



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABI

FACULTAD DE HOTELERIA Y TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA:

PROPUESTA DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS
ADAPTADOS EN LA HACIENDA MANANTIALES DEL ROCÍO.

AUTOR:

RAMÓN ALEXANDER PALMA QUIJIJE

TUTOR:

ING. AMPARO CABRERA

MANTA- MANABÍ-ECUADOR

2020

Propuestas de nuevos productos y servicios turísticos adaptados en la
Hacienda Manantiales del Rocío.

Lic. Luis Reyes Chávez

**DECANO DE LA FACULTAD DE
HOTELERIA Y TURISMO**

Ing. Amparo Cabrera Chávez, Mg

DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

Lic. Inés Mora Pisco

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Lic. Rosario Álava Zambrano

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Ramón Alexander Palma Quijije

Estudiante Autor.

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de **380** horas, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto es “*PROPUESTA DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS ADAPTADOS EN LA HACIENDA MANANTIALES DEL ROCÍO*”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde al señor Ramón Alexander Palma Quijije egresado de la carrera de Turismo, período académico 2019-2020 (2), quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 13 de julio de 2020.

Lo certifico,



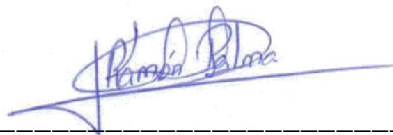
Ing. Amparo Cabrera Chávez, Mg.
Docente Tutor(a)
Área: Turismo

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente al autor.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la “Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí”, matriz Manta.

El autor



Ramón Alexander Palma Quijije

APROBACIÓN

El tribunal evaluador certifica:

Que el trabajo de fin de carrera, titulado “*PROPUESTA DE NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS TURISTICOS ADAPTADOS EN LA HACIENDA MANANTIALES DEL ROCÍO*”, ha sido realizado y concluido por el señor egresado, **Ramón Alexander Palma Quijije**; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño, que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Lic. Luis Reyes Chávez

**DECANO DE LA FACULTAD DE
HOTELERIA Y TURISMO**

Lic. Inés Mora Pisco

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Lic. Rosario Álava Zambrano

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Ing. Amparo Cabrera Chávez, Mg

DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

DEDICATORIA

El proyecto de investigación está dedicado a mis padres quienes fueron el pilar fundamental para lograr cumplir una de mis metas, gracias a ellos por inculcar en mí el esfuerzo, dedicación y aprendí de ellos a no rendirme ante las diversas dificultades que se presentan.

Asimismo, quiero dedicar esta tesis a mi familia porque con sus palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y alguna u otra forma me ayudaron a cumplir una meta más.

Posteriormente, a mis amigos quienes estuvieron presente durante todo el proceso universitario, en el cual nos apoyamos en los momentos difíciles y por todas las experiencias vividas que siempre recordaremos con alegría porque supimos superar cada prueba.

AGRADECIMIENTO

Empiezo agradeciendo a Dios por darme fuerzas para seguir en el proceso de titulación, además de guiarme por el camino del bien siendo una mejor persona cada día. Día en el cual debo prepararme mucho más.

Además, debo agradecer a mi papá Ramón por estar presente en el proceso de titulación a mi mamá Mariana que hoy no se encuentra de manera física para verme cumplir una de mis metas, pero sé que estaría muy orgullosa por verme cumplir cada meta que me propongo. Sin duda alguna las dos personas quienes me apoyaron durante cada proceso de preparación que decido dar para un mejor futuro.

Para finalizar mi agradecimiento a las personas quienes se convirtieron en mi familia, mis amigos Damian, Selena, Denisse, Romina, Maoly, Silvia y Taryn con quienes compartí 4 años y medio de estudio dentro y fuera del aula de clases, e incluso vivimos experiencias increíbles en cada recorrido académico sin olvidar los consejos y críticas constructivas.

Y a quien me tuvo la mayor paciencia durante casi un año en el proceso de titulación, a mi tutora Amparo Cabrera sin duda una de las mejores tutoras que tiene la facultad de Hotelería y Turismo, no encuentro las palabras adecuadas para agradecerle sin embargo le deseo éxito en su hogar y en su trabajo como docente de la Universidad.

ÍNDICE

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
APROBACIÓN	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN.....	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN.....	14
Planteamiento del problema.....	14
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos.....	16
CAPITULO I	17
MARCO TEORICO	17
1.1 Los productos turísticos	17
1.2 Recursos Turísticos.....	18
1.3 Composición de producto turístico.....	19
1.4 Procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos.....	19
1.4.1 Búsqueda y análisis de la información	20
1.4.2 Diseño del producto	20
1.5 Innovación en los productos turísticos.....	22
1.5.1 Métodos para obtener nuevas ideas.....	23
1.5.2 Definición del precio.....	24
1.5.3 Posicionamiento.....	24
1.5.4 Retroalimentación	24
CAPITULO II	25
DISEÑO METODOLÓGICO	25
2.1 Descripción de las fases, etapas, métodos, técnicas y herramientas a utilizar.....	26
2.1.1 Fase I. Recopilación	26
2.1.2 Etapa I. Estado del arte.....	26
2.1.3 Situación actual del establecimiento	28

2.1.4 Entrevista	28
2.1.5 Identificación y selección de la muestra.....	29
2.1.6 Encuesta	30
2.1.7 Talleres.....	30
2.1.8 Diseño de flujograma	31
CAPITULO III.....	32
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
3.1 Entrevista.....	32
3.2 Aplicación del método de Brainstorming.	33
3.3 Selección de la muestra.....	35
3.4 Análisis de los resultados.....	35
3.4.1 Resultados de las encuestas a turistas.....	36
.....	36
3.4.1 Productos elegidos.....	45
3.4.2 Productos turísticos adaptados en Hacienda Manantiales del Rocío.	45
3.4.3 Producto final (Costos fijos, variables y punto de equilibrio).	48
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS.....	59
ANEXOS.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Metodologías para el diseño de productos turísticos.....	21
Tabla 2 Esquema metodológico general.....	25
Tabla 3 Estado del arte	27
Tabla 4 Productos de Hacienda Manantiales del Rocío	28
Tabla 5 Entrevista	29

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Componentes para generar un producto turístico	17
Gráfico 2	Componentes del producto Turístico	19
Gráfico 3	Diagrama de flujo utilizando la metodología de Brainstorming.....	31
Gráfico 4	Productos obtenidos del taller con la metodología de Brainstorming.....	34
Gráfico 5	Resultado de la encuesta	36
Gráfico 6	Resultado de la encuesta	37
Gráfico 7	Resultado de la encuesta	38
Gráfico 8	Resultado de la encuesta	39
Gráfico 9	Resultado de la encuesta	40
Gráfico 10	Resultado de la encuesta	41
Gráfico 11	Resultado de la encuesta	42
Gráfico 12	Resultado de la encuesta	43
Gráfico 13	Resultado de la encuesta	44
Gráfico 14	Productos elegidos por los clientes de Hacienda Manantiales del Rocío. 45	
Gráfico 15	Personal de Talento humano inmerso en las propuestas.....	54

RESUMEN

La Hacienda Manantiales del Rocío es un nuevo establecimiento turístico ubicado en la comuna manantiales del cantón Montecristi, que ha lanzado sus productos turísticos en el año 2018, un lugar maravilloso para pasar reunidos con familia y amigos, el establecimiento busca sacar de la zona de confort a sus visitantes adentrándolos a sus actividades agro turísticas, sin embargo su poco tiempo en el mercado turístico le ha permitido lanzar al público tres paquetes turísticos, por lo tanto, resulta sustancial realizar una investigación y conocer nuevos productos turísticos que podría ofrecer aprovechando su riqueza natural, gastronómica y su ubicación que le hace privilegiada por contar con 420 hectáreas

El proceso metodológico para alcanzar el objetivo de esta investigación fue el análisis de contenido, revisión bibliográfica, trabajo de campo además de aplicar un taller con el método de Brainstorming para lograr obtener nuevas propuestas de servicios turísticos los cuales fueron elegidos mediante el resultado de 137 encuestas aplicadas a los clientes de Hacienda Manantiales del Rocío quienes eligieron los servicios que les gustaría que contengan los nuevos productos turísticos. Mediante el marco teórico se logra identificar varios temas que inicia desde que es un producto turístico, sus componentes y como se debe diseñar, además de cómo lograr que todos los colaboradores participen en las propuestas de nuevos servicios turísticos que se podrían realizar. Las propuestas de nuevos servicios turísticos fueron ocho de las cuales seis fueron las más elegidas por los clientes de la Hacienda Manantiales del Rocío, con los resultados obtenidos se pudo realizar nuevos productos turísticos con su debido punto de equilibrio. Para que el establecimiento logre obtener un mayor número de visitas y fidelizar a los nuevos clientes.

Palabras claves: Productos turísticos, recursos turísticos, componentes de productos turísticos, diseño del producto turístico, método para obtener nuevas ideas.

ABSTRACT

Hacienda Manantiales del Rocío is a new tourist establishment located in the springs commune of the Montecristi canton, which launched its tourist products in 2018, a wonderful place to spend together with family and friends, the establishment seeks to get out of the comfort zone its visitors entering them into their agro tourism activities, however their short time in the tourism market has allowed them to launch three tourist packages to the public, therefore, it is substantial to carry out research and learn about new tourist products that they could offer taking advantage of their natural wealth , gastronomic and its location that makes it privileged to have 420 hectares.

The methodological process to achieve the objective of this research was content analysis, bibliographic review, field work, in addition to applying a workshop with the Brainstorming method to obtain new proposals for tourist services, which were chosen through the results of 137 surveys. applied to the clients of Hacienda Manantiales del Rocío who chose the services they would like the new tourism products to contain. By means of the theoretical framework, it is possible to identify various topics that start from when it is a tourist product, its components and how it should be designed, as well as how to get all collaborators to participate in the proposals for new tourist services that could be carried out. The proposals for new tourist services were eight of which six were the most chosen by the clients of the Hacienda Manantiales del Rocío, with the results obtained, new tourist products could be made with their due balance point. So that the establishment achieves a greater number of visits and loyalty to new customers.

Key words: Tourist products, tourist resources, components of tourist products, design of the tourist product, method to obtain new ideas.

INTRODUCCIÓN

Los productos turísticos, cada año se van renovando surgiendo métodos de innovación además de realizar actividades turísticas que estén enlazados al cuidado del medio ambiente, dentro de los países que han optado por destacarse por sus atractivos turísticos de acuerdo a como esta elaborados sus productos y servicios turísticos. Estos países son España, Alemania, Italia, Francia, Japón, Estados Unidos, Reino Unido, Australia, Canadá y Suiza potencias mundiales del turismo.

Sin embargo, América Latina cuenta con más países que no se quieren quedar atrás en el turismo. Los cuales están mostrando al mundo que el turismo tendrá puesto los ojos en Latinoamérica, pues ingresan países como México, Brasil, Costa Rica y Perú con sus áreas naturales, culturales, gastronomía e historia.

Los productos turísticos, están llenos de innovación que se pueden visualizar de acuerdo a los atractivos turísticos culturales y naturales que incluyan en su programa. Además, los productos turísticos serán vendidos con éxito a los clientes de acuerdo a los servicios que ofrezca, en el cual se incluyen espacios turísticos que brinden una excelente calidad de servicio a los turistas, para que el producto turístico logre obtener un mayor índice de aceptación.

Hacienda Manantiales del Rocío, cuenta con pocos productos turísticos ya que ha iniciado al campo turístico desde el año 2018. Actualmente cuenta con tres paquetes turísticos los cuales están enfocados en mostrar su producto estrella la Ruta de los Sentidos. Sin embrago sus productos turísticos ofrecidos son pocos para los clientes que ya consumen los productos deseando adquirir nuevos productos turísticos, dando a conocer una problemática que es la carencia de nuevos servicios turísticos que brinde el establecimiento.

Planteamiento del problema

Los productos turísticos de la Hacienda Manantiales del Rocío tienen como principal objetivo brindar una experiencia particular a los clientes adentrándolos a las riquezas culturales del cantón Montecristi y de la provincia de Manabí manifestadas a través de la vivencia de sus costumbres, tradiciones

gastronómicas e infraestructura del sitio. La hacienda cuenta con tres tipos paquetes turísticos los cuales se han denominado: “Paquete V.I.P” “Paquete Gold” y “Paquete Silver”, los precios parten desde \$45 hasta \$65 dependiendo de la cantidad de servicios que el turista adquiera que van desde una visita guiada por la “Ruta de los sentidos” donde se incluye el desayuno, almuerzo, snacks hasta degustaciones de los productos que se elaboran en el lugar, sin embargo, a través de los conversatorios previos con clientes de este sitio se ha logrado constatar que no existe una baja relación entre la calidad y el precio, siendo este el primero problema hallado en el diagnóstico.

La “Ruta de los Sentidos” se encuentra compuesta por cuatro senderos denominados Ruta del Café, Ruta del Cacao, Ruta del Reino Animal y Ruta de la Caña de Azúcar, su recorrido en caminata es de 1,5 Km, H, siendo 3 horas. En la Ruta del Café se reconoce el proceso de la producción del café a partir del sembrío, cosecha, y la elaboración del café gourmet; en la Ruta del Cacao se muestra el procedimiento de la producción del cacao hasta llegar a la degustación del chocolate ya elaborado; la Ruta del Reino Animal permite al turista visualizar especies de animales domésticos y no domésticos, además de conocer a través de una breve reseña a cada una de las especies; y por último, en la Ruta de la Caña de Azúcar se da a conocer el proceso que cumple la caña de azúcar hasta llegar a convertirse en el licor “Socio Aguardiente Premium” considerado uno de los productos estrella de la Hacienda Manantiales del Rocío además se permite la degustación de las diferentes mermeladas que se procesan (Higo, Café, Guayaba, Maracuyá, Piña) manjar de leche y yogurt; cabe detallar que en el trayecto de la Ruta de los Sentidos se realiza con guías locales que dan a conocer los productos que ofrece el sitio, sin embargo se ha logrado identificar que existe una limitada profesionalización de los guías de turismo que laboran en la hacienda, los mismos que omiten cierta información que podría dar un valor importante al paquete que se ofrece en este lugar, de esta manera se ve afectada la satisfacción del cliente y de manera directa a la futuras ventas a través del marketing de boca a boca.

En efecto se puede identificar una problemática más en la Hacienda Manantiales del Rocío y es que posee pocos productos turísticos para el cliente

los cuales poseen innovación, pero no tienen un nivel de ventas altos por el tiempo que lleva en el mercado, además los precios que poseen los tres productos carecen de servicios adicionales, los cuales dejan un poco insatisfecho a algunos consumidores ante esto se presenta la implementación de nuevos productos turísticos innovadores en la Hacienda Manantiales del Rocío. De acuerdo a su diversidad de productos y mejora de calidad servicios que podría efectuar para ofrecer a los clientes. En base a lo analizado en el desarrollo del planteamiento del problema, se obtiene la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la importancia de emplear nuevos productos y servicios turísticos para incrementar el nivel de ventas en la Hacienda Manantiales del Rocío?

Objeto de estudio, identificar los productos turísticos que ofrece Hacienda Manantiales del Rocío y el **campo de acción** detectar la población de personas que adquirió los servicios turísticos del establecimiento turístico.

La idea a defender, identificando los productos turísticos que ofrece Hacienda Manantiales del Rocío, esto contribuirá a la realización de estudios para la mejora de servicios turísticos que podría ofrecer el establecimiento turístico, de esta manera incrementar el nivel de ventas, además de generar empleo a través de las actividades turísticas.

Objetivo General

Diseñar productos turísticos adaptados a la oferta turística de la Hacienda Manantiales del Rocío.

Objetivos Específicos.

- Fundamentar los preceptos teóricos y metodológicos para el diseño de productos turísticos en base a los resultados de la investigación bibliográfica y documental.
- Diagnosticar la necesidad y pertinencia del diseño de nuevos productos turísticos para optimizar márgenes de rentabilidad de la Hacienda Manantiales del Rocío.
- Determinar el punto de equilibrio de los nuevos productos turísticos elaborados con los servicios elegidos en el estudio.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1 Los productos turísticos

Los productos turísticos son el conjunto de elementos tangibles e intangibles que permiten el desarrollo de actividades en diferentes destinos (Pavón, 2015). Un cliente puede elegir un paquete turístico a través de la combinación de atractivos de interés y actividades complementarias en un sitio en particular que desee conocer.

Según (Pavón, 2015) se debe conocer el mercado que se pretende satisfacer ya que con el producto turístico o servicio a crear debe estar orientado hacia un segmento homogéneo de la población, asimismo, se debe tener en cuenta el momento de la fase del ciclo de vida en la que se encuentra.

Según (Rodriguez, 2011) existen algunos puntos de vista notables para analizar el turismo desde de la perspectiva del viajero (demanda turística) y de la comunidad receptora (oferta turística).

Gráfico 1. Se presentan los componentes para generar un producto turístico siendo estos los recursos turísticos que posee un determinado sitio, los servicios que podrían asociarse al recurso y los equipamientos necesarios para complementar la oferta del lugar logrando satisfacer las necesidades y expectativas de los turistas.

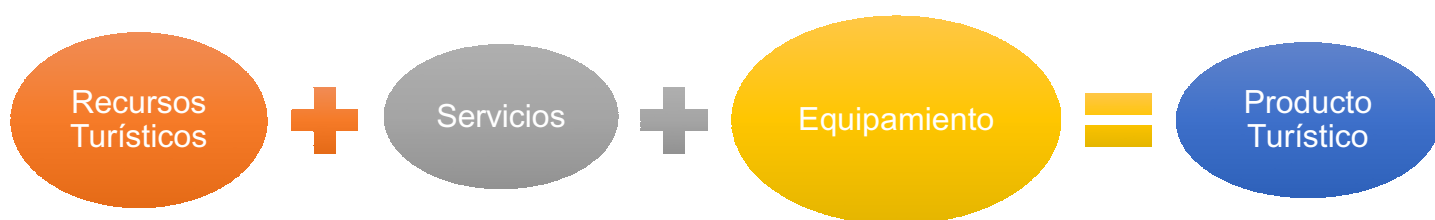


Gráfico 1 Componentes para generar un producto turístico

Para ejecutar el producto turístico y esté logre tener acogida por parte de los turistas y/o nuevos clientes, se requiere contar con talento humano capacitado que determine el éxito de la calidad del servicio, unido a una serie de elementos materiales entre los que se pueden señalar, por ejemplo:

1.2 Recursos Turísticos

El recurso turístico es el elemento básico para poder desarrollar un destino con atractivo turístico y diferenciarse de la competencia, es alrededor de estos que se pueden crear servicios como: hoteles, restaurantes, centros de diversión, entre otros. Corresponden a siete tipos generales:

- Recursos Naturales: Están asociados a la geografía y la ecología, como los relacionados con las playas, el mar, la costa, el clima, el sol, la orografía, las montañas, los ríos, la flora, la fauna.
- Recursos Asociados al ocio: Son las instalaciones existentes para la práctica de diferentes tipos de actividades y deportes.
- Recursos Culturales e históricos: Los monumentos arqueológicos, religiosos, museos, cascos antiguos, entre otros.
- Recursos para la celebración de Ferias, Congresos y Negocios.
- Elementos de infraestructura: Esta incluida toda la estructura y parques de transporte, como las de las líneas aéreas, marítimas, de carretera. Permiten disfrutar turísticamente de los interiores y adecuaciones de las condiciones, en donde se asientan los componentes privados relacionados con la actividad turística.
- Alojamiento y restauración: Instalaciones para el alojamiento y la alimentación, así como los elementos relacionados con ambos.
- Elementos complementarios: Como bares, tabernas, cafés, instalaciones de divertimento, parques y jardines

Resulta importante destacar que no solo se cuenta con estos recursos turísticos al momento de considerar un determinado producto turístico, dado que no todos los países cuentan con ofertas atractivas que incluyan todos estos componentes mencionados al mismo tiempo.

1.3 Composición de producto turístico

Los componentes del sistema turístico funcionan a partir de los elementos que posee un determinado lugar. Todo inicia con el traslado del turista desde su lugar de origen hasta su regreso al mismo; es decir, desde que éste parte y a lo largo de su ruta y durante su estadía, demanda una serie de servicios (transporte, alojamiento, restauración y entretenimiento), así como razones para realizar su viaje, atractivos naturales, científicos, culturales, deportivos y otros. (Acerenza, 2001)

En el gráfico No. 2 Se presentan como debe ser la composición de los productos turísticos, tomando en cuenta los comunicadores que el turista utiliza durante el trayecto a un destino después utilizar los medios de transporte para llegar a un sitio determinado donde el cliente podrá adquirir servicios como alojamientos, alimentación y áreas de recreación.

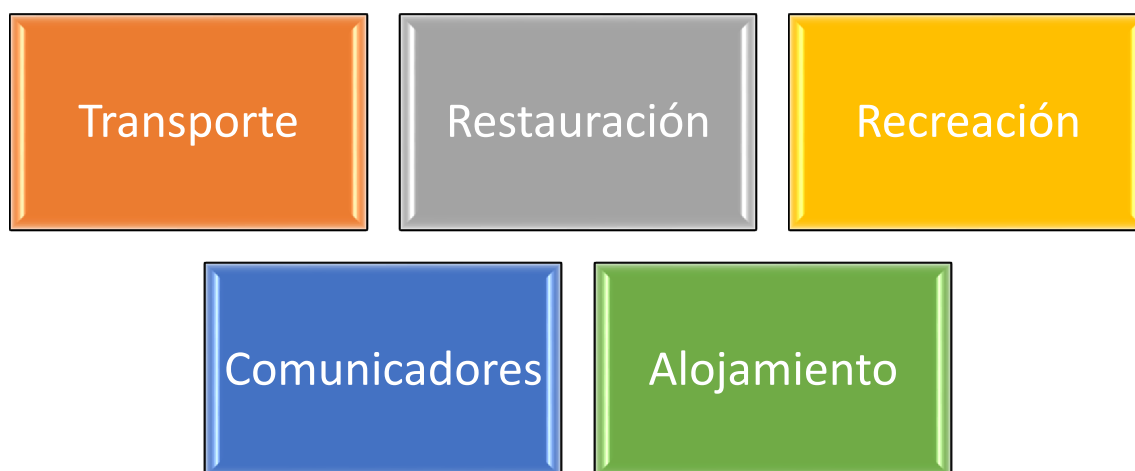


Gráfico 2 Componentes del producto Turístico

Fuente: Elaboración propia

1.4 Procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos

Según (Saravía, 2016) el proceso para diseñar productos tiene objetivos en el que muestra ventajas, donde el sitio de interés turístico brinda autenticidad en los recursos históricos, culturales y naturales los mismos que pueden incorporarse en el producto, sin que pierda la esencia de la visita del cliente

logrando una interrelación con el resto de los prestatarios que intervienen en el producto.

El procedimiento está dado por la intervención de todas las empresas, organizaciones políticas y organizaciones populares, que interactúen con la línea de producto que se diseña, bajo la coordinación de las agencias de viajes. Esta idea constituye una herramienta de aprendizaje que permite el redescubrimiento del saber popular, las exigencias de un conocimiento vinculado a las personas que configuran su contexto, dando la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de exponer su propia situación y condiciones de vida.

El procedimiento consta de varias etapas que establecen ciclos para cada una de las variables del marketing operativo (producto, precio, comunicación y distribución); cada uno concluye con la definición de las estrategias y acciones que se deben desarrollar.

1.4.1 Búsqueda y análisis de la información

Para realizar un análisis de la situación de las demandas del mercado y las tendencias futuras de los productos turísticos, el cual permitirá identificar los mercados disponibles y hacia qué mercados se puede dirigir la oferta, además de realizar un levantamiento de información el cual dará a conocer sus necesidades y preferencias. Una vez realizado el levantamiento de información los resultados recopilados es posible segmentar el mercado y profundizar en su estudio, conociendo a detalle las necesidades que presenta la demanda.

1.4.2 Diseño del producto

En el diseño del producto surgen nuevas ideas las cuales se seleccionan de acuerdo a la segmentación en la que están centrados. Según Kloter (2003) para generar ideas se debe realizar una búsqueda sistemática para generar productos turísticos. El opina que las ideas deben estar estructuradas de manera que incluyan las preferencias, gustos y tendencias del mercado, e incluso hace menciones sobre la infraestructura existente. Tomando como fuentes al cliente interno y externos como:

- **Cientes actuales:** Los propios clientes de la empresa, que conocen y utilizan sus productos, pueden proporcionar sugerencias sobre nuevos productos o mejoras en los actuales.
- **Empleados:** Los empleados de la empresa, y en especial los vendedores, que tienen un contacto directo con el mercado, pueden aportar ideas para desarrollar nuevos productos.
- **Distribuidores y proveedores:** Los distribuidores están más próximos al mercado y tienen un mejor conocimiento de las necesidades y problemas de los consumidores, por lo que pueden proporcionar sugerencias para nuevos productos.
- **Científicos e inventores:** la empresa puede disponer de un equipo investigador propio o establecer convenios con la universidad u otros centros de investigación, para desarrollar nuevos materiales, fórmulas o aplicaciones.
- **Competidores:** Los productos lanzados por los competidores pueden estimular el desarrollo de otros similares o mejores.

Una de las metodologías para el diseño de productos turísticos que se está implementando en Yunguilla es la de Kloter quien reconoce que este proceso transcurre mediante un conjunto de etapas sucesivas que se identifican en la siguiente tabla.

Tabla 1 Metodologías para el diseño de productos turísticos

No.	Nombre de la etapa	Actividades fundamentales
1	Generación de ideas	Búsqueda sistemática de nuevos productos basada en diversas fuentes y aplicando distintos métodos, técnicas y procedimientos.
2	Cribado (tamizado de las ideas)	Proceso de evaluación y reducción de las ideas planteadas para la eliminación de los menos viables y selección de las alternativas mejores y más factibles.

3	Definición del concepto del producto	Descripción detallada de la idea del producto con significación para el consumidor.
4	Diseño de estrategias de marketing y análisis económico	Estrategia comercial tentativa
5	Desarrollo del producto	Desarrollo efectivo de producto en versiones preliminares para comprobar su potencial real ante los mercados, estos prototipos del producto deben ser proveedores por los consumidores potenciales mediante el test del producto
6	Prueba de mercado	Comercialización real del producto a escala reducida, en un mercado representativo de tamaño limitado.
7	Lanzamiento y comercialización	Prueba definitiva sobre la aceptación del producto por los públicos objetivos en diferentes horizontes temporales

Fuente: (González, 2013)

1.5 Innovación en los productos turísticos

Los productos turísticos tienden a ser consumidos de acuerdo a la acción de innovación de una organización pública o privada dedicada al turismo, puede desarrollar depende del contexto donde está ubicada, no teniendo las mismas probabilidades según que sea en un lugar donde existe un sistema nacional local de innovación o no. Debe analizar cómo se mide un sistema nacional de innovación y el condicionamiento de un sistema local de innovación sobre un sujeto de innovación turística.

Quizás el modelo más completo que pasa revisión a las distintas teorías de las innovaciones es el de (Machado E, 2008), que diferencia entre modelos estáticos y modelos dinámicos. Los modelos estáticos harían referencia a la innovación en un momento determinado y los modelos dinámicos a la trayectoria que toma la innovación, la cual tiene distintas fases.

1.5.1 Métodos para obtener nuevas ideas

Para obtener nuevas ideas, se debe determinar como primer punto el concepto del producto partiendo de los atributos diferenciadores que deseamos que tenga, será lo que constituya la base del producto, lo cual nos permitirá adaptarlo a las características de cada mercado, sin perder la esencia del producto. Para que el producto nuevo sea aceptado en el mercado, debe presentar alguna diferencia significativa con respecto a los que ya existen donde se puede aportar alguna nueva idea no experimentada o ventaja de precio. (Aro, 2008)

Despliegue de clientes y sus requerimientos. De acuerdo con la idea desarrollada, se definen los posibles segmentos de mercado y sus requerimientos básicos. Existen varias teorías como la de Brainstorming y la Cinética utilizadas para poder crear productos innovadores, muchos toman como ejemplo los siguientes criterios

- Brainstorming: Consiste en una reunión de personas (menos de 15) de todo tipo, en la que cada una va exponiendo ideas sobre el tema de análisis, de forma espontánea, sin someterse las ideas expuestas a ninguna crítica por parte de los demás asistentes.
- Cinética: Es considerada como una sesión de Brainstorming más estructurada, en la que, mediante un cuidadoso examen de la definición del problema, se especula sobre soluciones posibles. armonizable, compaginable, coincidente, concordante, acomodable, similar, semejante, concomitante

Con los elementos obtenidos en los dos criterios anteriores se confecciona una matriz donde se analizan los atributos del producto en relación con los requerimientos básicos de los segmentos seleccionados para su diseño. Se establece si el concepto del producto corresponde a los requerimientos del mercado.

Diseño del producto. Define el nombre, itinerario, los servicios que se brindaran y los procesos del producto.

Definición de Estrategias. Una vez diseñado el producto, debe desarrollarse una estrategia comercial.

1.5.2 Definición del precio

El precio varía de acuerdo a los medios que estén inversos al momento de consumir un bien o servicio, en el que se verán involucrados tres puntos clave: cotizaciones, fijación de precio y la definición de estrategias. Los cuales tomaran gran importancia al momento de fijar el precio de bienes o servicios que ofrezca determinado lugar o establecimiento.

Cotizaciones: Se realiza un inventario de los prestatarios del producto, los servicios que ofrecen con sus respectivos presupuestos. Con esta información se elabora una ficha de costos.

Fijación del precio: Según (Machado Chaviano & Hernández Aro, 2007) el costo del producto obtenido establece los índices de beneficios que fija la agencia de viajes, en el que se estudian los precios de productos similares, y se logra definir el precio del propio producto por los diferentes segmentos de mercado.

Definición de estrategias: Debe desarrollarse una estrategia comercial para el precio, teniendo en cuenta las fases del ciclo de vida del producto y las adecuaciones que debe tener en función del segmento de mercado al que esté dirigido.

1.5.3 Posicionamiento

Definición de la estrategia de posicionamiento: Permite planificar el proceso de inserción del nuevo producto en el mercado, mediante las estrategias y acciones a desarrollar en el mix de comunicación. (Machado Chaviano & Hernández Aro, 2007)

1.5.4 Retroalimentación

Se diseñará un sistema de encuesta del que se obtenga información sobre el grado de satisfacción del cliente y las principales sugerencias, de forma tal que el producto se encuentre permanentemente en retroalimentación.

CAPITULO II

DISEÑO METODOLÓGICO

En el siguiente estudio, el método de investigación que se aplica consta de varios métodos que se describen a continuación. Teniendo como objetivo principal la recopilación de información científica se utiliza el método inductivo, por otra para la realización del análisis se lo realiza en base al método de Brainstorming que permite la elección de propuestas, de manera que en la elaboración de los resultados se obtengan respuestas que vayan acorde al presente estudio de investigación.

Tabla 2 Esquema metodológico general.

Fases	Etapas	Métodos, técnicas y herramientas
I. Recopilación	- Recopilación de la información. - Situación actual del establecimiento turístico. - Creación del diseño de la entrevista, encuesta y talleres. -Diseño de flujograma	-Revisión documental y bibliográfica entrevista (Estado del Arte). -Investigación de campo. -Identificación de la muestra.
II. Acción	- Desarrollo de talleres - Recolección de los datos	-Observación directa, método de Brainstorming. - Aplicación de la entrevista, encuesta. -Selección de la muestra.
III. Evaluación	-Elaboración de la propuesta -Análisis de los resultados	- Análisis de fiabilidad

Fuente: Elaboración propia.

2.1 Descripción de las fases, etapas, métodos, técnicas y herramientas a utilizar.

En este punto se debe definir cada uno de los métodos, técnicas y herramientas que se utilizarán en el desarrollo de la investigación, siguiendo la planificación elaborada para conseguir los resultados y realizar la propuesta.

2.1.1 Fase I. Recopilación

En esta primera fase es necesario hacer una revisión bibliográfica de temas relacionados al de nuestro interés, además de conocer datos necesarios del lugar donde se desarrollarán los procesos de investigación de una forma lógica y ordenada para realizar el presente trabajo.

2.1.2 Etapa I. Estado del arte

El presente proyecto de investigación se apoyó en una investigación documental y bibliográfica que ayudará a recolectar información necesaria para la elaboración de la propuesta, apoyándose en teorías de documentos de sitios web, artículos, tesis y en el internet que va a permitir una orientación adecuada y un mejor desenvolvimiento en lo que se investigará.

Trabajos	Números	Ámbitos	Año de publicación
Tesis	3	- Diseño de productos turísticos del Ecuador para el mercado alemán.	(2013)
		- Plan de promoción turística para la comunidad punta diamante de la parroquia chongón del cantón guayaquil	(2015)
		- Productos turísticos y oferta del cantón pelileo, provincia de Tungurahua	(2019)
Documentos de sitio web	5	-Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación.	(2001)
		- Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba	(2007)
		- Productos turísticos integrados en el destino cuba. Propuesta de procedimiento	(2008)
		- Productos turísticos: metodología para su elaboración	(2009)
		- <i>Diseño de producto turístico.</i> Obtenido de Diseño de producto turístico.	(2016)
Total	8		

Tabla 3 Estado del arte

Fuente: Elaboración propia, en base a los documentos consultados.

2.1.3 Situación actual del establecimiento

Los productos turísticos de Hacienda Manantiales del Rocío son comercializados de modo online y compras en efectivo realizadas en la oficina, ubicada en la avenida Flavio Reyes entre calles 26, 27 de la Ciudad de Manta. El método para que los futuros clientes conozcan los productos turísticos y productos procesados es a través del internet en redes sociales y páginas web, además de realizar convenios con empresas prestadoras de servicios turísticos como Ariel Travel y Montecristi Golf Resort & Villas como puntos de comercialización para llegar a los futuros clientes.

Los actuales productos turísticos que ofrece manantiales del Rocío están reflejados en la siguiente tabla.

Tabla 4 Productos de Hacienda Manantiales del Rocío

Hacienda Manantiales del Rocío		
Paquetes Turísticos.		
Paquete VIP (Full Day) \$65	Paquete GOLD (Part Time) \$55	Paquete Silver (Part Time) \$45
Desayuno Típico Manabita Manantiales	Cóctel Típico Manantiales de Bienvenida	Cóctel Típico Manantiales de Bienvenida
Recorrido Ruta de los sentidos	Recorrido Ruta de los Sentidos	Recorrido Ruta de los Sentidos
Almuerzo Típico Manabita Manantiales	Almuerzo Típico Manabita Manantiales	Piqueos Típico Manabita Manantiales
Bebidas Soft Naturales	Bebidas Soft Naturales	Bebidas Soft Naturales
Open Bar Típico Manantiales	Degustaciones Productos Manantiales	Degustaciones Productos Manantiales
Degustaciones Productos Manantiales		

Fuente: Elaboración propia

2.1.4 Entrevista

Dentro del proyecto otra herramienta importante al momento de realizar la investigación es la entrevista, la cuál será realizada al Director Comercial de Manantiales del Rocío el Ing. Daniel Enríquez. Para conocer más a detalle lo que ofrece el establecimiento turístico, además de identificar las posibles debilidades de los productos y planificar las futuras soluciones con los nuevos servicios o productos, obtenidos durante la investigación.

Tabla 5 Entrevista

Entrevista aplicada a: Director Comercial de Hacienda Manantiales del Rocío. Ing. Daniel Enríquez
¿Cuáles son los productos turísticos que ofrece Hacienda Manantiales del Rocío?
¿Cuál es el paquete más consumido por los turistas?
¿Cuál es el paquete turístico que menos consumen los turistas?
¿Cómo son los medios por el cual se comercializa los paquetes turísticos de Hacienda Manantiales del Rocío? ¿Cuáles son los días de la semana en los que el establecimiento recibe más afluencia de turistas?
¿Cuál es el producto estrella que la empresa ofrece?
¿Cuáles son los nuevos proyectos que piensan implementar?

Fuente: Elaboración propia

2.1.5 Identificación y selección de la muestra

Esta etapa se la inicia con la caracterización general del lugar a desarrollar la investigación que es parte clave para la investigación.

Se aplica la siguiente fórmula para determinar la muestra.

Tamaño de la muestra

$$(n) = Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N / e^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q$$

N= Población

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de que ocurra q= Probabilidad de que no ocurra

e= Probabilidad máxima de cometer errores. n/N coeficiente para determinar estratos.

2.1.6 Encuesta

La encuesta fue una de las herramientas principales para conocer el porcentaje de probabilidad en el que se conoció el nivel de aceptación de los nuevos productos o servicios en el establecimiento turístico, se aplicó de manera virtual con los clientes que han consumido los productos que ofrece Hacienda Manantiales del Rocío. Se envió el cuestionario a sus correos electrónicos pues el director comercial poseía una base de datos de los clientes, el cual obtuvo un mayor porcentaje de confiabilidad porque ya conocen el establecimiento turístico, además se dieron a conocer las necesidades que presenta dicho lugar.

2.1.7 Talleres

En la Hacienda Manantiales del Rocío se realizarán talleres de productos turísticos donde se aplicará la metodología de Brainstorming, el cual consiste en reunir a colaboradores del establecimiento para que se logre realizar los talleres, en aquella junta como resultado de los talleres surgirán propuestas de los nuevos productos y servicios turísticos. Para escoger las opciones más viables que se pueden aplicar en el establecimiento.

2.1.8 Diseño de flujograma

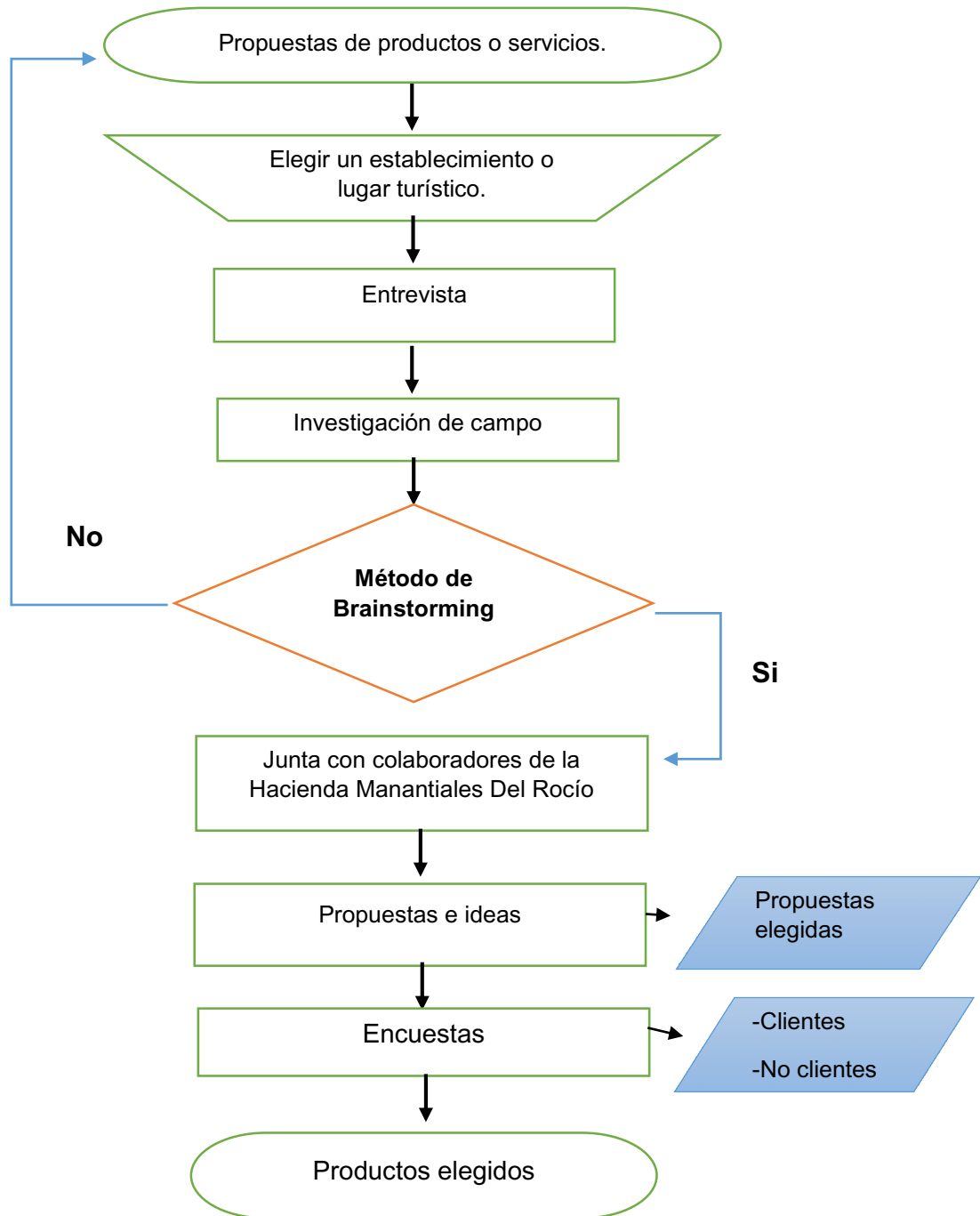


Gráfico 3 Diagrama de flujo utilizando la metodología de Brainstorming

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En los resultados obtenidos están presentes los talleres y encuestas que fueron aplicados en Hacienda Manantiales del Rocío. Donde surgieron nuevos productos y servicios viables para que puedan ser estudiados y ejecutados por los directivos de Hacienda Manantiales del Rocío siendo la metodología de Brainstorming la cual se aplicó con los colaboradores del establecimiento.

3.1 Entrevista

Encuesta realizada al Director Comercial de Manantiales del Rocío el Ing. Daniel Enríquez. Para conocer más a detalle lo que ofrece el establecimiento turístico, además de identificar las posibles debilidades de los productos y planificar las futuras soluciones con los nuevos servicios o productos, obtenidos durante la investigación.

¿Cuáles son los productos turísticos que ofrece Hacienda Manantiales del Rocío?

El entrevistado afirma que los productos turísticos ofrecidos están relacionados con la comercialización de la Ruta de los Sentidos, los cuales que incluyen los tres paquetes que han creado. Paquete VIP, Paquete Gold y Paquete Silver, el Paquete V.I.P, incluye degustaciones de todos los productos de Manantiales del Rocío, almuerzo típico Manantiales del Rocío, bebidas soft ilimitadas durante todo el día, open bar. El cual es una barra libre de cocteles elaborados con Aguardiente Socio que ellos elaboran, el paquete Gold a diferencia del paquete V.I.P, no incluye desayuno y no incluye el open bar, y un paquete Silver no incluye desayuno ni almuerzo, pero incluye snaks como empanada de verde, muchín o un bolón mixto y se inicia con un coctel de bienvenida.

¿Cuál es el paquete más consumido por los turistas?

El Ing. Daniel Enríquez afirma que los paquetes más consumidos están entre el Paquete V.I.P y el Paquete Gold, pero depende de los turistas nos los visitan, más consumen el paquete V.I.P los turistas de la sierra porque vienen y disfrutan de los servicios, además de relajarse en el establecimiento, mientras

que el Paquete Gold es consumido por los turistas de la Costa porque viven más cerca y los visitan por un rato.

¿Cómo son los medios por el cual se comercializa los paquetes turísticos de Hacienda Manantiales del Rocío?

Actualmente los medios de comunicación que utiliza el establecimiento turístico son las redes sociales e incluso contratan a influencers para que sus futuros clientes puedan visualizar lo que ofrece Hacienda Manantiales.

¿Cuáles son los días de la semana en los que el establecimiento recibe turistas?

El Ingeniero comercial supo manifestar que los fines de semana son los días que más recibe la afluencia de turistas, pero hay otros días entre la semana que alguna empresa adquiere el servicio, siempre tratan de que sea mínimo 10 pax para que puedan ejecutar la venta del producto.

¿Cuál es el producto estrella que la empresa ofrece?

El entrevistado afirma que el producto estrella es la Ruta de los Sentidos y en elaboración de productos en el establecimiento tienen el Yogurt y aguardiente Socio los cuales son los más consumidos por los clientes.

¿Cuáles son los nuevos proyectos que piensan implementar?

Daniel Enríquez menciona que tienen planificado brindar hospedaje en las cabañas, además piensan crear nuevos senderos para ampliar más la Ruta de los Sentidos, como la Ruta de la Uva y otros tipos de frutos que cultivan en Hacienda Manantiales del Rocío.

3.2 Aplicación del método de Brainstorming.

Una vez realizado el acercamiento con el Gerente de Hacienda Manantiales del Rocío el Ing. Tonny González para que autorizara que se realice el proyecto de investigación, para después seguir a lo planificado se le realizó una entrevista al Directo Comercial el Ing. Daniel Enríquez. Para seguir a lo planificado se procedió a realizar el debido estudio de campo conociendo los productos turísticos que oferta el establecimiento turístico.

El siguiente punto en el cual se aplicó el método de BRAINSTORMING el cual consiste en aplicar un taller donde participo el equipo comercial de Hacienda Manantiales del Rocío, donde surgieron nuevas propuestas de servicios turísticos que podrían implementarse para la elaboración de nuevos productos turísticos.



Gráfico 4 Productos obtenidos del taller con la metodología de Brainstorming

Fuente: *Elaboración propia.*

Después de haber realizado el taller en Hacienda Manantiales del Rocío se procedió a la selección de los nuevos servicios turísticos, quienes estuvieron a cargo de elegir las propuestas fueron los clientes que consumieron los diferentes paquetes turísticos mediante una encuesta virtual que se realizó mediante google forms, fue la herramienta tecnológica elegida. En cuanto a los clientes que ya han vivido experiencias al visitar el lugar pues poseen conocimiento de los servicios ofertados por el establecimiento turístico. Además, son clientes quienes conocen fortalezas y debilidades del lugar, donde ayudaran a mejorar los servicios y permitan vivir una experiencia maravillosa al momento de visitar el lugar.

3.3 Selección de la muestra

En esta etapa se procede hacer la identificación y selección de la muestra como primera instancia se procedió a la recopilación de datos por medio del equipo comercial del establecimiento turístico, sobre las personas que visitan de Hacienda Manantiales del Rocío. Para realizar la aplicación de las herramientas ya mencionadas, se realiza el cálculo muestral mediante la utilización de la siguiente fórmula de muestreo.

Muestra de los visitantes de la Hacienda Manantiales del Rocío.

$$(n) = Z^2 * p * q * N / e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q$$

N= 1500 tomada en base a los visitantes de la Hacienda

Z= 1,64 valor para un nivel de confianza del 90%

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,7 probabilidad máxima de cometer errores.

$$(n) = 1,64^2 * 0,5 * 0,5 * 1500 / 0,7^2 (1500 - 1) + 1,64^2 * 0,5 * 0,5$$

n= 1008,6 / 735.182,4 = 0,0013719044..

n= 137

El tamaño del universo de es 1500 personas que han consumidos productos de Hacienda Manantiales del Rocío, donde el nivel de desconfianza fue de 90% con un margen de error de 0,7% y la muestra es de 137 encuestas a realizar.

3.4 Análisis de los resultados

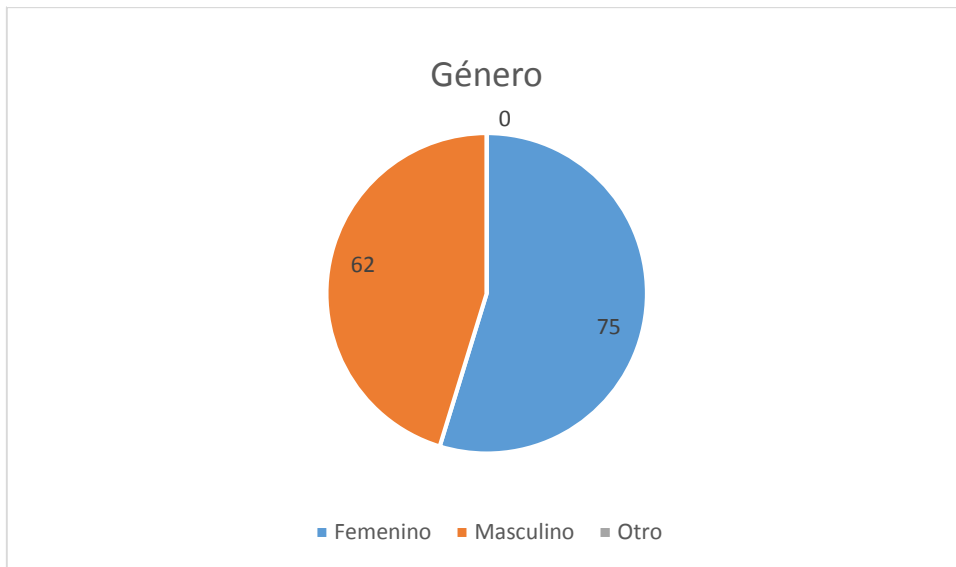
Para obtener la siguiente información fundamental en el proyecto de investigación, se eligió realizarlas de manera virtual, las encuestas fueron realizadas a través de la plataforma google forms. Donde se logró obtener la muestra de la población de 126 consumidores de Hacienda Manantiales del Rocío.

3.4.1 Resultados de las encuestas a turistas

1) ¿Cuál es su género?

- Masculino
- Femenino
- Otro

Gráfico 5 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

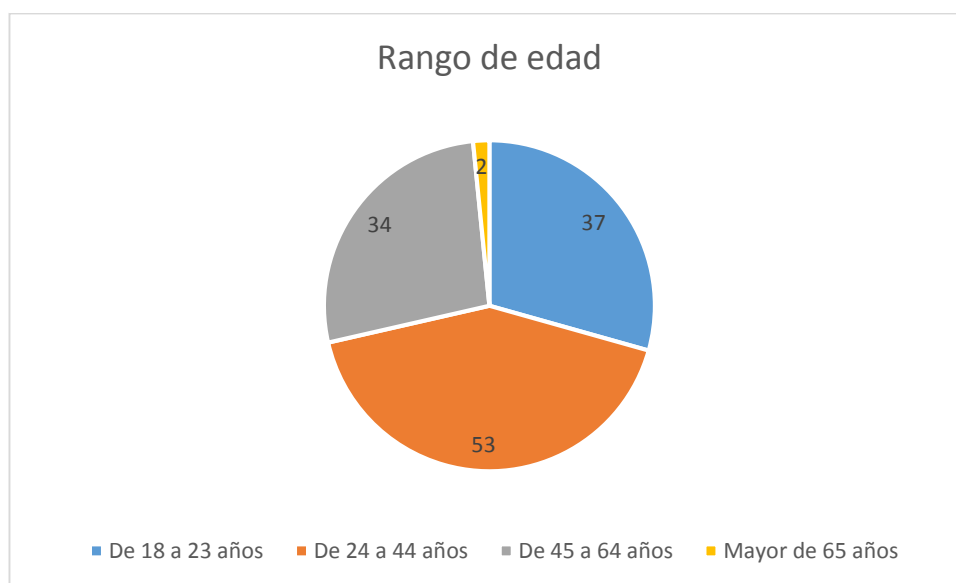
Análisis e interpretación de datos

Esta pregunta tiene como objetivo identificar el género de las personas que fueron encuestadas. En la gráfica se puede observar que el 45% (62 personas) de la población encuestada son de género masculino, mientras que el 55% (75 personas) son de género femenino y 0% (0 personas) en otro género.

2) ¿Cuál es su edad?

- De 18 a 23 años
- De 24 a 44 años
- De 45 a 64 años
- Mayor de 65 años

Gráfico 6 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

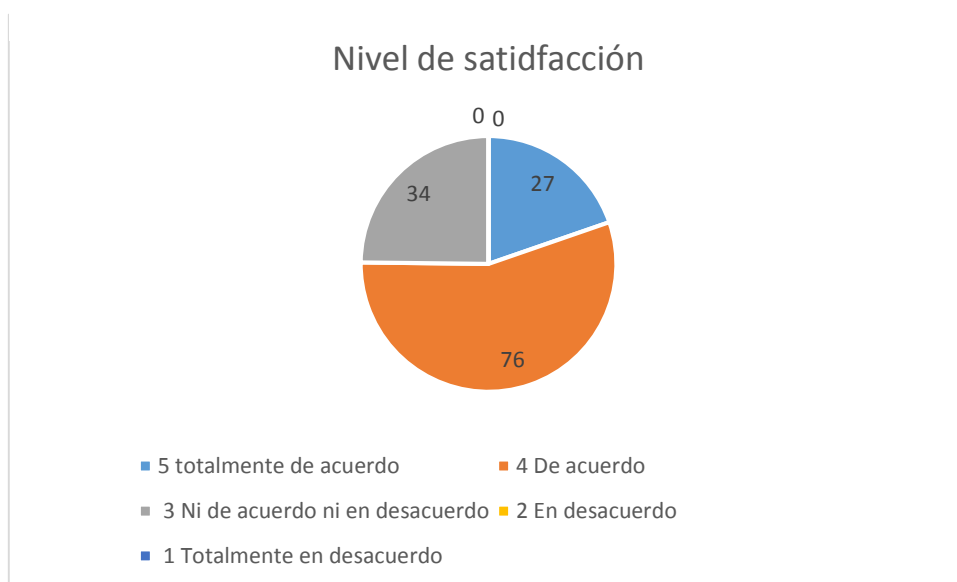
Análisis e interpretación

En la encuesta realizada demuestra que 42% (58 personas) de la población encuestada, tiene de 24 a 44 años siendo el mayor índice de consumidores, mientras que el 29% (40 personas) de la población, tiene de 18 a 24 años, seguido por el 27% (34 personas) de la población, tiene de 45 a 64 años y finalmente el 2% (personas) de la población, tiene más de 65 años.

3) Mediante la escala de Likert. - ¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los servicios adquiridos en los paquetes turísticos en Hacienda Manantiales del Rocío? (Siendo 5 totalmente de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 1 Totalmente en desacuerdo)

- 5 Totalmente de acuerdo
- 4 De acuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 1 Totalmente en desacuerdo

Gráfico 7 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

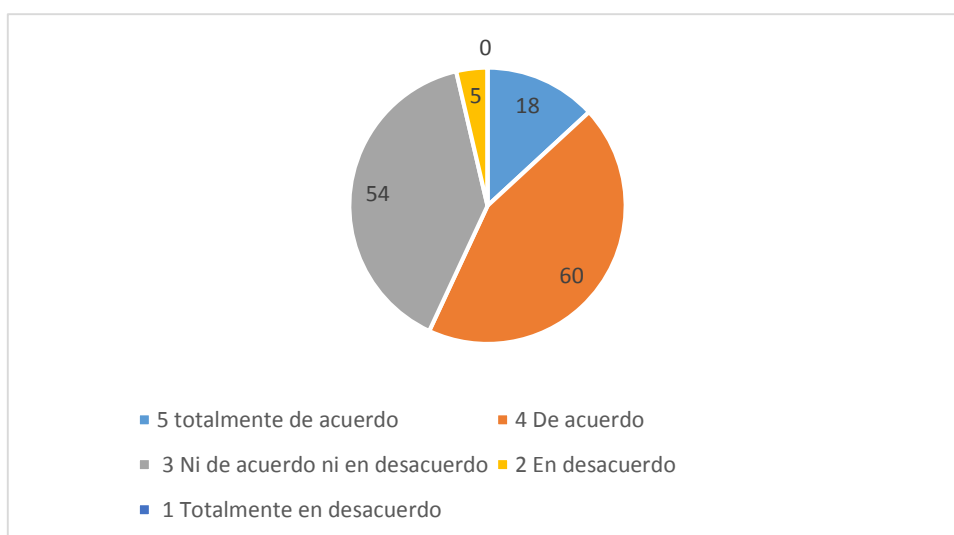
Análisis e interpretación

Esta pregunta se enfoca en determinar cuál es el nivel de satisfacción de los productos adquiridos por los clientes, siendo de acuerdo con el mayor porcentaje con un 55% (76 personas), después ni de acuerdo ni en desacuerdo con un 25% (34 personas), de ahí tenemos totalmente de acuerdo con un 20% (27 personas), y finalmente totalmente en desacuerdo y en desacuerdo obtuvieron el 0% (0 personas), analizando los resultados obtenidos se puede verificar que los niveles no están satisfechos con los productos que ofrece Hacienda Manantiales del Rocío.

4) Mediante la escala de Likert. – Seleccione si volvería a adquirir los productos turísticos de Hacienda Manantiales del Rocío. (Siendo 5 totalmente de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 1 Totalmente en desacuerdo)

- 5 totalmente de acuerdo
- 4 De acuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 1 Totalmente en desacuerdo

Gráfico 8 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

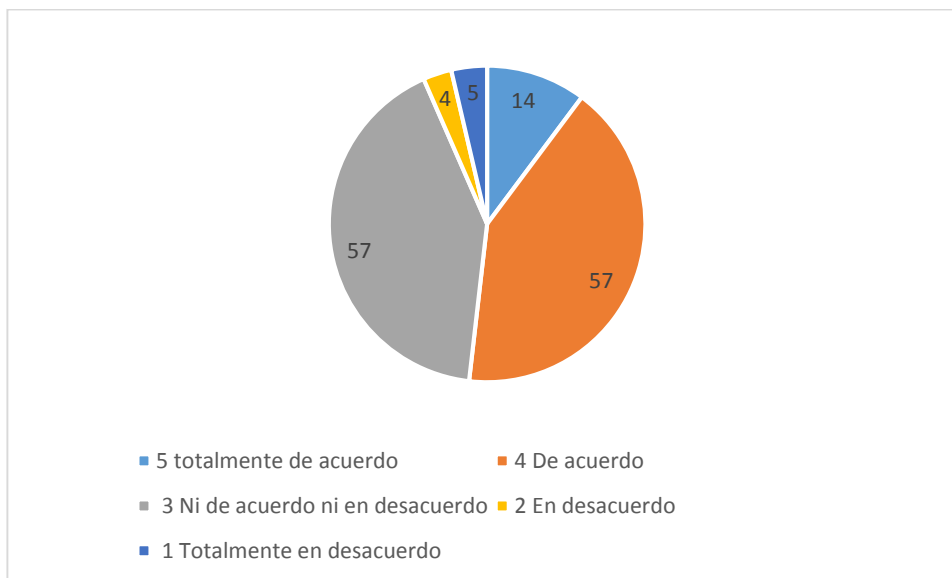
Análisis e interpretación

En esta pregunta se determina si el cliente consumiría de nuevo los productos ya existentes en el establecimiento, según los datos obtenidos se determinó que el 44% (60 personas) consideran que están de acuerdo en adquirir los productos, seguido con un 39% (54 personas) que opinan que ni de acuerdo ni en desacuerdo en consumir los paquetes turísticos, dejando con un 13% (18 personas) están totalmente de acuerdo en consumir los productos y por último con un 4% (5 personas) que escogieron la opción en desacuerdo en consumir los productos de Hacienda Manantiales del Rocío de manera que nos percatamos que los clientes estarían en duda si consumir o no los productos turísticos ya existentes de nuevo.

5) Mediante la escala de Likert. - Elija si usted está de acuerdo con el precio de los paquetes turísticos en relación con los servicios ofertados. (Siendo 5 totalmente de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 1 Totalmente en desacuerdo)

- 5 totalmente de acuerdo
- 4 De acuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 2 En desacuerdo
- 1 Totalmente en desacuerdo

Gráfico 9 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

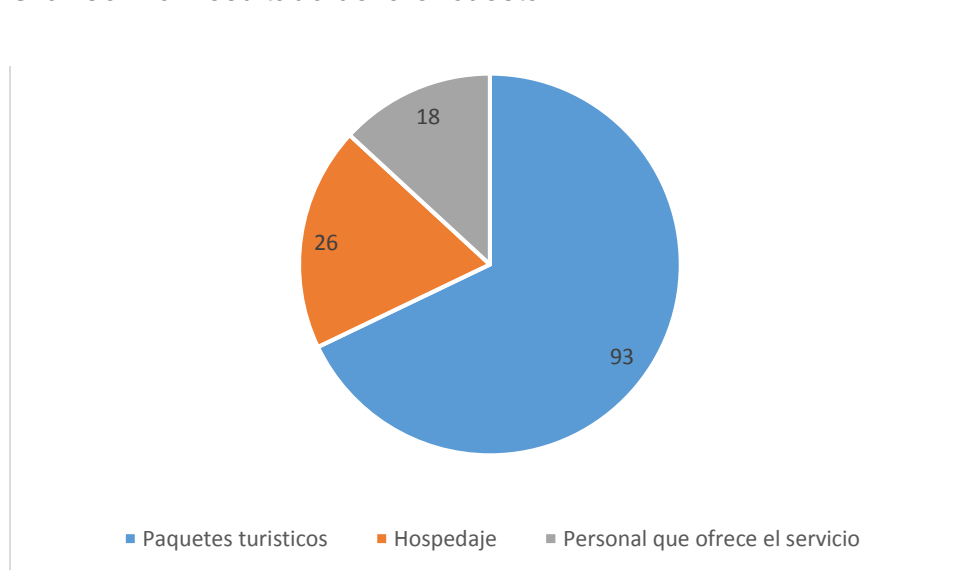
Análisis e interpretación

Se puede observar cómo los clientes dan a conocer la relación de precio y servicios ofertados de los paquete turísticos, obteniendo un 42% (57 personas) que están de acuerdo con el precio, mientras un 42% (57 personas) que esta ni de acuerdo ni en desacuerdo con el precio del producto, de ahí tenemos un 10% (14 personas) que están totalmente de acuerdo en cuanto al precio, continuando con un 4% (5 personas) que están totalmente de acuerdo en el valor del producto, así mismo con un 3% (4 personas) quienes están en desacuerdo con el precio de los paquetes turísticos.

6) Marque las opciones que considere. - ¿Cuáles serían las opciones de mejora de los servicios o producto de Hacienda Manantiales del Rocío?

- Paquetes Turísticos
- Hospedaje
- Personal que ofrece el servicio
- Otro: _____

Gráfico 10 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

Análisis e interpretación

En los resultados obtenidos de esta pregunta podemos interpretar que el mayor porcentaje con un 68% (93 personas) eligió que se debe mejorar los paquetes turísticos, después con un 19% (26 personas) eligió el hospedaje como una mejora para los servicios turísticos, de ahí tenemos con un 13% (18 personas), escogió el personal que ofrece el servicio como opción para mejorar los servicios o productos de la Hacienda Manantiales del Rocío y 0% (0 personas) en otro que no se obtuvo ninguna respuesta por parte de los clientes del establecimiento. Sin embargo, se pudo conocer que los productos turísticos deben mejorarse para que los clientes sigan adquiriendo los paquetes turísticos.

7) Marque las opciones que considere. - Además de las actividades realizadas ¿Qué otro tipo de actividades turísticas le gustaría que se oferté en Hacienda Manantiales del Rocío?

- Cabalgata
- Yoga
- Pesca deportiva
- Mountain Bike
- Taller gastronómico Manabita
- Área de picnic
- Huerta turística
- Zona de recreación

Gráfico 11 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

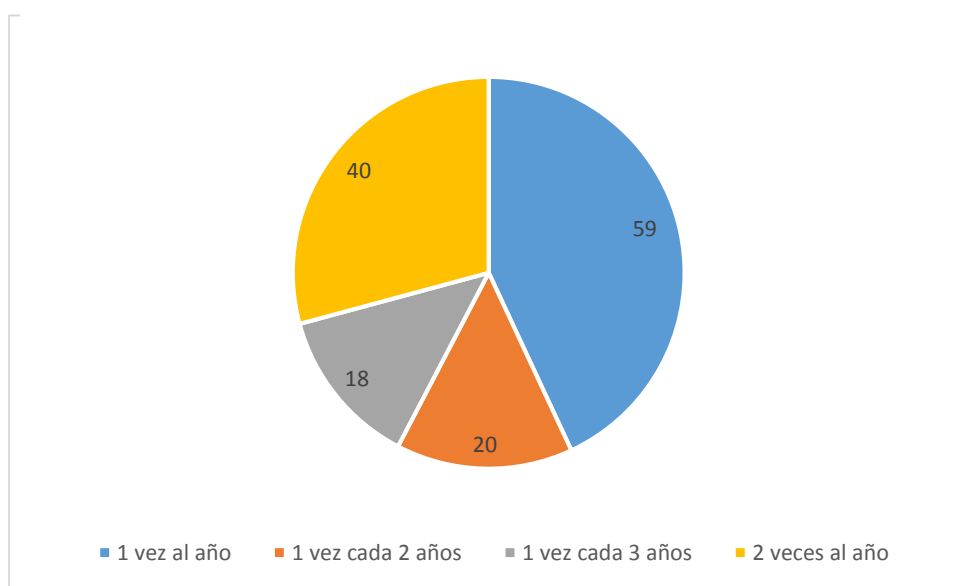
Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos nos dice que el 16% (22 personas) considera que le gustaría practicar cabalgata, otra parte de los encuestado expresa un 15% (21 personas) le gustaría que implementaran zonas de recreación, mientras que hay una similitud porque 15% (20 personas) le gustaría que implementaran una huerta turística y otro 15% (20 personas) quieran realizar actividades de picnic, otras dos opciones de actividades que quisieran realizar los clientes ambas obtuvieron 14% (19 personas) siendo taller gastronómico y mountain bike, los dos últimos servicios que obtuvieron un bajo porcentaje de aceptación fueron 7% (pesca deportiva) y 4% (6 personas). Siendo 6 servicios los elegidos para diseñar nuevos productos turísticos en el establecimiento.

8) ¿Con cuanta frecuencia visitaría la Hacienda Manantiales del Roció?

- 2 veces al año
- 1 vez al año
- 1 vez cada 2 años
- 1 vez cada 3 años
- Ninguna

Gráfico 12 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia

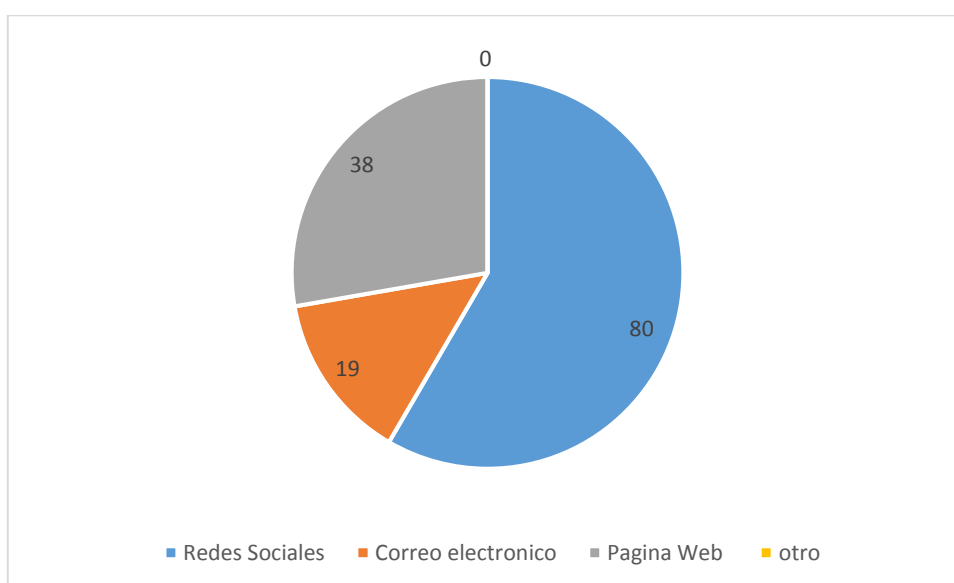
Análisis e interpretación

En los resultados obtenidos de esta pregunta podemos interpretar que el 43%(59 personas) visitarían el establecimiento 1 vez al año, mientras que un 29% (40 personas) visitarían el lugar 2 veces al año, además de un 15% (20 personas) quienes visitarían 1 vez cada 2 años y finalmente un 13% (18 personas) que visitarían 1 vez cada 3 años siendo el índice más bajo. Las veces que los turistas visitarían el lugar es un índice considerable, de manera que al implementar los nuevos productos turísticos pueda aumentar el índice de visitas por año.

9) ¿A través de qué medios le gustaría conocer los productos de la Hacienda Manantiales del Roció?

- Redes Sociales
- Correo electrónico
- Página web
- Otro: _____

Gráfico 13 Resultado de la encuesta



Fuente: Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Esta pregunta tiene como finalidad conocer de qué manera le gustaría conocer los productos turísticos que ofrece Hacienda Manantiales del Roció siendo 58% (80 personas) quienes eligieron como medio de comunicación redes sociales, además con un 28%(38 personas) quienes prefirieron ser informados por página web y finalmente con un 14% (19 personas) que optaron por correo electrónico, de esta manera nos percatamos que el medio de comunicación más aceptable para que Hacienda Manantiales del Roció dé a conocer sus productos son las redes sociales.

3.4.1 Productos elegidos

Una vez realizadas las encuestas por parte de los consumidores de los paquetes turísticos del establecimiento, se obtuvieron los siguientes productos a implementarse según el estudio realizado mediante el método de Brainstorming el cual donde surgieron ocho nuevos servicios turísticos, de los cuales seis tuvieron un mayor índice de aceptación por parte los clientes.



Cabalgata.



Huerta Turistica



Taller
gastronomico



Área de Picnic



Mountain Bike



Zonas de recreación

Gráfico 14 Productos elegidos por los clientes de Hacienda Manantiales del Rocío.

Fuente: Elaboración propia, en base a los resultados obtenidos en la encuesta.

3.4.2 Productos turísticos adaptados en Hacienda Manantiales del Rocío.

Los productos turísticos elegidos se obtuvieron del resultado de la encuesta, en base a la información recopilada se realizaron los siguientes productos turísticos con el debido punto de equilibrio. Cada producto está pensado en relación con lo que puede ofrecer Hacienda Manantiales del Rocío, debido a su riqueza natural y gastronómica que posee por el lugar de ubicación, el cual mostraría a los nuevos clientes y clientes actuales.

(Paquete Diamond / (2 días/1 noche)

Todo publico

Día 1

- Check in
- Coctel de Bienvenida
- Taller de gastronomía Manabita
- Almuerzo/ bebidas soft naturales
- Ruta de los sentidos
- Cena
- Noche de integración

Actividades

- Noche cultural.
- Amorfinos
- Baile y juegos tradicionales.

Día 2

- Desayuno
- Cabalgata
- Huerta Turística
- Almuerzo
- Zona de recreación
- Actividades
 - Práctica de deportes, futbol.
 - Área para niños
- Actividad
 - Comentarios vivenciales
- Check out

Sweet love / Full day

Parejas

- Coctel de bienvenida
- Mountain Bike
(sendero por la ruta de los sentidos)
- Almuerzo
- Actividades de integración.
- Área de picnic
Actividades en pareja
 - Implementos para la actividad, botella de vino, canasta
 - Piqueo individuales
 - Show del mimo
 - Música en vivo
 - Globo de los deseos
 - Fotografía
- Actividad
(Comentarios vivenciales)

Family Time / Full day

- Producto Familiar
- Piqueos Manantiales
- Treeking por la ruta de los sentidos
- Almuerzo
- Huerta turística
- Zona de recreación
- Actividades
 - Práctica de deportes, futbol
 - Área para niños
- Cabalgata
- Actividad
(Comentarios vivenciales)

3.4.3 Producto final (Costos fijos, variables y punto de equilibrio).

Paquete Diamond 2 días / 1 noche

Fijación de Precio	
Costos Fijos	
Detalle	Costo Unitarios
Coctel	\$ 5,00
Almuerzos	\$ 16,00
Rutas de los sentidos	\$ 15,00
Desayunos	\$ 3,00
Cabalgata	\$ 10,00
Cena	\$ 8,00
Guía	\$ 4,00
Bebidas soft	\$ 3,00
Cancha	\$ 1,00
Total C.F	\$ 65,00
Costos Variables	
Huerta	\$ 0,60
Hospedaje	\$ 40,00
Taller gastronómico	\$ 2,50
Imprevisto	\$ 1,00
Total C.V	\$ 44,10

Ventas Esperadas	20
Mark Up	20%

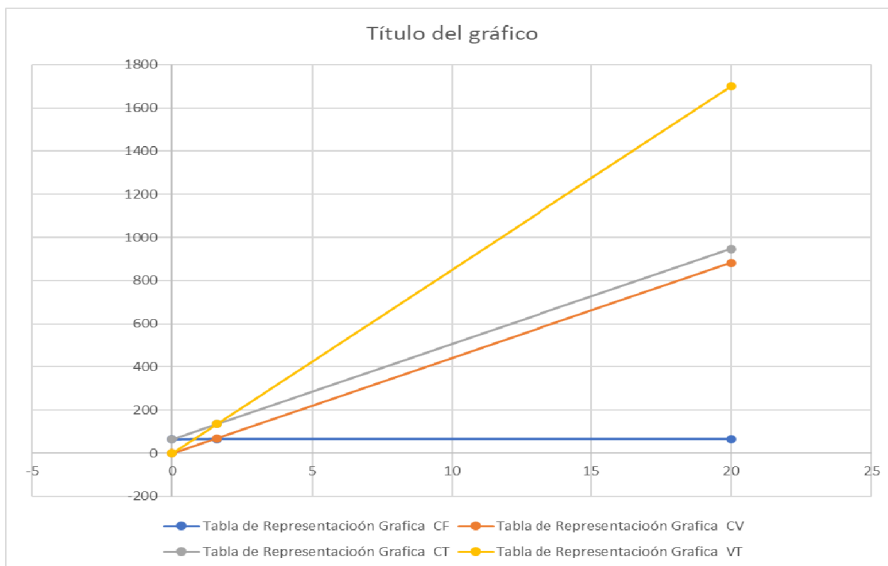
Precio del Producto	\$ 84,01
P.V.P.	\$ 85,00

Costo Unitario
Costo Variable + Costo Fijo / Ventas Esperadas
\$ 67,21

Sobreprecio
Costo Unitario / (1-Mark up)
\$ 84,01

Detalle	Unidades Físicas	Unidades Monetarias	%
Ventas	20	\$ 1.700,00	100
Costo Variables		\$ 882,00	52
Margen de Contribución		\$ 818,00	48
Costos Fijos		\$ 65,00	4
Margen Neto		\$ 753,00	44
Punto de Equilibrio	2	\$ 135,09	8
Margen de Seguridad	18	\$ 1.564,91	92

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio				
Tabla de Representación Grafica				
Unidades Producidas	CF	CV	CT	VT
0	\$ 65,00	0	\$ 64,00	0
2	\$ 65,00	\$ 70,09	\$ 135,09	\$135,09
20	\$ 65,00	\$ 882,00	\$ 947,00	\$ 1.700,00



Paquete (Sweet love) Full day

Fijación de Precio	
Costos Fijos	
Detalle	Costo Unitarios
Coctel	\$ 10,00
Almuerzos	\$ 16,00
Rutas de los sentidos	\$ 30,00
Mountain Bike	\$ 10,00
Guía	\$ 5,40
Globo	\$ 2,00
Fotografía	\$ 1,50
Piqueos	\$ 0,90
Total C.F	\$ 75,80
Costos Variables	
Vino	\$ 3,75
Canasta	\$ 5,00
Música en vivo	\$ 25,40
Mimo	\$ 2,70
Imprevisto	\$ 2,00
Total C.V	\$ 38,85

Costo Unitario
Costo Variable + Costo Fijo / Ventas Esperadas
\$ 78,39

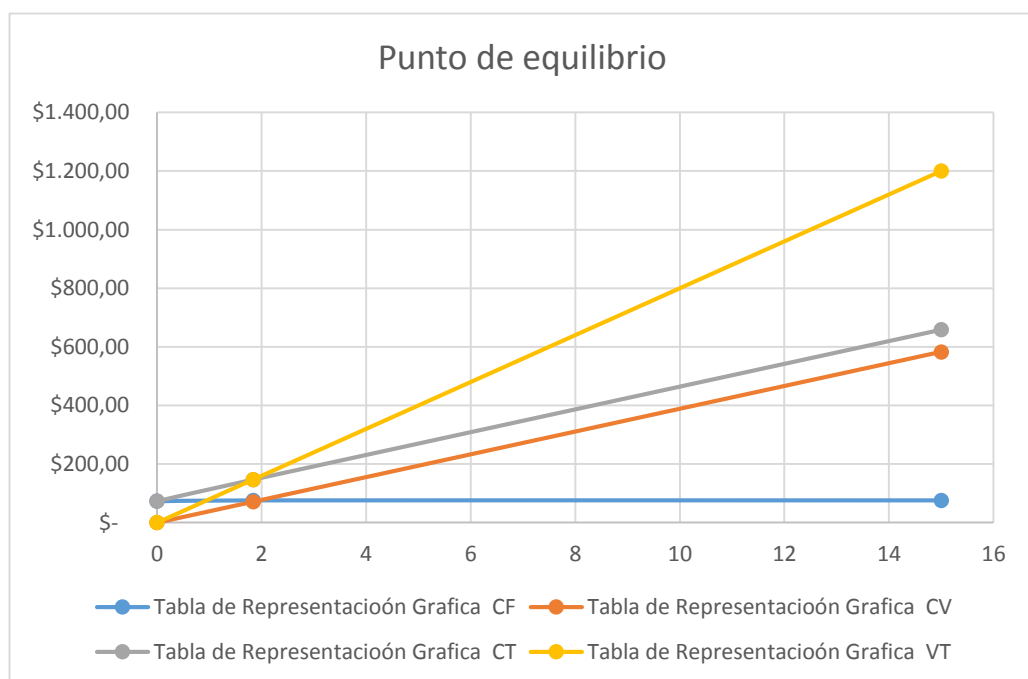
Sobreprecio
Costo Unitario /(1-Mark up)
\$ 97,99

Ventas Esperadas	15
Mark Up	20%

Precio del Producto	\$ 78,39
P.V.P.	\$ 80,00

Detalle	Unidades Físicas	Unidades Monetarias	%
Ventas	15	\$ 1.200,00	100
Costo Variables		\$ 582,75	49
Margen de Contribución		\$ 617,25	51
Costos Fijos		\$ 75,80	6
Margen Neto		\$ 541,45	45
Punto de Equilibrio	2	\$ 147,36	12
Margen de Seguridad	13	\$ 1.052,64	88

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio				
Tabla de Representación Grafica				
Unidades Producidas	CF	CV	CT	VT
0	\$ 75,80	0	\$ 73,40	0
2	\$ 75,80	\$ 71,56	\$ 147,36	\$147,36
15	\$ 75,80	\$ 582,75	\$ 658,55	\$ 1.200,00



Family Time / Full day

Fijación de Precio	
Costos Fijos	
Detalle	Costo Unitarios
Almuerzos	\$ 8,00
Rutas de los sentidos	\$ 15,00
Cabalgata	\$ 10,00
Guía	\$ 4,00
Piqueos	\$ 3,00
Cancha	\$ 1,00
Total C.F	\$ 41,00
Costos Variables	
Huerta	\$ 0,60
Imprevisto	\$ 2,00
Total C.V	\$ 2,60

Ventas Esperadas	20
Mark Up	20%

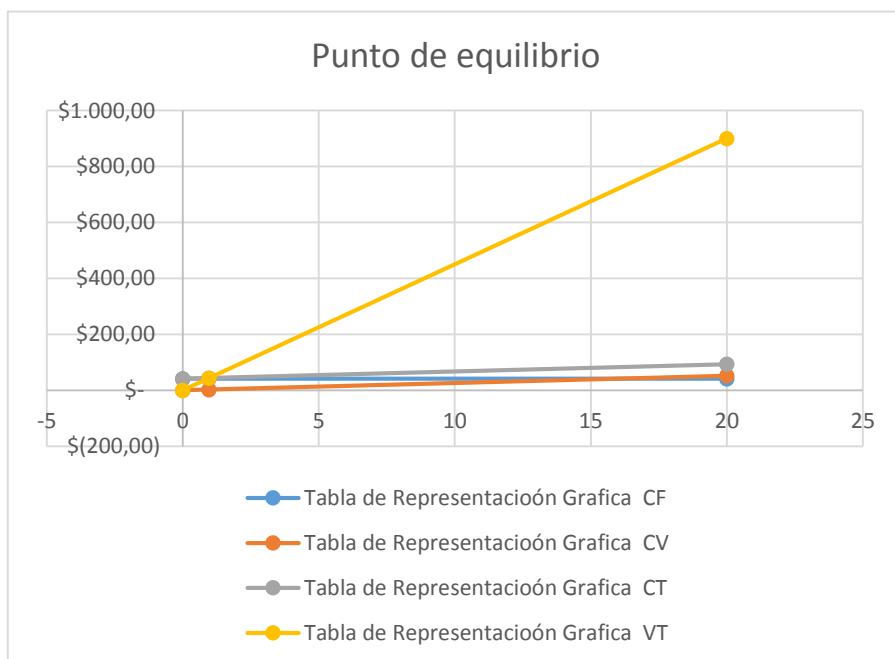
Precio del Producto	\$ 41,13
P.V.P.	\$ 45,00

Costo Unitario
Costo Variable + Costo Fijo / Ventas Esperadas
\$ 41,13

Sobreprecio
Costo Unitario /(1-Mark up)
\$ 51,41

Detalle	Unidades Físicas	Unidades Monetarias	%
Ventas	20	\$ 900,00	100
Costo Variables		\$ 52,00	6
Margen de Contribución		\$ 848,00	94
Costos Fijos		\$ 41,00	5
Margen Neto		\$ 807,00	90
Punto de Equilibrio	1	\$43,51	5
Margen de Seguridad	19	\$ 856,49	95

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio				
Tabla de Representación Grafica				
Unidades Producidas	CF	CV	CT	VT
0	\$ 41,00	0	\$ 41,00	0
1	\$ 41,00	\$ 2,51	\$ 43,51	\$43,51
20	\$ 41,00	\$ 52,00	\$ 93,00	\$ 900,00



Talento Humano en el desarrollo de las propuestas.

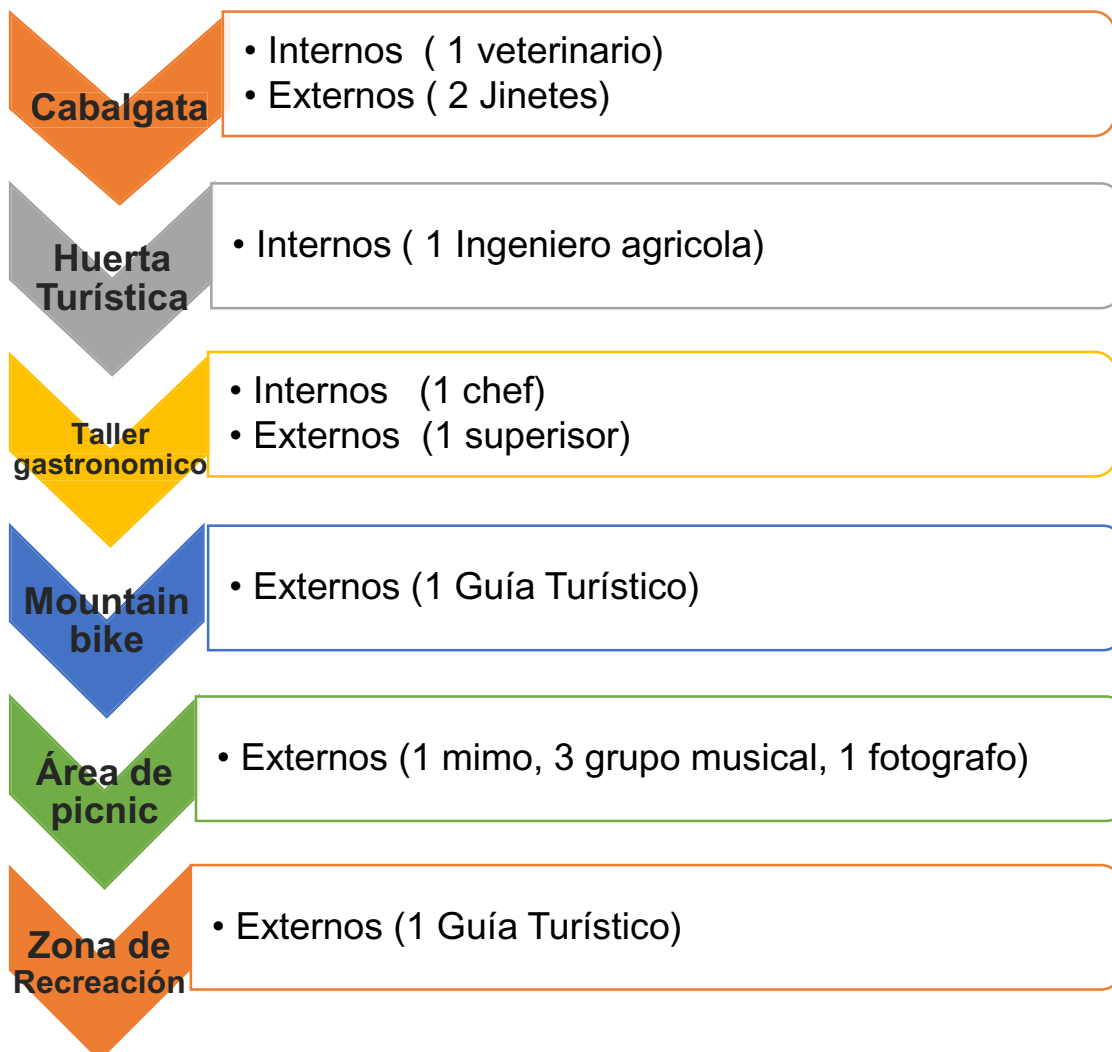


Gráfico 15 Personal de Talento humano inmerso en las propuestas.

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Después de haber finalizado con el análisis de lo desarrollado en el presente proyecto de investigación, se procede a la redacción de las siguientes conclusiones:

- A través del estudio realizado se logra determinar que los paquetes turísticos de Hacienda Manantiales del Rocío poseen un índice no tan favorable de aceptación por los clientes que ya han consumido los productos turísticos.
- En el trayecto de la investigación se logró determinar la metodología que se aplicó en el debido proceso para la mejora de los servicios turísticos que ofrece el establecimiento turístico.
- Una vez analizado los resultados obtenidos a través de la encuesta del estudio se logran determinar las siguientes propuestas:
 - Diseño de productos turísticos adaptados en la Hacienda Manantiales del Rocío para captar nuevos clientes y seguir fidelizando a quienes ya son consumidores.
 - Nuevos paquetes turísticos que permitan una mayor cantidad de ventas.

RECOMENDACIONES

- En primera instancia se recomienda que los clientes internos reciban capacitaciones para que se estén preparados ya que el turismo se renueva cada año, y los clientes siempre regresaran cuando el paquete turístico cumple con lo establecido y el servicio es excelente.
- Dejar el actual escrito como un precepto en antecedentes sobre la investigación realizada en Hacienda Manantiales del Rocío y los resultados obtenidos de la misma, para que contribuya a futuras investigaciones o programas de acción en favor de la calidad de productos y servicios que puede ofrecer Hacienda Manantiales del Rocío.
- Llevar a cabo las propuestas diseñadas en las conclusiones anteriores correspondientes a los nuevos productos y servicios turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza. (2001). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Aro, E. L. (2008). *PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS EN EL DESTINO CUBA. PROPUESTA DE PROCEDIMIENTO.* Obtenido de PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS EN EL DESTINO CUBA. PROPUESTA DE PROCEDIMIENTO: <http://www.eumed.net/rev/turydes/02/mcha.htm>

Carolina. (2009). *Diseño de producto turístico.* Obtenido de Diseño de producto turístico: http://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación.* Obtenido de Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

González. (2013). *Diseño de productos turísticos.* Obtenido de http://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

Machado Chaviano, E. L., & Hernández Aro, Y. (2007). *Procedimiento para el diseño.* Obtenido de Procedimiento para el diseño: <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145112011.pdf>

Machado E, H. Y. (2008). *PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS EN EL DESTINO CUBA. PROPUESTA DE PROCEDIMIENTO.* Obtenido de PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS EN EL DESTINO CUBA. PROPUESTA DE PROCEDIMIENTO: <http://www.eumed.net/rev/turydes/02/mcha.htm>

Pavón, S. (2015). Obtenido de http://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf

Rodriguez, R. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Obtenido de Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación.: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Saravía. (2016). *Productos turísticos : metodología para su elaboración*. Obtenido de Productos turísticos : metodología para su elaboración: https://ridaa.unq.edu.ar/bitstream/handle/20.500.11807/1647/4-RCS_n29_dossier_3.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fassler, D. (2013). Diseño de productos turísticos del Ecuador para el mercado alemán. *Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Título de Ingeniera en Ecoturismo. Escuela Superior Politécnica del Chimborazo. Riobamba, Ecuador.*

Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de turismo*, (35), 335-357.

Alvarez-Sousa, A., Rego Veiga, G., Leira López, J., Gomis Rodríguez, A., Caramés Balo, R. E., & Andrade, M. (2008). Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio.

Saravia, M. D. C., & Muro, M. N. (2016). Productos turísticos: metodología para su elaboración.

Ivars-Baidal, J., Bernabéu, M. A. C., & Rebollo, J. F. V. (2017). Orientaciones prácticas para el diseño de productos turísticos en el ámbito local. In *Las claves del turismo en la Comunitat Valenciana: orientaciones para la toma de decisiones* (pp. 65-80). Tirant lo Blanch.

Chaviano, E. L. M. (2013). Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba. *GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 4(35), 69-92.

ANEXOS

Encuesta aplicada a clientes de la Hacienda Manantiales del Rocío con el tema de proyecto de investigación, propuestas de nuevos productos y servicios turísticos adaptados en Hacienda Manantiales del Rocío.

1- ¿Cuál es su Género?

Masculino	
Femenino	
Otro	

2- ¿Cuál es su rango de edad?

De 18 a 24 años	
De 24 a 44 años	
De 45 a 64 años	
Mayor de 65 años	

3- Mediante la escala de Likert. - ¿Cuál es su nivel de satisfacción en relación a los servicios adquiridos en los paquetes turísticos en Hacienda Manantiales del Rocío? (Siendo 5 totalmente de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 1 Totalmente en desacuerdo)

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

4- Mediante la escala de Likert. – Seleccione si volvería a adquirir los productos turísticos de Hacienda Manantiales del Rocío. (Siendo 5 totalmente de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 1 Totalmente en desacuerdo)

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

5- Mediante la escala de Likert. - Elija si usted está de acuerdo con el precio de los paquetes turísticos en relación con los servicios ofertados. (Siendo 5 totalmente de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 1 Totalmente en desacuerdo)

1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐

6- Marque las opciones que considere. - ¿Cuáles serían las opciones de mejora de los servicios o producto de Hacienda Manantiales del Rocío?

Paquetes Turísticos	
Infraestructura	
Personal que ofrece el servicio	
Otro	Especifique

7- Marque las opciones que considere. - Además de las actividades realizadas ¿Qué otro tipo de actividades turísticas le gustaría que se oferté en Hacienda Manantiales del Rocío?

Equinoterapia y Cabalgata	
Yoga	
Pesca deportiva	
Mountain Bike	
Taller gastronómico Manabita	
Zona de camping	
Huerta turística	
Zona de recreación	

8- ¿Con cuanta frecuencia visitaría la Hacienda Manantiales del Rocío?

2 veces al año	
1 vez al año	
1 vez cada 2 años	
1 vez cada 3 años	

9- ¿A través de qué medios le gustaría conocer los productos de la Hacienda Manantiales del Rocío?

Redes sociales	
Correo electrónico	
Página web	
Otro	

ANEXOS

Anexos 1 Fotos de evidencia de la investigación de campo



Descripción: Realizando la investigación de campo.



Descripción: Conociendo los paquetes turísticos que ofrece el establecimiento.



Descripción: Conociendo los productos que ofrecen a través del Ing. Pedro Santamaria encargado de logística en el establecimiento



Descripción: Conociendo el paquete turístico VIP