una buena alternativa para producir contenidos para Internet. Se trata de textos de formato largo que ofrecen una mayor información sobre un tema a los clientes (S, 2022).

¿Por qué esto es útil? Pues porque, normalmente, las empresas, para que el usuario se pueda descargar el e-book, pide a cambio algunos datos, como, por ejemplo, la dirección de correo o un nombre.

Gracias a esta información, la marca puede desarrollar nuevas estrategias de contenidos que vuelvan a atraer al cliente, como, por ejemplo, una newsletter, un boletín informativo con contenidos de interés para el usuario (S, 2022).

5.1.8. Testimonios y reseñas

Dar voz a los clientes es una gran forma de generar contenidos útiles para una marca o empresa. Por eso, los testimonios y reseñas se han convertido en una manera económica de mejorar la imagen de una empresa en Internet (S, 2022).

Se trata de uno de los tipos de marketing de contenidos que puede generar nuevas ventas gracias al boca a boca y a la buena imagen generada por las reseñas y testimonios positivos.

Sin embargo, hay que tener cuidado con ello y saber manejarlo adecuadamente, ya que las reseñas negativas pueden tener un impacto dañino en la imagen de la empresa (S, 2022).

5.1.9. Marketing de influencers

El marketing de influencers es, dentro del marketing de contenidos, uno de los formatos o tipos más importantes. Y es que, contar con personas con un gran número de seguidores apoyando una marca o producto es una forma de ganar nuevos clientes (S, 2022).

Muchas veces, las personas se guían por la opinión de instagramers, youtubers o streamers para comprar nuevos productos. Tener a cualquiera de ellos como imagen de marca puede suponer un aumento en las ventas.

Un ejemplo claro de esto lo podemos encontrar en Twitch, con streamers de videojuegos. Una buena opinión sobre un título en concreto, puede hacer que la audiencia de ese creador de contenido, lo compre con mayor facilidad (S, 2022).

5.2. Definición de plan de marketing

(Seco, 2017) Es pues la planificación y organización de todos los procesos y actividades que una empresa necesita llevar a cabo para conseguir sus objetivos estratégicos en cuanto a ventas y posicionamiento en el mercado. Es una importante herramienta para cualquier empresa que te permitirá:

- Conocer mejor el mercado
- Obtener más detalles sobre las necesidades de los consumidores
- Tomar decisiones estratégicas en cuanto a tu producto o servicio: adaptar características de distribución y venta, planes de precios.
- Y mantener una relación con los clientes tras su compra o contratación de servicio.

Elaborar un plan de marketing de una empresa permitirá aunar todos los recursos y esfuerzos en cuanto a comunicación e imagen, para transmitir un mensaje único y coherente sobre su negocio y sus productos y servicios generando de este modo un mayor impacto en el mercado (Seco, 2017).

5.3. Promoción turística

Ejarque, 2005 en (Alfredo, 2020) “Define a la promoción turística como “comunicar a los potenciales consumidores turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo”

Ely, 2013 en (Alfredo, 2020) ”nos dice que: La promoción permite informar sobre los comportamientos adecuados de los turistas en los destinos turísticos a través del uso de imágenes y consignas que hacen hincapié en la importancia cultural, espiritual y de conservación de un lugar,

además permite promover los valores y comportamientos que favorecen los intereses de todas las partes interesadas durante la creación de expectativas realistas para los visitantes, y por lo tanto dar lugar a viajes más satisfactorios.

5.3.1. Promoción online

La Promoción online es considerada hoy en día como una de las favoritas de los consumidores por ser los medios en los que más interactúan, tiene su ventaja frente a la promoción offline o tradicional ya que permite un mayor alcance del público objetivo, debido a que sus anuncios y acciones promocionales son segmentadas para el mercado al cual se pretende llegar, genera menos costo a la empresa y permite a su vez tener un mayor control de las acciones promocionales que se realicen (Delgado, 2018).

Según la investigación realizada se determinó que la promoción online debe ser realizada a través de las estrategias de social media por ser las que cuentan con mayor aceptación por parte del público objetivo, para llevar a cabo esta se deberá:

- Tener una participación activa en Redes Sociales como Facebook e Instagram.
- Optimizar la Biografía en Redes sociales con palabras claves o Hashtag para que el público objetivo logre encontrar el negocio fácilmente.
- Generar contenido atractivo en las Redes Sociales para incrementar el tráfico.
- Utilizar el Video Marketing en Redes Sociales a través del Storytelling transmitiendo historias que permitan enganchar al público objetivo.
- Realizar la selección de influencers quienes serán los voceros de la marca encargados de transmitir la estrategia de promoción online.
- Difundir una campaña de Posicionamiento de Marca en Redes Sociales que premie a los seguidores y que a su vez permita incrementar el número de seguidores.
- Utilizar una plataforma que facilite la gestión y medición de resultados (Delgado, 2018).

5.4. Definición de turismo

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (DI•BELLA, 2018).

6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

6.1. Tipo de investigación

6.1.1. Investigación descriptiva

Este método nos permitió describir la definición de las variables ejecutando las definiciones de los términos principales, así como los amplios temas del trabajo escrito. también nos permitió detallar cual ha sido el marketing estratégico que la hacienda Emely ha venido utilizando hasta el momento.

6.1.2. Investigación bibliográfica documental

Este método nos ayudó a sintetizar la información de investigaciones que fueron elaboradas por otros autores, se obtuvo información de tesis, tesinas, proyectos, artículos científicos, páginas web, y libros digitales con información respecto al tema de estudio.

7. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

7.1. Entrevista

En esta investigación se utilizó la entrevista para obtener información directa de la Hacienda Emely Complejo Turístico por parte de la persona que lo administra.

7.2. Encuestas

Se aplicó la técnica de encuesta para conocer las apreciaciones de los visitantes, por medio de la plataforma digital formularios de Google.

7.3. Población y muestra

7.3.1. Población

Para este trabajo se consideró la muestra de población infinita, obteniendo así el total de encuestas a realizar

7.3.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones infinita:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

n : Muestra

P : Probabilidad de no ocurrencia 50%

e : Margen de error 5%

Z : Nivel de confianza 1.96%

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

$$n = 385$$

La muestra nos indica que se debe encuestar a un total de 385 personas mediante formulario de google para obtener las respuestas.

CAPITULO II

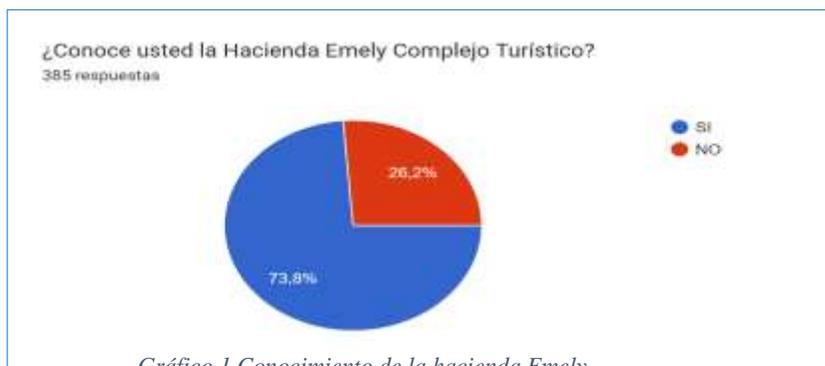
8. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Pregunta 1.- ¿Conoce usted la Hacienda Emely Complejo Turístico?

Tabla 1. Conocimiento de la hacienda Emely

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	284	73,8%
NO	101	26,2%
TOTAL	385	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache



Análisis:

En la encuesta realizada se determina que el 73,8% conocen la Hacienda Emely. En cuanto el 26,2% no conoce la Hacienda Emely complejo turístico el cual se encuentra en el cantón Mocache perteneciente a la provincia de Los Ríos.

Pregunta 2.- ¿Usted ha visitado la Hacienda Emely Complejo Turístico?

Tabla 2. Visitas a la Hacienda Emely

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	264	68,6%
NO	121	31,4%
TOTAL	385	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache

Comentado [LEAA1]: Revisar el formato aplicado a la pregunta 1, todos los resultados se deben ver de igual forma, agregar lo que falta a los demás cuadros estadísticos.

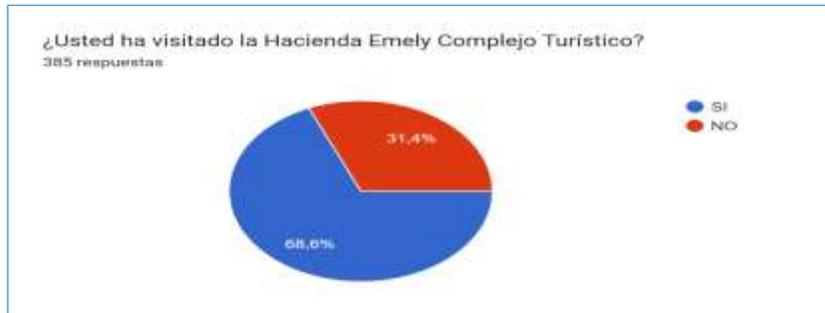


Gráfico 2. Visitas a la Hacienda Emely

Análisis.

Mediante el resultado obtenido en la encuesta el 68,6% han visitado alguna vez la Hacienda Emely complejo turístico. En cuanto el 31,4 % no ha tenido la oportunidad de conocerlo.

Pregunta 3.- Las ocasiones en que ha visitado este Complejo Turístico ha sido:

Tabla 3. Personas con quien ha visitado la Hacienda Emely

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLO	33	12,5%
CON FAMILIARES	93	35,2%
CON AMIGOS	96	36,4%

EN PAREJA	41	15.5%
ESTUDIANTES	1	0,4%
TOTAL	264	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache

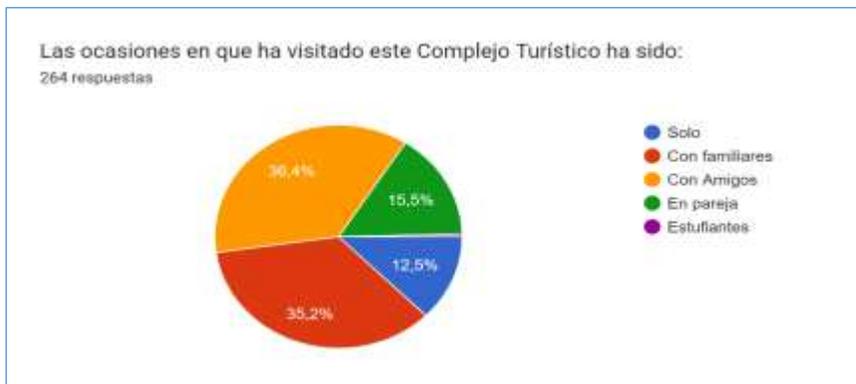


Gráfico 3. Personas con quien ha visitado la Hacienda Emely

Análisis.

Los resultados obtenidos muestran que quienes han visitado la Hacienda Emely lo han hecho: Solos con un 12,5%, mientras que con familiares un 35,6%, además 36,4%, lo han visitado con amigos un 15,5% lo han visitado en pareja y el 0,4 han sido con estudiantes que han asistido a la Hacienda Emely.

Pregunta 4.- ¿Por qué medios se enteró de la existencia de la Hacienda Emely Complejo Turístico?

Tabla 4. Medios por los que se enteró de la Hacienda Emely

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK	97	36,7%

INSTAGRAM	45	17,0%
YOUTUBE	33	12,5%
WHATSAPP	33	12,5%
MEDIOS IMPRESOS	24	9,1%
FAMILIARES	12	4,5%
MI PAREJA	10	3,8%
REFERENCIA DE AMIGOS	10	3,8%
TOTAL	264	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache



Gráfico 4. Medios por los que se enteró de la Hacienda Emely

Análisis.

Mediante el resultado obtenido en la encuesta los medios por los que se enteraron de la Hacienda Emely fueron: Facebook con 49,2%, Instagram con 21,2%, YouTube con 9,1%, WhatsApp con 24,2%, Medios impresos con 12,9%, por medio de Familiares con 0,4%, por medio de las Parejas con 0,4%, y por medio de Referencia de amigos con 0,4%.

Pregunta 5.- Califiquen los servicios recibidos por la Hacienda Emely Complejo Turístico.

Tabla 5. Calificación de los servicios de la Hacienda Emely

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	73	27,7%
BUENO	133	50,4%
REGULAR	52	19,7%
MALO	6	2,3%
TOTAL	264	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache

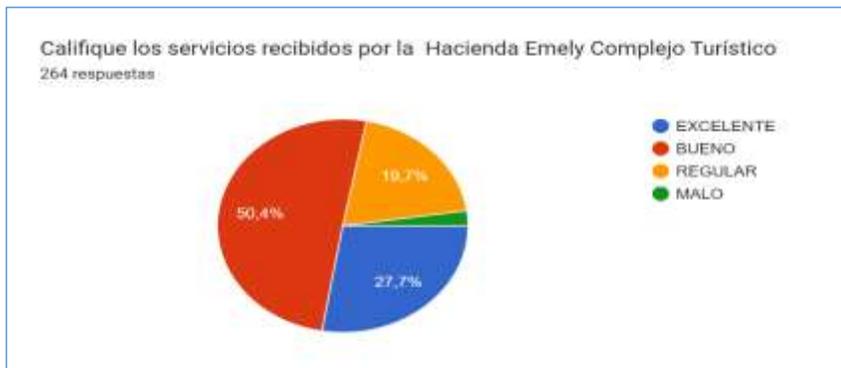


Gráfico 5. Calificación de los servicios de la Hacienda Emely

Análisis.

En la encuesta realizada se determina que la calificación de los servicios recibidos por parte de los turistas es: Excelente con 27,7%, Bueno con 50,4%, Regular 19,7%, Malo con 2,3%.

Pregunta 6.- Podría seleccionar las cualidades que marcan la diferencia entre la Hacienda Emely Complejo Turístico y los demás complejos turísticos del Cantón y su entorno.

Tabla 6. Cualidades de la Hacienda Emely

Tabla 6. Cualidades de la Hacienda Emely

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INFRAESTRUCTURA MODERNA	42	15,9%
ESPACIOS RECREATIVOS VARIADOS	104	39,4%
EXCELENTE SERVICIO	66	25%
PRECIOS ACCESIBLES	52	19,7%
TOTAL	264	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache

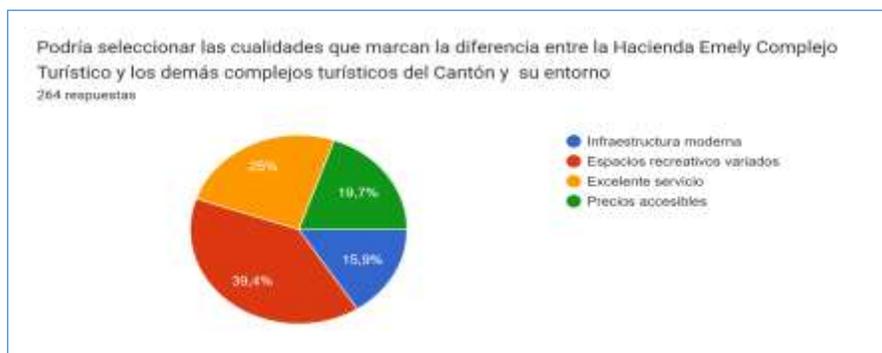


Gráfico 6. Cualidades de la Hacienda Emely

Análisis.

Mediante el resultado obtenido en la encuesta las cualidades que marcan la diferencia de la Hacienda Emely de otros complejos turísticos es: Infraestructura moderna con 15,9%, Espacios recreativos variados con 39,4%, Excelente servicio con 25% y Precios accesibles con 19,7%.

Pregunta 7.- ¿Considera usted que la Hacienda Emely Complejo Turístico tiene las características necesarias para ser considerado como un gran atractivo turístico?

Tabla 7. Consideración de la Hacienda Emely como un gran atractivo

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	256	97%
NO	8	3%
TOTAL	264	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache

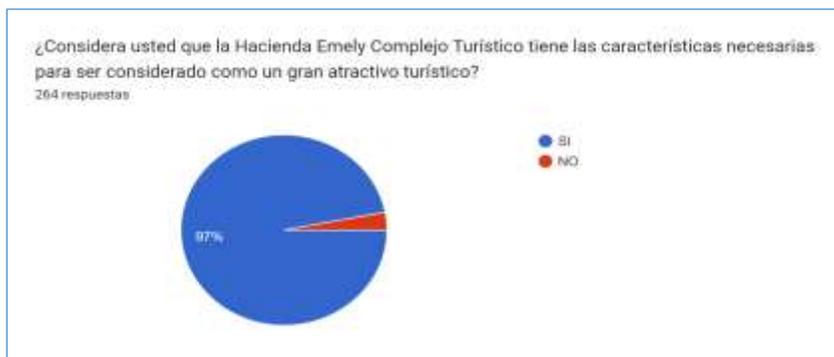


Gráfico 7. Consideración de la Hacienda Emely como un gran atractivo

Análisis.

Mediante el resultado obtenido en la encuesta el 97% Si considera que la Hacienda Emely Complejo Turístico tiene las características necesarias para ser considerado como un gran atractivo turístico, en cuanto al 3% No lo considera así.

Pregunta 8.- A su criterio, califique del 1 al 5, las estrategias empleadas por la Hacienda Emely Complejo Turístico para captar una mayor cantidad de visitantes.

Tabla 8.Estrategias empleadas para captar más visitantes

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 (Muy mala)	2	0,8%
2 (Regular)	39	14,8%
3 (Buena)	126	47,7%
4 (Muy buena)	40	15,2%
5 (Excelente)	57	21,6%
TOTAL	264	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache

A su criterio, califique del 1 al 5, las estrategias empleadas por la Hacienda Emely Complejo Turístico para captar una mayor cantidad de visitantes

264 respuestas

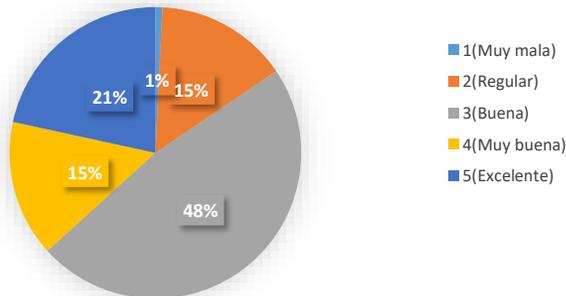


Gráfico 8.Estrategias empleadas para captar más visitantes

Análisis.

En la encuesta realizada se determina que las estrategias empleadas por la Hacienda Emely un 47% lo califica con 3 el cual significa buena, un 21,6% con 5 (Excelente), un 15,2% con 4 (Muy buena), un 14,8% con 2 (Regular) y un 0,8% con 1 (muy mala).

Pregunta 9.- ¿Recomendaría usted este lugar a sus amigos o conocidos?

Tabla 9. Recomendaciones del lugar

Tabla 9.Recomendaciones del lugar

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	258	97,7%
NO	6	2,3%
TOTAL	264	100%

Nota: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Mocache

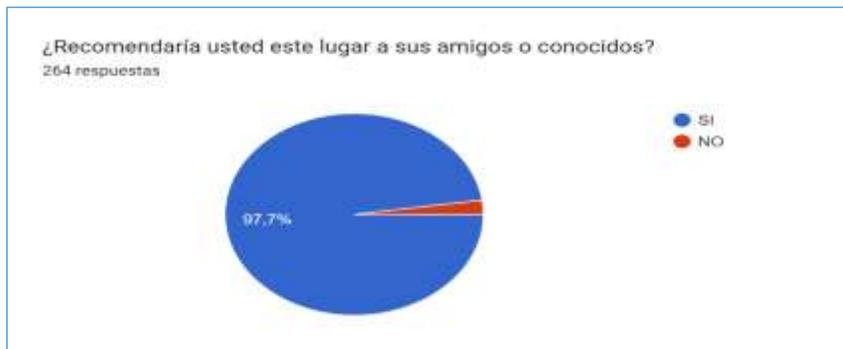


Gráfico 9.Recomendaciones del lugar

Análisis.

En la encuesta realizada se determina que el 97,7 % i recomiendan la Hacienda Emely Complejo turístico a sus amigos y conocidos, mientras que el 2,3 % No lo comendarían.

8.1.Resultados de la entrevista realizada al administrador de la Hacienda Emely

Complejo Turístico

Con la presente investigación se logró analizar los resultados de la entrevista realizada al administrador de la Hacienda Emely Complejo Turístico, las preguntas fueron elaboradas en base a el tema de estudio, para la resolución del mismo.

A continuación, se muestra el análisis de los resultados obtenidos.

Tabla 10. Entrevista al administrador de la Hacienda Emely Complejo Turístico

Pregunta	Respuesta	Análisis
1. <i>¿Qué tipos de estrategias ha utilizado la Hacienda Emely desde sus inicios hasta la actualidad?</i>	Promociones en las redes sociales en cuanto al costo de las entradas en fechas especiales (día d la madre y del padre, San Valentín) así mismo en el costo de bebidas.	Debido a la falta de promoción por las redes sociales el complejo turístico no es muy conocido.
2. <i>¿Cree usted que los servicios ofrecidos son suficientes para atraer más turistas?</i>	No son suficientes cuando se quiere ser el mejor atractivo.	Los servicios son importantes, pero cuando se busca la excelencia siempre falta algo por mejorar.
3. <i>¿Considera usted que sus empleados les brindan una buena atención a los turistas?</i>	El servicio brindado al público es muy bueno las personas que lo visitan quedan satisfechos.	Los turistas que visitan el complejo recomiendan el lugar por la excelente atención que reciben.
4. <i>¿Usted cree que los turistas quedan satisfechos con los</i>	Por los comentarios que recibimos en reiteradas ocasiones y por la visita recurrente de varios	Los buenos comentarios que hacen los visitantes ayuda al

<i>servicios brindados por la Hacienda Emely?</i>	visitantes si quedan muy satisfechos.	complejo a seguir siendo recomendado.
5. <i>¿Quiere implementar nuevas actividades dentro de la hacienda?</i>	Si aún falta queremos implementar la ruta del cacao, juegos infantiles entre otros.	El implementar nuevas actividades en el complejo llama mucho la atención de los turistas.
6. <i>¿Considera que es necesario mejorar la publicidad realizada hasta el momento?</i>	Las publicidades que se hicieron en los diferentes medios estuvieron bien, nos dimos a conocer mucho, pero si hace falta seguir difundiendo.	La administración esta consiente de que la promoción que hacen no es del todo excelente para darse a conocer.
7. <i>¿En qué otras estrategias han pensado para atraer una mayor cantidad de turistas?</i>	Seguir promocionando el complejo creando contenido de calidad además de implementar, juegos para los pequeños y variedad en la alimentación.	El implementar estrategias de marketing los ayudaría mucho de esta manera podrían conectarse mejor con el visitante y darse a conocer a nivel nacional.

Nota: Entrevista realizada al administrador de la Hacienda Emely

9. SITUACIONES DETECTADAS

La Hacienda Emely Complejo Turístico es un lugar rodeado por una hermosa naturaleza, sin embargo, este atractivo no es del todo conocido por los turistas, debido a que no tiene un plan de marketing que lo dé a conocer como lugar de visita turística.

La falta de una creación de plan de marketing hace que la Hacienda Emely tenga un déficit de turistas, lo cual se atribuye a la falta de promoción, difusión e innovación y por eso no tiene suficientes visitas.

La Hacienda Emely tiene diversos servicios que ofrece a los turistas, los mismos que son calificados como muy buenos, muchos de los encuestados consideran a este lugar como un potencial atractivo turístico, ya que cuenta con varios servicios y un amplio espacio para la incorporación de nuevos proyectos.

Entre las personas que han visitado la Hacienda Emely Complejo Turístico coinciden en que los servicios ofrecidos son de excelente calidad lo cual ha permitido que amigos y familiares lo puedan recomendar.

La Hacienda Emely Complejo Turístico del cantón Mocache ha creado diferentes promociones que le ayudan al enfoque turístico, pero se han quedado en segundo plano hasta la total reactivación de la hacienda debido a la pandemia.

Actualmente no se está promocionando la hacienda Emely complejo turístico por lo que no están recibiendo turistas como antes lo hacían, pues ahora solo lo hacen para fechas importantes y feriados utilizando la plataforma de Facebook como medio para llegar a las personas y estas se interesen en el lugar y lo visiten.

10. SOLUCIONES PLANTEADAS

Es necesario que los sitios turísticos cuenten con un marketing estratégico debido a que no solo captaran más clientes, sino que esto los diferenciará de sus competidores permitiendo evaluar las estrategias aplicadas y a la vez medir el cumplimiento de los objetivos planteados.

Con el diseño de un plan de marketing la Hacienda Emely Complejo Turístico podrá lograr captar una mayor afluencia de visitas, lo cual contribuirá a que este atractivo sea conocido a nivel nacional, permitiendo beneficiar de forma directa a la población del cantón Mocache puesto que la afluencia de turistas dinamizará aún más la economía del cantón.

La promoción de los lugares turísticos es fundamental para fomentar el desarrollo económico de un país, región o cantón, por lo que se ha diseñado un plan de marketing en el que se detallan las actividades a realizar, los posibles responsables, el tiempo de ejecución y los desembolsos que deberá realizar el complejo en cada una de las actividades detalladas.

La buena difusión de los servicios y productos que ofrece la Hacienda Emely es importante para su crecimiento, ya sea por medio de las redes sociales, pancartas, publicidad radial, vallas o cualquier otro medio de comunicación apropiado, debido a que los turistas se sienten atraídos por el solo hecho de ver lo que está ofreciendo la Hacienda Emely sin necesidad de haberla visitado.

Otro punto importante dentro de este plan de marketing es la capacitación del personal administrativo y de servicio en temas de innovación turística que van encaminadas a cubrir la necesidad de los turistas.

A continuación, se presenta el plan de marketing que deberá emplear la Hacienda Emely Complejo Turístico, para contribuir en el crecimiento del mismo:

10.1. Diseño de Plan de marketing

Tabla 11. Diseño de plan de marketing

ORD.	ACCIONES	ESTRATEGIAS	TIEMPO	CARGO RESPONSABLE	COSTO
1.	Analizar la conservación de la hacienda.	Visitar la Hacienda Emely para conocer el estado de conservación	1 vez al mes.	Administración del Centro Turístico.	\$30
2.	Recolectar información sobre los atractivos turísticos.	Implementar nuevos recursos en la Hacienda Emely	Cuando lo amerite	Administración del Centro Turístico.	\$60
3.	Contratar una agencia de marketing.	Contratación externa	Contratación por año.	Administración del Centro Turístico.	\$400
4.	Alzar campaña de publicidad para redes sociales.	Creación de contenido para redes sociales.	Diariamente o semanalmente.	Empresa de marketing.	\$30
5.	Crear diversas ofertas para los turistas	Reuniones con el administrador y dueño de la Hacienda Emely y entidades involucradas en la cadena de turismo.	Cada 2 meses.	Empresa de Marketing.	\$30
6.	Capacitar al personal administrativo y servicio de la Hacienda.	Realizar capacitaciones continuas al personal encargado de la Hacienda.	Cada 3 meses.	Administración del Centro Turístico.	\$60
VALOR TOTAL					\$610

Nota: Plan de marketing estratégico

11. CONCLUSIONES

El tipo de estrategias empleadas por la Hacienda Emely Complejo Turística desde sus inicios hasta la actualidad han sido la utilización de ofertas en las entradas al complejo, además de la publicación en redes sociales tales como Facebook, YouTube y Radio cuando hay eventos especiales como: San Valentín, día de las madres, día del niño, día del padre y feriados etc.

El servicio ofrecido a los turistas por parte de la Hacienda Emely Complejo Turístico ha sido muy bueno. Quienes lo han visitado se han llevado una experiencia amena por la variedad de actividades recreativas y gastronómicas que dicho lugar les ofreció.

Con el diseño de plan de marketing se busca no solo mejorar las estrategias ya utilizadas por la Hacienda Emely además se busca nuevas formas de poder mantener los clientes y captar nuevos visitantes al complejo, creando contenido publicitario novedoso y creativo. Así mismo con la implementación de las capacitaciones al personal que labora se busca que los turistas queden satisfechos y se lleven la mejor experiencia de la Hacienda Emely Complejo Turístico.

12. RECOMENDACIONES

Se recomienda continuar con el tipo de estrategias empleadas hasta la fecha, pero a su vez también se debe buscar o actualizar las estrategias que permitan estar siempre un paso adelante en cuanto a la competencia.

Considerando los niveles de percepción de los usuarios sobre los servicios que oferta el complejo turístico Emely se recomienda que la incorporación de nuevos atractivos o actividades turísticas sean enmarcados en la misma calidad que al parecer está establecida como parte de la política de la empresa y que ha venido dando resultados favorables.

Es conocido a nivel mundial que las cadenas de atractivos turísticos han tenido éxito gracias a la consecución programada de diferentes estrategias durante el proceso de creación de un producto turístico, todo esto se lo conoce como un plan de marketing, teniendo esto como antecedente es necesario recomendar la elaboración de un plan estratégico que permita la consecución de los objetivos planteados.

13. BIBLIOGRAFÍA

Alfredo, E. G. (2020). "ESTUDIO DEL IMPACTO DE LOS SOUVENIRS EN LA PROMOCION [Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Licenciado en Turismo].

Obtenido de

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31826/1/TESIS%20ALFREDO%20G UZMAN%201.pdf>

Delgado, G. C. (Octubre de 2018). *Estrategias de posicionamiento, branding y promoción online para incrementar la afluencia de clientes en bares nocturnos de la ciudad de Guayaquil*,

Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. Obtenido de

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/10/estrategias-posicionamiento-clientes.html>

DI•BELLA, M. G. (2018). *Introducción al Turismo: México*. Obtenido de

<http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/298/1/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>

Grijalba, D. P. (Julio de 2018). "Marketing estratégico en la era digital", *Revista*

Contribuciones a las Ciencias Sociales. Obtenido de

<https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/06/marketing-estrategico.html>

Marcos Javier Ortega Urquizo, K. M. (Octubre de 2019). "Marketing estratégico para la promoción del Centro Turístico Las Palmas en el Cantón Palestina", *Revista*

Observatorio de la Economía Latinoamericana. Obtenido de

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/promocion-centro-turistico.html>

Seco, M. (19 de Octubre de 2017). *Qué es un plan de marketing*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-plan-de-marketing.html#bloque-1>

14. ANEXOS

Anexo 1. Entrevista

Entrevista dirigida al Dueño o Administrador de la Hacienda Emely Complejo Turístico.

1. *¿Qué tipos de estrategias ha utilizado la Hacienda Emely desde sus inicios hasta la actualidad?*
2. *¿Cree usted que los servicios ofrecidos son suficientes para atraer más turistas?*
3. *¿Considera usted que sus empleados les brindan una buena atención a los turistas?*
4. *¿Usted cree que los turistas quedan satisfechos con los servicios brindados por la Hacienda Emely?*
5. *¿Quiere implementar nuevas actividades dentro de la hacienda?*
6. *¿Considera que es necesario mejorar la publicidad realizada hasta el momento?*
7. *¿En qué otras estrategias han pensado para atraer una mayor cantidad de turistas?*

Anexo 2. Encuesta

DIRIGIDA A LOS HABITANTES Y USUARIOS DE LA HACIENDA EMELY COMPLEJO TURÍSTICO DEL CANTÓN MOCACHE

1.- ¿Conoce usted la Hacienda Emely Complejo Turístico?

- *Si*
- *No*

2.- ¿Usted ha visitado la Hacienda Emely Complejo Turístico?

- *Si*
- *No*

3.- Las ocasiones en que ha visitado este Complejo Turístico ha sido:

- *Solo*
- *Con familiares*
- *Con amigos*
- *En pareja*
- *Otros*

*4.- ¿Por qué medios se enteró de la existencia de la Hacienda Emely Complejo
Turístico?*

- *Facebook*
- *Instagram*
- *YouTube*
- *WhatsApp*
- *Medios impresos*
- *Otros*

5.- *Califique los servicios recibidos por la Hacienda Emely Complejo Turístico.*

- *Excelente*
- *Bueno*
- *Regular*
- *Malo*

6.- *Podría seleccionar las cualidades que marcan la diferencia entre la Hacienda Emely Complejo Turístico y los demás complejos turísticos del Cantón y su entorno.*

- *Infraestructura moderna*
- *Espacios recreativos variados*
- *Excelente servicio*
- *Precios accesibles*

7.- *¿Considera usted que la Hacienda Emely Complejo Turístico tiene las características necesarias para ser considerado como un gran atractivo turístico?*

- *Si*

- *No*

8.- *A su criterio, califique del 1 al 5, las estrategias empleadas por la Hacienda Emely Complejo Turístico para captar una mayor cantidad de visitantes.*

- *Muy malas* 1
 2
 3
 4
- *Excelentes* 5

9.- *¿Recomendaría usted este lugar a sus amigos o conocidos?*

- *Si*
- *No*

Anexo 3. Evidencia



Gráfico 10. Entrevista en la Hacienda Emely Complejo Turístico



Gráfico 11. Vista de la Hacienda Emely



Gráfico 12. Vista de la Piscina de la Hacienda Emely