



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSION QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**

**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN**  
**COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACION MENCION:**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA**

**GESTIÓN TURÍSTICA Y SU IMPACTO EN LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE**  
**OFERTA LA HACIENDA LAS COLINAS DEL CANTÓN PANGUA AÑO 2022.**

**AUTORA**

**AQUINO RAMIREZ KERLY IRELI**

**TUTOR**

**ING. LUIS EDUARDO ANDRADE ALCIVAR, MBA**

**QUEVEDO- LOS RIOS –ECUADOR**

## RESUMEN

Este proyecto se llevó a cabo en Hacienda las Colinas en el Cantón Pangua, con el objetivo de implementar un plan de marketing para el crecimiento turístico de la hacienda. Esto a través de la información analizada de la gestión utilizada en el centro turístico, en conjunto con una serie de técnicas de recolección de datos, tales como la encuesta realizada a los pobladores del cantón para conocer la satisfacción que brindan los productos y servicios ofrecidos, así como una entrevista realizada al gerente de la hacienda las colinas.

La gestión turística es fundamental en los centros turísticos, es así como se sabe si el atractivo avanza hacia el objetivo planteado o permanece estancado en la ambigüedad y se frena la afluencia de turistas y el crecimiento económico.

Para el desarrollo se utilizaron métodos descriptivos, documentados y bibliográficos, con los cuales se puede analizar y describir la gestión utilizada en Hacienda Las Colinas, así como la ventaja que tendría la implementación de un plan de marketing.

En cuanto a las técnicas empleadas, estas fueron la encuesta y entrevista, mediante las que se logró recopilar información de cada una de las variables de los productos y servicios que se ofrece en la actividad turística y la gestión que en esta se realiza. Al aplicar la encuesta se logró evidenciar las necesidades que carece el atractivo entre ellas esta mejorar la infraestructura, agregar nuevas actividades recreativas, implementar alimentos en su menú, entre otros. Mientras que en la entrevista se logró conocer como ha sido la gestión administrativa en los últimos, en cuanto al crecimiento alcanzado la gerencia indicó que no ha sido posible debido a la pandemia, lo cual de cierta forma ha impedido que se pueda ampliar nuevos servicios.

**Palabras claves:** crecimiento turístico, gestión turística, plan de marketing

## **ABSTRACT**

This project was carried out at Hacienda las Colinas in the Pangua Canton, with the objective of implementing a marketing plan for the tourism growth of the hacienda. This through the analyzed information of the management used in the tourist center, in conjunction with a series of data collection techniques, such as the survey carried out on the inhabitants of the canton to know the satisfaction provided by the products and services offered, as well as an interview with the manager of the hacienda Las Colinas.

Tourism management is essential in tourist centers, this is how it is known if the attraction is advancing towards the stated objective or if it remains stuck in ambiguity and the influx of tourists and economic growth are slowed down.

For the development, descriptive, documented and bibliographical methods were used, with which the management used in Hacienda Las Colinas can be analyzed and described, as well as the advantage that the implementation of a marketing plan would have.

As for the techniques used, these were the survey and interview, through which it was possible to collect information on each of the variables of the products and services offered in the tourist activity and the management that is carried out in it. When applying the survey, it was possible to show the needs that the attractiveness lacks, among them, improving the infrastructure, adding new recreational activities, implementing food in its menu, among others. While in the interview it was possible to know how the administrative management has been in recent years, in terms of the growth achieved, the management indicated that it has not been possible due to the pandemic, which in a certain way has prevented the expansion of new services.

**Keywords:** tourism growth, tourism management, marketing plan

## ÍNDICE

RESUMEN .....	ii
ABSTRACT.....	iii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
Desarrollo.....	2
1.1    Idea o tema de investigación .....	2
1.2    Planteamiento del problema .....	2
Justificación .....	3
Objetivos.....	4
1.3    Objetivo general .....	4
1.4    Objetivos específicos.....	4
Sustento teórico.....	5
1.5    Servicios y productos turísticos.....	5
1.5.1    Producto turístico.....	5
1.6    Gestión turística.....	6
1.6.1    Modelos de gestión turísticas: sus tipologías: el caso de Ecuador.....	7
1.6.2    Gestión de destinos .....	8
Técnicas aplicadas para la recolección de la información .....	9
1.7    Técnica .....	9
1.8    Encuesta .....	9
1.9    Entrevista.....	9
1.10    Población y muestra.....	9

Metodología de la investigación .....	11
1.11    Tipo de investigación.....	11
1.11.1    Investigación descriptiva .....	11
1.11.2    Investigación documentada.....	11
1.11.3    Investigación bibliográfica.....	11
CAPITULO II.....	12
Resultados Obtenidos.....	12
1.12    Desarrollo del caso .....	12
1.13    Resultados de la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua, año 2022        13	13
1.14    Resultados de la entrevista realizada al gerente o propietario de la hacienda “Las Colinas” del cantón Pangua.....	23
Situaciones detectadas .....	25
Soluciones planteadas .....	26
1.15    PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO CON EL FIN DE POTENCIAR EL CRECIMIENTO DE LA HACIENDA LAS COLINAS DEL CANTÓN PANGUA .....	27
Conclusiones.....	31
Recomendaciones .....	32
BIBLIOGRAFÍA .....	33
Anexos .....	35

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los atractivos turísticos están encontrando formas de promocionar y atraer turistas de diversas formas, como promocionar sus áreas ya explotadas, o crear nuevas rutas turísticas con conservación del medio ambiente y la cultura, enfocándose en el tipo de turismo que ofrecen. La enseñanza en la zona, para la preservación de las generaciones futuras, con pleno conocimiento de la zona.

La hacienda las colinas lleva más de tres años de funcionamiento cuenta con un campamento al llegar a la hacienda donde se pueden hospedar los turistas y salir a caminar por la hacienda para poder observar las diferentes especies de animales que allí habitan, cuenta con aproximadamente 1,500 hectáreas la cual la constituyen una variedad de flora y rodeada de un clima templado.

La evolución de este centro turístico se ha desarrollado lento en la actualidad cuenta con nuevos proyectos que se están desarrollando para implementar nuevos atractivos dentro de la hacienda. La gestión realizada poco a poco va dando fruto tanto en el ámbito económico como en el laboral a pesar de tener inconvenientes con las señaléticas y el camino lastrado se hace todo lo posible para que los turistas lleguen a buen recaudo a la hacienda donde además de brindarle un paisaje excepcional la comida es exquisita.

Entre los distintos servicios que ofrece la hacienda “Las Colinas” están: hospedaje, también se puede hacer un recorrido en bicicleta, andar en bote, escalar la cascada, estar en contacto directo con la naturaleza, todo esto hará que la experiencia vivida sea inolvidable.

Este estudio se enfocará en la hacienda las colinas del Cantón Pangua debido a que no cuentan con una buena gestión turística, consta de dos capítulos, en el primer capítulo se muestra un marco metodológico basado en las variables gestión turística y servicios y productos, teoría de la promoción turística y el crecimiento económico. En el segundo capítulo se presentan los resultados obtenidos, donde se plantean los problemas obtenidos, y se presenta un informe en el que se proponen posibles soluciones a los problemas detectados.

# **CAPÍTULO I**

## **Desarrollo**

### **Idea o tema de investigación**

Analizarla gestión turística y su impacto en los servicios y productos que oferta la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua, año 2022.

### **Planteamiento del problema**

En la actualidad la gestión turística abarca a todos los atractivos y recursos turísticos por ende es importante conocer cuál es la gestión aplicada para llevar a cabo el funcionamiento de los recursos de la hacienda “Las Colinas” y sacar a flote con ingresos económicos favorables para el dueño y los habitantes cercanos.

Los destinos y atractivos turísticos necesitan tener una gestión adecuada para conseguir sus objetivos, es de mucha necesidad la gestión turística pues esta da a conocer cómo va funcionando y adaptándose los servicios y productos que la hacienda ofrece, lo que aporta con la comunidad y por ende en el crecimiento y desarrollo del atractivo turístico.

La inadecuada gestión turística en la hacienda las colinas del cantón Pangua por parte de los administradores da pie a que se encuentre estancado el crecimiento de este atractivo y no se logre explotar de forma eco amigable los productos y servicios para atraer más turísticas y tener así mejores ingresos económicos.

Los desfases que se generan de esta débil gestión turística en la hacienda Las Colinas hace que no exista suficiente conocimiento dentro de la misma comunidad sobre el turismo y los atractivos turísticos que ofrecen en su entorno, y los tipos de turismo que podemos encontrar aquí, en este punto, muchos han aplicado formas de generar visitas a un destino turístico a través de las redes sociales, llegando así a más personas, para que se animen y exploren diferentes sitios turísticos o zonas menos conocidas que ofrecen un turismo impactante a la sociedad, una forma de preservar la sustentabilidad y la biodiversidad del lugar estas sin afectar el atractivo turístico.

## **Justificación**

Este proyecto nace con la finalidad de conocer cuál es la gestión realizada por los administradores de la hacienda “Las Colinas”, contribuir en la organización de ésta, así como mejorar sus procesos en el ámbito turístico que permita atraer a más turistas y que la economía mejore.

Esta investigación será factible porque generando estrategias de gestión turística se podrá dar a conocer el desarrollo turístico del lugar, de manera que se estará ayudando a promover la hacienda las colinas donde se verá beneficiado el dueño y por supuesto la comunidad que habita cerca de este lugar.

A través de este estudio de caso se beneficiará tanto a los propietarios de la hacienda “Las Colinas” como al sector al que pertenece debido a que se mejorara la gestión turística para atraer un mayor número de visitantes, el cual tendrá un impacto directo en la comunidad que trabaja dentro del paraíso natural, de manera que generaran ingresos económicos.

Para cumplir el objetivo principal de la investigación se llevará a cabo encuestas a los habitantes del Cantón para saber cómo perciben ellos el desarrollo y la gestión turística realizada por el dueño de la hacienda las colinas, también se realizará una entrevista al gerente para poder conocer de cerca la gestión realizada.

Con los resultados obtenidos se podrán diseñar las estrategias que contribuirán en el desarrollo del plan de marketing a aplicar con el fin de potenciar el crecimiento de la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar la gestión turística y su impacto en los servicios y productos que oferta la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua, año 2022.

### **Objetivos específicos**

- ✓ Evaluar la calidad de los productos y servicios que ofrece este Centro mediante encuestas realizadas a los habitantes del Cantón Pangua.
  
- ✓ Realizar un diagnóstico situacional de la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua mediante la aplicación de una encuesta al Gerente o administrador.
  
- ✓ Proponer un plan de marketing estratégico con el fin de potenciar el crecimiento de la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua.

## **Sustento Teórico**

### **Servicios y productos turísticos**

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc (Machic, 2019).

### **Producto turístico**

Un producto turístico es una combinación de elementos tangibles e intangibles, tales como recursos naturales, culturales y humanos, así como atractivos turísticos, equipamientos, servicios y actividades que rodean a un destino turístico, se cuidan elementos específicos que encarnan la esencia del destino. Plan de marketing y creación de una experiencia de viaje integral, con elementos emocionales, para clientes potenciales. Los productos turísticos se comercializan a través de canales de distribución que también fijan precios y tienen un ciclo de vida.

El Producto Turístico es el resultado de la interacción de acciones concretas sobre el territorio, en el marco de un eje transversal de sostenibilidad. Así, el desarrollo del turismo debe ser productivo, sostenible, responsable e incluyente, y aplicado a los ámbitos local y regional. Su puesta en el mercado, incorpora la imagen o marca de la ciudad, mediante acciones de mercadeo y promoción, capta la demanda nacional e internacional (Turismo, 2020).

Para Boullón (2003), el producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. En otras palabras, la oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un período dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento (Morillo Moreno, 2019).

## **Gestión turística**

Mediante un análisis general, se comprende a la gestión turística como un proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las acciones en la entidad (Pérez, 2006), basados en conocimientos específicos (Velasco, 2009), en el que cada eslabón de la cadena de servicios haga lo indispensable en la aplicación de estrategias que aseguren la experiencia satisfactoria del visitante (González & Rivas, 2008) para lo cual se requiere capacidad ejecutiva y de liderazgo (Moreno, 2012) en la toma de decisiones sobre todos los aspectos derivados del desarrollo turístico (Moreno, 2013).

A partir de estos conceptos se comprende que la gestión turística abarca primordialmente el manejo adecuado de todos los elementos que conforman el sistema turístico, y su función es propiciar un cambio en el comportamiento de las entidades y personas que están involucradas en el mismo, como son los turistas, habitantes cercanos y autoridades locales, permitiendo una visión más ambiciosa en lo que respecta a su desarrollo (NELSON GARCIA REINOSO, 2017).

La gestión turística varía según las necesidades y la situación de los sectores pero generalmente involucra: Primero la planificación y desarrollo del destino que es crear planes de trabajo de mejora proyectos de inversión para desarrollar capacidades y competitividad de los destino, segundo el desarrollo de productos y servicios que sean de calidad convirtiendo el viaje del turista en una experiencia excepcional, y por último la promoción y comunicación que contribuyen al posicionamiento en los diferentes mercados (Leonor Mercedes Villacreses Ponce, 2020).

La industria turística tiene una gran variedad de modelos de gestión turística, la cual permite la evolución en las actividades turísticas, uno de esos modelos es el de la competitividad del destino en base a la sostenibilidad, existen otros más, los cuales cambian dependiendo el lugar en donde se realice las actividades turísticas, pero en estos modelos siempre debe existir la inclusión económica, sociales, culturales, políticos y ambientales, garantizando el desarrollo del turismo sostenible aplicando los diferentes ejes locales de una comunidad (SELENA MARIA DEL PEZO ESCOBAR, 2021).

## **Modelos de gestión turística: sus tipologías: el caso de Ecuador**

El modelo de gestión turística debe exponer una metodología que garantice el manejo del turismo sostenible, esencialmente mediante un proceso de planificar y organizar el trabajo, realizar un diagnóstico del territorio y efectuar un estudio profundo para obtener las mejores estrategias a fin de aplicarlas en los diferentes ejes locales, y favorecer el desarrollo de la comunidad.

Barrado (2004) y Fernández (2004) ponen a consideración esta tipología de modelos de gestión turística, tratando de buscar un equilibrio entre la generalización y la aplicación. Estos autores proponen cuatro clases de modelos de gestión turística:

- Modelos generales o sistemas: es uno de los más conocidos, pero dirigido fundamentalmente a la competitividad y sustentabilidad de los destinos.
- Modelos de proceso: a pesar del carácter dinámico de los sistemas el modelo no captura explícitamente la naturaleza dinámica de la gestión turística
- Modelos de funciones: las funciones son aspectos claves de la gestión turística. Son estas actividades las que permiten la realización de los objetivos identificados.
- Modelos organizacionales: las diversas funciones de la gestión turística están llevadas a cabo por ciertos actores y por lo tanto una cuarta clase de modelos destaca los aspectos organizacionales o sistemas de gobernanza de los destinos.
- Modelos estructurales-funcionales: presentan la forma interna del sector turístico y su dinámica funcional se reconoce por el nombre de sistema turístico.
- Modelo de demanda: alegan clasificaciones y factores de uno u otro tipo vinculados a ella.
- Modelo de desarrollo de destino: expresa la evolución de los destinos turísticos o núcleos receptores del turismo.

- Modelo de impacto: evaluación con anterioridad o posteridad de los impactos psicosociales-culturales-históricos-económicos ambientales del turismo (María Rosa Naranjo Llupart, 2019).

## **Gestión de destinos**

La gestión de destinos consiste en la gestión coordinada de todos los elementos que constituyen un destino turístico. La gestión de destinos adopta un enfoque estratégico para vincular estos elementos, en ocasiones muy dispares, para una mejor gestión del destino. Una gestión conjunta puede ayudar a evitar el solapamiento de funciones y la duplicación de esfuerzos con respecto a la promoción, los servicios de visitantes, la formación, el apoyo empresarial y la identificación de lagunas de gestión que no están abordándose.

La gestión de destinos exige una coalición de numerosas organizaciones e intereses en torno a un objetivo común, siendo en última instancia la garantía de la competitividad y la sostenibilidad del destino turístico (TURISMO, 2021).

### **¿Qué es un plan estratégico de Marketing?**

Según (Brooke, 2000) Una de las características más útiles e importantes del marketing consiste en poder planificar, con bastante garantía de éxito, el futuro de la empresa, basándonos para ello en las respuestas que ofrezcamos a las demandas del mercado, ya hemos dicho que el entorno en el que nos posicionamos cambia y evoluciona constantemente, el éxito de la empresa dependerá, en gran parte, de nuestra capacidad de adaptación y anticipación a estos cambios. Debemos ser capaces de comprender en qué medida y de qué forma los cambios futuros que experimentará el mercado afectarán a nuestra empresa y de establecer las estrategias más adecuadas para aprovecharlos al máximo en nuestro beneficio.

Por tanto, el marketing estratégico busca conocer las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados. En este sentido y motivado porque las compañías actualmente se mueven en un mercado altamente competitivo

se requiere, por tanto, del análisis continuo de las diferentes variables del DAFO, no sólo de la empresa sino también de la competencia en el mercado. En este contexto las empresas en función de sus recursos y capacidades deberán formular las correspondientes estrategias de marketing que les permitan adaptarse a dicho entorno y adquirir ventaja a la competencia (Rodríguez, 2012).

## **Técnicas aplicadas para la recolección de la información**

### **Técnica**

La técnica que aplicamos son encuestas a los habitantes del Cantón Pangua para conocer la realidad del turismo en la hacienda y entrevista al administrador para conocer cuál es el resultado de la gestión que hace la hacienda para poder llevar a cabo una buena administración de los atractivos turísticos y las personas que la visiten se sientan satisfechas con el servicio.

### **Encuesta**

Le ayudará a obtener información importante a través de encuestas obtenidas con residentes del Cantón Pangua, se recopilarán datos oportunos. Usando esta técnica, identificaremos los detalles que la población de la Hacienda las Colinas percibe sobre los productos y servicios que esta oferta, como se describe en desarrollo local y necesidades insatisfechas. Gracias a la técnica de identificar posibles soluciones propuestas para mejorar la situación actual de comunidad en la industria del turismo.

### **Entrevista**

Se ejecutará una entrevista al administrador de la Hacienda las Colinas con el propósito de obtener más información relacionada a la gestión de la hacienda.

### **Población y muestra**

En este estudio de caso tomo en cuenta la población estimada del último censo del Cantón Pangua (INE 2010) corresponde a un total de 21.965 habitantes.

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística para poblaciones infinitas.

**Donde:**

- $n$  = Tamaño de población
- $Z$  = Confianza 5% (1,96)
- $p$  = Proporción de éxito; que se conoce por estudios anteriores o similares (0,50)
- $q$  =  $(1 - p)$  Proporción de fracaso (0,50)
- $E$  = Margen de error 5%

**Cálculo del tamaño de la muestra**

$$n = \frac{NZ^2 pq}{(N - 1) E^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{21965 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}{(21965 - 1) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{21965 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{21964 * 0,0025 + 3,84 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{21095}{54,91 + 0,96}$$

$$n = \frac{21095}{55,87}$$

$$n = 377,57$$

$$n = \mathbf{378}$$

## **Metodología de la investigación**

### **Tipo de investigación**

#### **Investigación descriptiva**

Este método busca describir la definición de variables con el fin de implementar las definiciones de términos clave, así como un conocimiento amplio del tema del trabajo escrito. También ayuda a detallar cómo se ubica el turismo en la hacienda, las Colinas del Cantón Pangua, y los atractivos donde se promociona la hacienda a los turistas.

#### **Investigación documentada**

Este tipo de investigación ayuda con la recolección de datos, a través de sitios web, artículos de revistas, tesinas entre otros, identificando así las diferentes estrategias de gestión turística y los aportes a los centros turísticos.

#### **Investigación bibliográfica**

Con este método de investigación, logramos la revisión de material bibliográfico, definiendo así las diferentes variables a trabajar en el caso de estudio.

## **CAPITULO II**

### **Resultados Obtenidos**

#### **Desarrollo del caso**

Con el presente trabajo de investigación, se obtendrán los resultados a través de la utilización de los tipos de investigación, encuestas y entrevistas para la recolección de datos.

Entre las encuestas establecidas el 82% de los encuestados conoce la Hacienda las colinas el otro porcentaje la desconoce ya que la gestión aplicada no es la necesaria o suficientemente útil para dar a conocer el turismo que esta ofrece.

Un 41% de la población encuestada, establece que se debería mejorar la infraestructura de la Hacienda para así poder atraer más turistas ya que si el centro está en precarias condiciones no tendría la captación de visitantes, agregar nuevas zonas recreativas también se considera necesario para que la afluencia de turistas sea más viable para hacienda, algunas personas también consideran importante adaptar nuevos servicios e incluso incrementar servicios de alimentación.

Mediante la realización de entrevistas al administrador de la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua Sra. Soraya Haon el día domingo 17 de Julio del 2022 a las 3:30 pm, manifestó estar aplicando las gestiones pertinentes para que los productos y servicios que ofertan sean de total satisfacción para los visitantes y poder llenar las expectativas de cada uno de los exigentes turistas para que se puedan llevar una experiencia única en cada uno de sus servicios.

**Resultados de la encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua, año 2022**

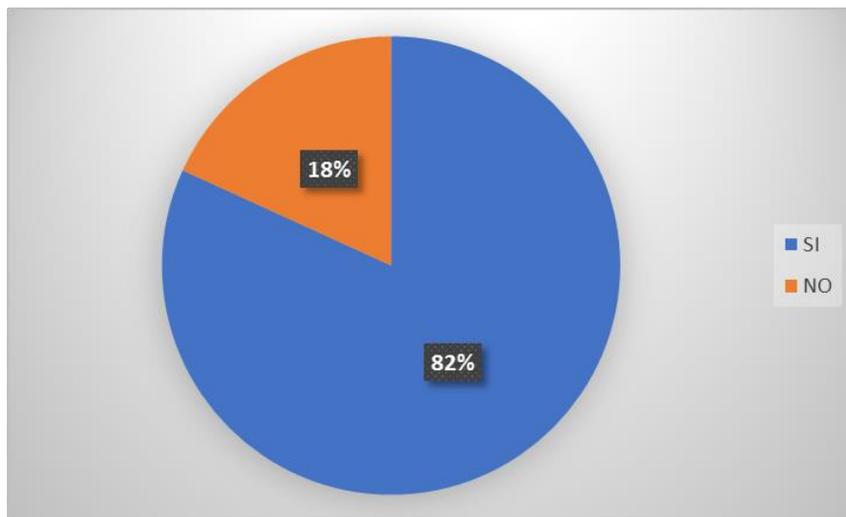
**Pregunta 1.- Conoce usted la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua**

*Cuadro 1.- Conocimiento del atractivo turístico “La Hacienda Las Colinas”*

<b>ORD.</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
1	SI	315	82%
2	NO	70	18%
<b>SUMAN</b>		<b>385</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua*

*Elaborado por: Autora*



**Análisis:**

En la encuesta realizada se determina que el 82% conoce la hacienda las colinas del Cantón Pangua. Mientras el 18% no conoce la existencia de este centro turístico. La mayoría de los habitantes tiene conocimiento de la existencia de la hacienda estos datos muestran que se necesita más publicidad para hacer conocer la hacienda y más personas la puedan conocer.

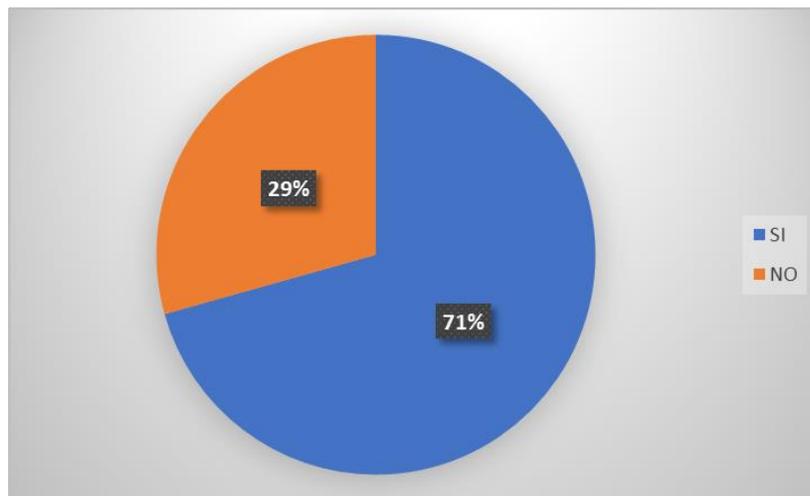
## 2.- Conoce las actividades que se realizan en la hacienda

Cuadro 2.- Conocimiento de actividades realizadas en la hacienda

ORD.	VARIABLE	f	%
1	SI	272	71%
2	NO	113	29%
<b>SUMAN</b>		385	100%

*Fuente:* Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua

*Elaborado por:* Autora



### Análisis

Según la encuesta aplicada el 71% conoce las actividades que se realizan en la hacienda, y el 29% desconoce sobre ellas, esto puesto que no se interesa en conocer más sobre el centro turístico.

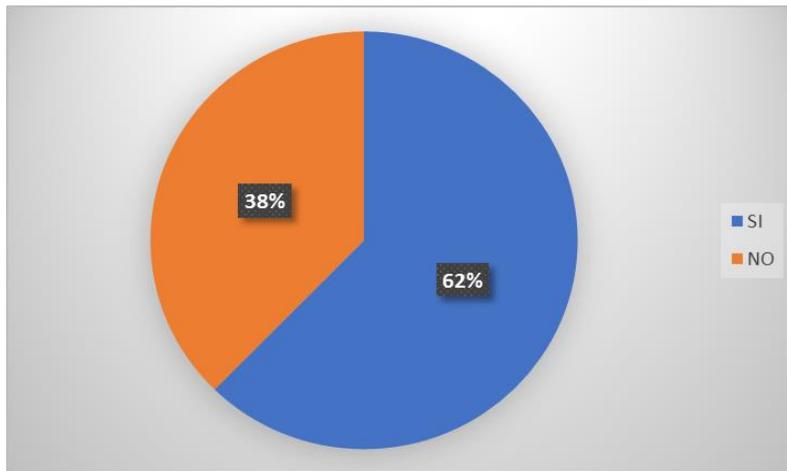
### 3.- Es turista frecuente de la hacienda

Cuadro 3.- Frecuencia de turistas a la hacienda

ORD.	VARIABLE	f	%
1	SI	240	62%
2	NO	145	38%
SUMAN		385	100%

*Fuente:* Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua

*Elaborado por:* Autora



#### Análisis

Mediante la encuesta realizada el 62% es turista frecuente de la hacienda en tanto el 38% no lo es, esto se debe a que los servicios, productos o infraestructura no fueron de su total satisfacción y deciden no ser visitantes frecuentes.

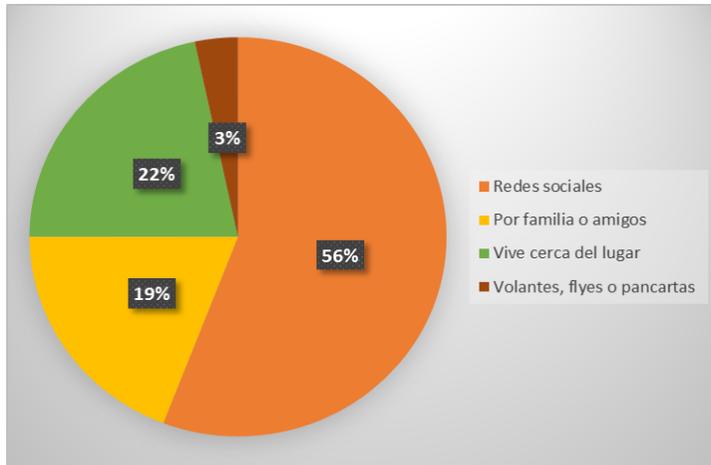
#### 4.- Seleccione los medios por los cuales se enteró de la existencia de este atractivo turístico

Cuadro 4.- Medios por los cuales conoce la existencia de este atractivo

ORD	VARIABLE	f	%
1	Redes sociales	134	56%
2	Por familia o amigos	46	19%
3	Vive cerca del lugar	52	22%
4	Volantes, flyes o pancartas	8	3%
SUMAN		240	100%

*Fuente:* Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua

*Elaborado por:* Autora



#### Análisis

Los resultados obtenidos muestran que el 56% conoce la existencia de este centro turístico mediante las redes sociales, el 22% vive cerca de la hacienda y el 19% por medio de recomendaciones por parte de familia o amigos. El centro turístico tiene como aliado las redes sociales con un poco más de publicidad se podrá llegar a más turistas y así poder aumentar la fluidez de visitantes.

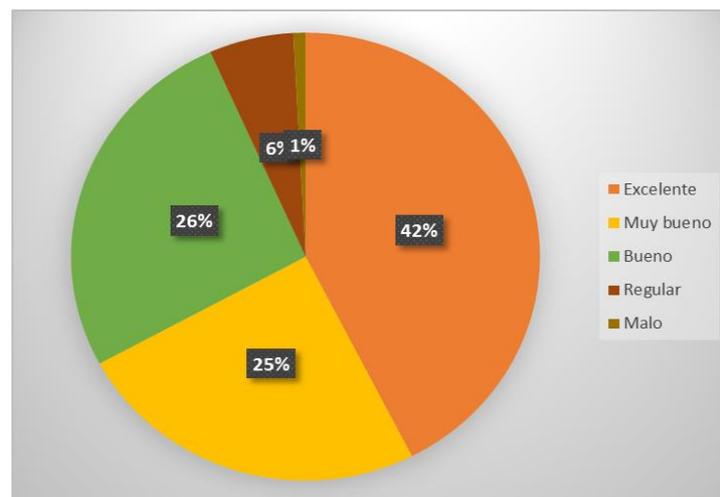
## 5.- Bajo su apreciación califique los productos y servicios que ofrece este atractivo turístico

Cuadro 5.- Productos y servicios ofertados por la hacienda

ORD.	VARIABLE	f	%
1	Excelente	102	42%
2	Muy bueno	59	25%
3	Bueno	63	26%
4	Regular	14	6%
5	Malo	2	1%
SUMAN		240	100%

*Fuente:* Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua

*Elaborado por:* Autora



### Análisis

Se puede determinar que el 42% de la población encuestada calificó los productos y servicios que este atractivo ofrece como excelente, un 26% como bueno, y un 25% como muy bueno. Se debe resaltar que a pesar de la gestión que se realiza sigue siendo insuficiente para que los turistas califiquen a los servicios y productos ofertados por la hacienda como excelentes.

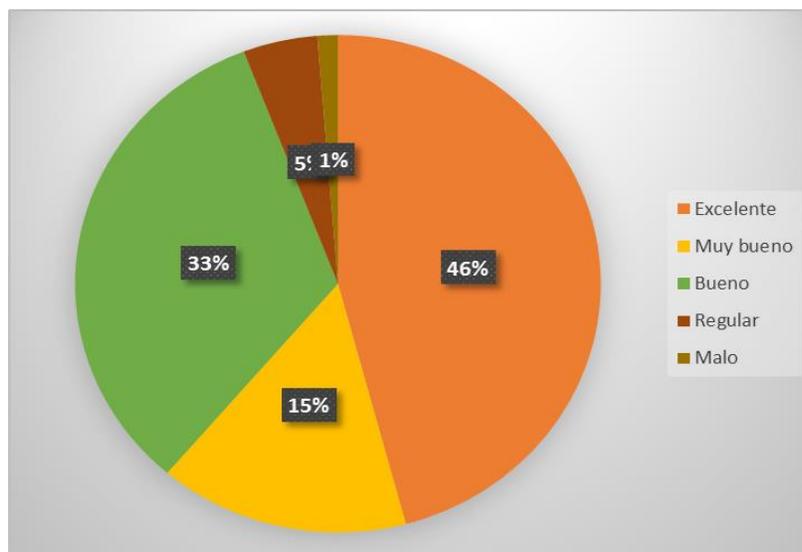
**6.- Desde su perspectiva como califica la gestión realizada por la administración de este atractivo turístico**

Cuadro 6.- Gestión realizada por la administración de la hacienda

ORD.	VARIABLE	f	%
1	Excelente	110	46%
2	Muy bueno	37	15%
3	Bueno	79	33%
4	Regular	11	5%
5	Malo	3	1%
SUMAN		240	100%

*Fuente:* Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua

*Elaborado por:* Autora



**Análisis**

En la gráfica se puede observar que un 46% de la población encuestada califica a la gestión realizada por la administración de este atractivo como excelente, un 33% como bueno y un 15 % como muy bueno. Se debe resaltar que a pesar de la gestión que se realiza sigue siendo insuficiente para que los turistas la califiquen como excelente.

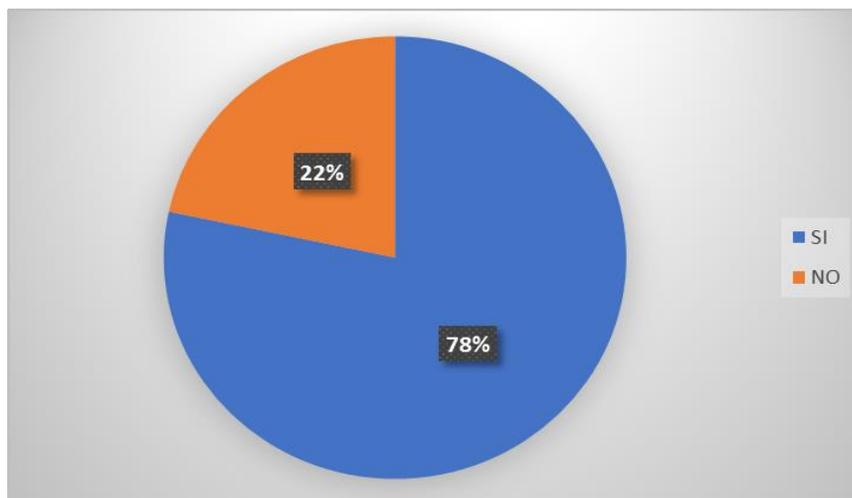
**7.- ¿A su criterio este atractivo turístico cuenta con una gran demanda de visitantes?**

Cuadro 7.- Demanda de visitantes

ORD.	VARIABLE	f	%
1	SI	188	78%
2	NO	52	22%
<b>SUMAN</b>		240	100%

*Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua*

*Elaborado por: Autora*



**Análisis**

Mediante la encuesta realizada se puede determinar el 78% que el atractivo turístico cuenta con una gran demanda de visitantes y el 22% de la población piensa que este atractivo no cuenta con gran cantidad de turistas.

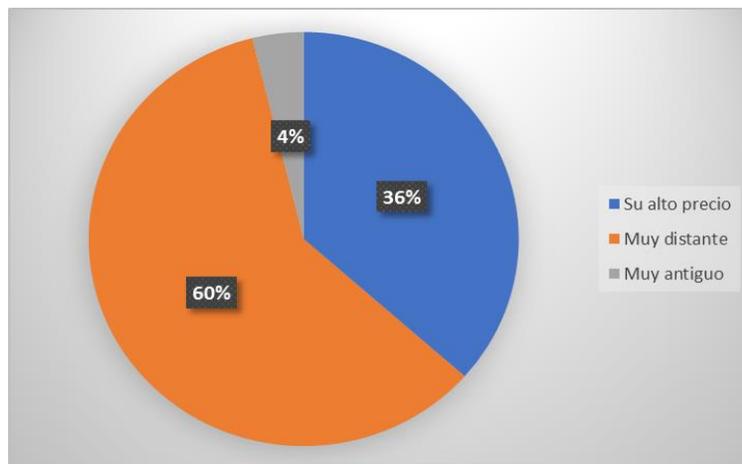
**8.- Si la pregunta anterior respondió negativamente, indique los factores que usted considera que inciden a que no cuente con una gran demanda**

Cuadro 8.- Factores negativos

ORD.	VARIABLE	f	%
1	Su alto precio	19	37%
2	Muy distante	31	60%
3	Muy antiguo	2	4%
<b>SUMAN</b>		<b>52</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua*

*Elaborado por: Autora*



**Análisis**

Mediante la gráfica se puede evidenciar el 60% de encuestados indica que el factor por el cual no cuenta con gran demanda de turistas es debido a que se encuentra muy distante el centro turístico, y el 36% indica que el factor es por su alto precio.

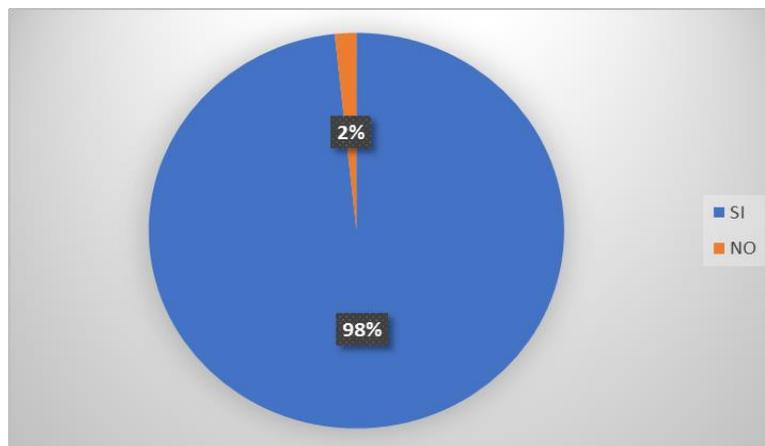
**9.- Desde su punto de vista considera que este centro turístico requiere la adopción de una efectiva gestión turística.**

Cuadro 9.- Adopción de efectiva gestión turística

ORD.	VARIABLE	f	%
1	SI	236	98%
2	NO	4	2%
SUMAN		240	100%

*Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua*

*Elaborado por: Autora*



Análisis

Se puede identificar en esta grafica que el 98% considera que este centro turístico requiere la adopción de una efectiva gestión turística. Este mediante un plan de marketing poder mejorar la gestión realizada.

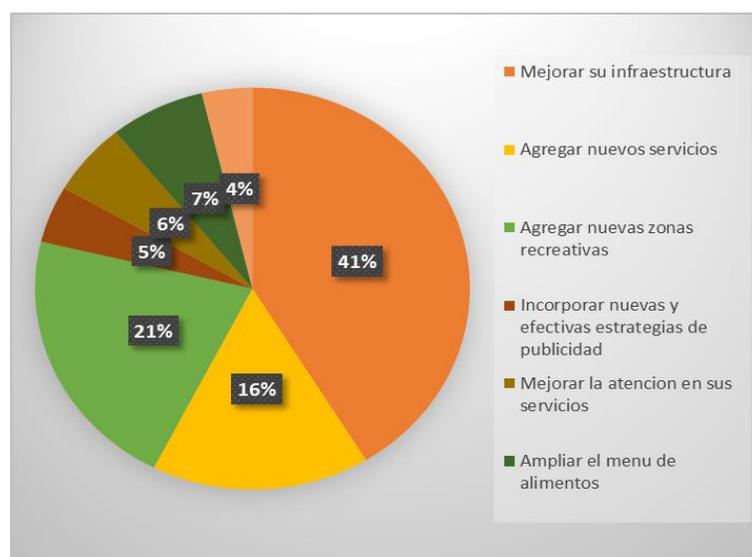
**10.- A su criterio, ¿qué aspectos considera que debería mejorar este complejo turístico?**

ORD	VARIABLE	f	%
1	Mejorar su infraestructura	99	41
2	Agregar nuevos servicios	39	16%
3	Agregar nuevas zonas recreativas	51	21%
4	Incorporar nuevas y efectivas estrategias de publicidad	11	5%
5	Mejorar la atención en sus servicios	14	6%
6	Ampliar el menú de alimentos	17	7%
7	Incorporar presentaciones y shows artísticos	9	4%
<b>SUMAN</b>		240	100%

*Fuente: Encuesta realizada a los habitantes del Cantón Pangua*

*Elaborado por: Autora*

Cuadro 10.- Mejoras para el complejo turístico



**Análisis**

Los resultados obtenidos muestran que el 41% de encuestados considera que la infraestructura debería mejorar este complejo turístico, el 21% indica que se debería agregar

nuevas zonas recreativas, el 16% que se debe agregar nuevos servicios contribuir con el desarrollo y crecimiento turístico de la hacienda.

**Resultados de la entrevista realizada al gerente o propietario de la hacienda “Las Colinas” del cantón Pangua.**

Cuadro 11.- Entrevista al gerente de la hacienda “Las Colina” del cantón Pangua

<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Análisis</b>
1. ¿Cómo considera usted qué se lleva a cabo el turismo en la hacienda?	El turismo en la hacienda se está llevando a cabo de la mejor manera	Implementar nuevos atractivos para la evolución del turismo
2. ¿Piensa usted que los servicios ofertados son suficientes para atraer turistas?	No, pero los ofertados hasta el momento han acogido gran demanda de turistas	En este caso se observa que es necesaria la apertura de nuevos servicios implicaría más turistas
3. ¿Cree que la gestión turística realizada permite mantener los recursos de la Hacienda?	Si, sin embargo, se trabaja en implantar nuevas cosas	Actualmente los recursos generados les han permitido cubrir los principales gastos de este lugar turístico.
4. ¿Cree usted que sus trabajadores brindan un buen servicio a los turistas?	Si, sin embargo, siempre estamos prestos a quejas o reclamos por parte de los visitantes	A pesar del buen servicio, brindar capacitaciones sería buena opción
5. ¿Considera usted que los turistas quedan satisfechos con los servicios brindados?	En mi apreciación considero que si	Siempre es bueno escuchar las recomendaciones o sugerencias de los visitantes

6. ¿Qué tan importante es para usted implementar nuevas actividades dentro de la Hacienda?	Es muy importante, así tendremos más turistas	Se piensa en cómo atraer más turistas e incrementar más actividades captaría más visitantes
7. ¿A su criterio es necesario mejorar la publicidad realizada hasta el momento? ¿En qué otras alternativas han pensado?	Si, los turistas siempre nos preguntan porque no promocionamos tanto la hacienda, vallas publicitarias y promociones en redes sociales	Los medios digitales son buenos aliados para la promoción
8. ¿Qué otras estrategias consideran que se deberían emplear para atraer una mayor cantidad de turistas?	Las promociones en fechas festivas	Innovadora estrategia y mayor afluencia de turistas

*Fuente: Entrevista al gerente de la hacienda “Las Colina” del cantón Pangua*

*Elaborado por: Autora*

### **Situaciones detectadas**

El centro turístico se encuentra muy distante y esto dificulta el traslado de varios turistas que desean conocer y disfrutar de este paraíso escondido, el mal estado de las vías también es un inconveniente para la efectiva visita de turistas.

Se evidencia que la ausencia de una gestión turística adecuada afecta a los productos y servicios ofertados por la Hacienda y esto disminuye el desarrollo económico de la hacienda.

A pesar de la gran demanda de turistas que recibe el centro turístico se necesita implementar estrategias para que la hacienda mejore e implemente nuevos atractivos para la satisfacción de los visitantes.

Se evidencio que las redes sociales es una herramienta importante para dar a conocer el centro turístico, los servicios y productos que la Hacienda oferta, sin embargo, hace falta más publicidad y así atraer más visitantes.

## **Soluciones planteadas**

Realizar convenidos con el GAD cantonal, para el mantenimiento de las vías y así contribuir con el centro turístico y los habitantes ayudando a mejorar el turismo y la economía de los habitantes.

Implementar nuevas actividades dentro de la Hacienda como, paseos en caballo, senderismo, avistamiento de aves, se estaría de esta manera saliendo de la rutina diaria e incrementaría la visita de turista a la hacienda.

La efectiva implementación del marketing en redes sociales para promocionar los productos y servicios que oferta la Hacienda las Colinas y atraer más turistas.

Realizar cambios en la administración, a nivel de marketing, presupuesto, ya que con una efectiva distribución de los recursos económicos se logrará obtener mejoras de los servicios ofertados y por ende la satisfacción de los turistas.

**PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO CON EL FIN DE POTENCIAR EL CRECIMIENTO DE LA HACIENDA LAS COLINAS DEL CANTÓN PANGUA**

Cuadro 12.- Plan de marketing

<b>ORD</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>TIEMPO</b>	<b>CARGO</b>	<b>COSTO</b>
1	Conocer la situación de la hacienda	Visitar el centro turístico y analizar su infraestructura y mantenimiento	1 vez cada dos meses	Dueño del centro turístico	\$90
2	Capacitaciones a empleados	Ejecutar los cursos de capacitación de acuerdo a la especialidad y cargo que tiene el personal y las necesidades de la hacienda. Realizar varios cursos de capacitación en forma anual.	Cada año	Escuela de capacitaciones	\$400
3	Crear marketing digital	Elaborar campañas publicitarias eficaces dirigidas a visitantes actuales y potenciales.  Se desarrollará campaña publicitaria en forma permanente durante todo el año.  La difusión deberá ir acorde con las actividades que	Cada cuatro meses	Agencia de marketing	\$1,850

		<p>se desarrolla en el centro turístico.</p> <p>Los medios a utilizar, las redes sociales, radio folletos entre otros.</p>			
4	Crear ofertas	<p>Productos en rebajas como hospedaje y agregar servicios extras a este por fechas especiales como lo son San Valentín, carnaval, día de la madre y del padre y fin de año.</p>	Cuatro veces al año	Agencia de marketing	\$850
5	Implementar nuevos servicios	<p>Procurar de varios espacios recreativos, infraestructura, y de alimentación para la captación de más clientes al centro turístico.</p>	Cada año	Gerente	\$2,000

		<p>Buscar a los mejores proveedores a fin de que oferten las más adecuadas propuestas que permitan cumplir con el objetivo propuesto.</p> <p>Ofrecer un mejor servicio a los turistas que visitan la hacienda.</p>			
6	Contratar personal capacitado en turismo	<p>Contar con la certificación adecuada de turismo, experiencias laborales.</p> <p>Buscar convenio con empresas de prestaciones de servicios turísticos.</p>	Cada año	Gerente	\$900

### **Conclusiones**

- ✓ La Hacienda las Colinas del Cantón Pangua cuenta con diversos atractivos, que por la inadecuada gestión no se explota como se debe de manera eco amígale sin dañar el ecosistema que lo rodea.
  
- ✓ Se evidenció que no existe un adecuado mantenimiento de las instalaciones por lo que se evidencia que la infraestructura turística requiere de mejoras, sumado a ello las vías no se encuentran en buen estado, hace falta señalética, lo que conlleva a la insatisfacción de los turistas.
  
- ✓ Un plan de marketing adecuado aportará beneficiosamente al crecimiento de la hacienda, tomando en cuenta las necesidades de los turistas entre ellas, la implementación de zonas recreativas, agregar nuevos alimentos al menú ofrecido, implementar nuevos servicios, esto con el fin de atraer más visitantes y el crecimiento en el ámbito económico se vea reflejado.

## **Recomendaciones**

Por ser este un lugar de recreación turística se debe crear un vínculo con la localidad a su alrededor con el fin no solo de tener una amena bienvenida a quienes lo visitan, sino también trabajar en conjunto para el mejoramiento de las vías de ingreso, puesto que al existir turismo activo se generaría más ingresos para todos y por ende la afluencia de turistas aumentaría.

Solicitar participación a las instituciones públicas que trabajen para impulsar el turismo, brindando más publicidad a los atractivos y a los productos y servicios que la Hacienda oferta.

Implementar nuevas actividades dentro de la Hacienda como, paseos en caballo, senderismo, se estaría de esta manera saliendo de la rutina diaria e incrementaría la visita de turista a la hacienda.

## BIBLIOGRAFÍA

- Leonor Mercedes Villacreses Ponce (Ed.). (2020, julio). Modelo de Gestión para el Desarrollo Turístico en la Parroquia Rural Santa Marianita del Cantón Manta. (21). Leonor Mercedes Villacreses Ponce.  
<http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream>
- Machic, A. (2019, JUNIO 20). *servicios turísticos*. servicios turísticos.
- María Rosa Naranjo Llupart, A. L. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *REVISTA RECUS. PUBLICACIÓN ARBITRADA CUATRIMESTRAL*, 16-25. file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Dialnet-ModelosDeGestionTuristica-7001764.pdf
- Morillo Moreno, M. C. (2019). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 135-158.
- NELSON GARCIA REINOSO (Ed.). (2017, 11 06). MODELO DE GESTIÓN PARA FOMENTAR EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LAS COMUNIDADES MANABITAS, ECUADOR. file:///C:/Users/EQUIPO/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaFomentarElDesarrolloTuristicoDe-6311570%20(1).pdf
- Rodríguez, J. d. (2012, abril 20). *dspace*. dspace:  
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1060/1/TESIS%20MARZO..%2014%20abril%20para%20dos%20lados.pdf>
- SELENA MARIA DEL PEZO ESCOBAR. (2021). *ESTRATEGIAS DE GESTION TURISTICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN EL HUMEDAL ABRAS DE MANTEQUILLA*.  
<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/10636/E-UTB-FCJSE-HTURIS-000287.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SORIA, T. D. (2013, 06).

*<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2765/1/23T0360.pdf>*.

Retrieved 06 miercoles, 2022, from

*<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2765/1/23T0360.pdf>*.

Turismo, I. D. (2020). *Productos Turísticos*. Bogota .

TURISMO, O. M. (2021). *The World Tourism Organization (UNWTO)*.

## **Anexos**

### **Encuesta**

1.- Conoce usted la Hacienda las Colinas del Cantón Pangua.

- Si
- No

2.- Conoce las actividades que se realizan en la hacienda.

- Si
- No

3.- Es turista frecuente de la hacienda.

- Si
- No

4.- Seleccione los medios por los cuales se enteró de la existencia de este atractivo turístico.

- Redes sociales
- Por familia o amigos
- Vive cerca del lugar
- Volantes, Flyes o Pancartas

5.- Bajo su apreciación califique los productos y servicios que ofrece este atractivo turístico.

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

6.- Desde su perspectiva como califica la gestión realizada por la administración de este atractivo turístico.

- Excelente
- Muy Bueno
- Bueno
- Regular
- Mala

7.- ¿A su criterio este atractivo turístico cuenta con una gran demanda de visitantes?

- Si
- No

8.- Si la pregunta anterior respondió negativamente, indique los factores que usted considera que inciden a que no cuente con una gran demanda.

- Su alto precio
- Muy distante
- Muy antiguo

9.- Desde su punto de vista considera que este centro turístico requiere la adopción de una efectiva gestión turística.

- Si
- No

10.- A su criterio, ¿qué aspectos considera que debería mejorar este complejo turístico?

- Mejorar su infraestructura
- Agregar nuevos servicios

- Agregar nuevas zonas recreativas
- Incorporar nuevas y efectivas estrategias de publicidad
- Mejorar la atención en sus servicios
- Ampliar el menú de alimentos
- Incorporar Presentaciones y Shows artísticos

## **Entrevista realizada al gerente**

1. ¿Cómo considera usted qué se lleva a cabo el turismo en la hacienda?
  
2. ¿Piensa usted que los servicios ofertados son suficientes para atraer turistas?
  
3. ¿Cree que la gestión turística realizada permite mantener los recursos de la Hacienda?
  
4. ¿Cree usted qué sus trabajadores brindan un buen servicio a los turistas?
  
5. ¿Considera usted que los turistas quedan satisfechos con los servicios brindados?
  
6. ¿Qué tan importante es para usted implementar nuevas actividades dentro de la Hacienda?
  
7. ¿A su criterio es necesario mejorar la publicidad realizada hasta el momento?  
¿En qué otras alternativas han pensado?
  
8. ¿Qué otras estrategias consideran que se deberían emplear para atraer una mayor cantidad de turistas?

FOTOS DEL CENTRO TURISTICO LA HACIENDA LAS COLINAS DEL CANTON PANGUA

ATRACTIVO DE LA HACIENDA SU CASCADA



INFRAESTRUCTURA

