

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL MERCADO Y EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS DEL PROYECTO TURÍSTICO “EL PEDREGAL”

Lic. Gabriel Estuardo Cevallos Uve, MBA¹
Instituto Tecnológico Superior Julio Moreno Espinosa, Ecuador
gecevallos@gmail.com

Ing. Marlene Campos Tufiño, MBA²
Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, Ecuador
marlenecampos76@gmail.com

Ing. José Bernardo Nevárez García³
Instituto Tecnológico Superior Julio Moreno Espinosa, Ecuador
jnevarez@espol.edu.ec

Ing. Gissela Jacqueline Jumbo Gómez⁴
Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, Ecuador
gisejacke@hotmail.com

Ing. Myriam Johanna Félix Heredia⁵
Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo, Ecuador
ion-na-1993@hotmail.com

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar las estrategias de participación relativa del mercado y evaluar los factores internos y externos para que el Proyecto Turístico “El Pedregal” cumpla con el objetivo número siete del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”. En el documento se hace una breve introducción y se describe la importancia del recinto San Gabriel del Baba que es conocida por ser un sector agrícola y ganadero además de sus hermosos balnearios de agua dulce y variada gastronomía, en donde se encuentra ubicado el Proyecto Turístico “El Pedregal”. Dicho estudio permitió el diseño de un plan de marketing en el que se desarrolló un proceso de investigación con enfoque cuantitativo y cualitativo. Los resultados alcanzados demuestran que mediante la elaboración de las matrices de evaluación, permitirá el análisis de los indicadores financieros como el VAN y TIR, lo que genera confianza y credibilidad para la inversión.

¹ Licenciado en Informática Educativa, Magister en Docencia, mención: Gestión en Desarrollo del Currículo, Master en Administración de Empresas, Candidato a Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de Oriente de Cuba.

² Ingeniera de Empresas, Magister en Administración de Empresas, Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas

³ Ingeniero Comercial, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Ecuador.

⁴ Ingeniera Comercial, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

⁵ Ingeniera Comercial, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Palabras clave: Turismo, estrategia, Marketing, FODA.

Clasificación JEL: L83, O19, Q56

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the strategies of relative market share and evaluate internal and external factors for the tourist project "El Pedregal" meets the objective number seven National Plan for Good Living 2013-2017, "Ensuring rights nature and promote environmental, territorial and global sustainability. " The paper makes a brief introduction and the importance of the enclosure San Gabriel del Baba which is known for being an agricultural and livestock sector in addition to its beautiful spas freshwater and varied cuisine, where is located the tourist project describes " El Pedregal". This study allowed the design of a marketing plan in which a research process was developed with quantitative and qualitative approach. The results obtained show that by preparing evaluation matrices allow the analysis of financial indicators such as NPV and IRR, generating confidence and credibility for investment.

Keywords: Tourism, Strategy, Marketing, SWOT.

JEL classification: L83, O19, Q56

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la mayoría de los países del mundo conservan sus patrimonios naturales preocupados por el cuidado y protección del medio ambiente (Cevallos Uve G. , 2015), y cada vez se incrementa el número de personas que acuden a vivir experiencias únicas en cada lugar.

En América Latina existe una gran variedad de reservas, bosques, áreas protegidas, que poseen una amplia biodiversidad. Todas tienen el mismo objetivo cuidar y preservar el medio ambiente, concientizar acerca de su importancia y de sus múltiples beneficios para el ecosistema (Cevallos Uve G. E., 2015).

Por ejemplo, dentro de los parajes naturales de Argentina se encuentra el proyecto reserva natural y cultural de la provincia Tres Cerros,⁶ ubicado al noreste de este país, lugar con varias especies propias de la zona, pastizales, bosques nativos, paisajes llanos y ríos; que se proyecta a posicionarse en la categoría de parque provincial como área protegida muy importante.

Ecuador es un país rico en biodiversidad, cuenta con diferentes climas, abundante flora, fauna y culturas propias de cada región, que despierta el interés de turistas e investigadores para visitarlo y conocerlo. La Constitución Política del Ecuador garantiza el derecho a un desarrollo ambiental sustentable e impulsa a conservar, proteger y cuidar su riqueza natural (SENPLADES, 2013). En consecuencia de lo antes mencionado, las reservas, bosques y proyectos forman parte del patrimonio natural, además de ser áreas protegidas de dominio público y privado.

En la Amazonía ecuatoriana está situado el Proyecto Renacer Amazónico, considerado como atractivo turístico. Se encuentra ubicado al sureste de la ciudad del Puyo junto al pueblo de Canelos, su oferta turística consiste en caminatas dentro del bosque. Posee una extensión de 1000 hectáreas para disfrutar de su paisaje y belleza natural. Además, el asentamiento de la cultura Quichua, enriquece su valor cultural y ancestral.

⁶ Wikipedia: Proyecto reserva natural y cultural provincial Tres Cerros

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas conecta la costa y sierra ecuatoriana. Su potencial es el sector comercial mayorista y minorista que representa el 21,30% de la Población Económicamente Activa (PEA), mientras que el sector turístico representa el 14,20% (SNGP, 2014). En la actualidad posee más de 62 atractivos turísticos, entre bosques naturales y reservas ecológicas en su mayoría no conocidas, ni potenciadas por instituciones públicas y privadas como: Monumento al Colono, Parque Ecológico Bombolí, Jardín Botánico Padre Julio Marrero, Jardín Botánico La Carolina, Santuario Santa María Reina del Bombolí, Proyecto Comunitario Tolón Pelé, Fundación Museo Etnográfico Tsáchila, Balneario El Esfuerzo, Balneario Huapilu, Balneario San Gabriel del Baba, Bosque Protector La Perla, entre otros, que se han ido promoviendo constantemente para turistas locales, nacionales y extranjeros (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santo Domingo, 2011).

El recinto San Gabriel del Baba es conocido por ser un sector agrícola y ganadero además de sus hermosos balnearios de agua dulce y variada gastronomía, en donde se encuentra ubicado el Proyecto Turístico “El Pedregal”, en el sector El Pedregal, a 16 km de la ciudad de Santo Domingo, que cuenta con 130 hectáreas de bosque primario, ecosistema puro muy importante para el cantón y la provincia.

Su principal atractivo turístico son los petroglifos que tienen un tamaño de 20 metros de diámetro asentados entre los ríos Magdalena y Pedregal. Para llegar al lugar se camina alrededor de dos horas cuarenta y cinco minutos; en un exuberante entorno donde se puede encontrar variedad de flora y fauna silvestre.

Estos petroglifos pertenecen a la etapa del neolítico que representa el último asentamiento pre histórico antes de Cristo, el mismo que constituye la nueva edad de piedra simbolizada en sus rocas pulidas o talladas. Su significado etimológico, es del griego *petra* igual a roca y *glyphos* que significa grabado o tallado, figuras hechas por incisión en roca, de acuerdo con investigaciones realizadas en otros países (Gordillo & Umire, 2010), los petroglifos o también llamados quilcas muestran un panel liso con pocas imágenes geométricas simples y combinaciones

restringidas para formar motivos compuestos por círculos, líneas cortas rectas, puntos y líneas onduladas.

Con referencia a investigaciones realizadas en el contexto del turismo ecológico, ante la problemática existente en la provincia, y la necesidad de concientizar al mayor número de personas de los cambios climáticos sufridos en el planeta, se hace hincapié en la propuesta con el fin de promocionar una oferta turística sustentable, aprovechando los recursos naturales existentes en el lugar, especialmente los petroglifos.

Entre las principales razones para que este sitio no haya tenido un desarrollo turístico apropiado se encuentran: la escasa información, la poca promoción del sitio y el desconocimiento del lugar. Con estos antecedentes se pretende brindar una solución a la problemática existente mediante el desarrollo de un plan de marketing, orientado al desarrollo de nuevos productos y servicios de acuerdo a los gustos y preferencias del mercado objetivo, lo expuesto llevo a plantearse el problema de investigación: *¿Cómo incrementar el turismo mediante un *plan de marketing* para el Proyecto Turístico “El Pedregal”?*

Como resultado el plan de marketing mediante el desarrollo de estrategias de producto, precio, plaza y promoción permitió que el Proyecto Turístico “El Pedregal” cumpla con el objetivo número siete del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global” (SENPLADES, 2013), de este modo se plantean promover los valores ancestrales y milenarios de la historia plasmada en los petroglifos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Seguidamente, se busca gestionar el desarrollo económico mediante el turismo, siendo este un sector prioritario y transcendental que estimula el sistema productivo contribuyendo con el objetivo diez del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, “Impulsar la transformación de la matriz productiva” (SENPLADES, 2013), fortaleciendo el turismo comunitario, al igual que el micro empresarial, a partir de la promoción de este destino turístico, aportando con cambios positivos a la calidad de vida e identidad de las personas de la zona de San Gabriel del Baba,

como una nueva iniciativa ecológica y turística, que permite incrementar, fidelizar clientes, realizar nuevas investigaciones y garantizar un servicio de calidad con responsabilidad.

2. DESARROLLO

Se desarrolló un proceso de investigación con enfoque cuantitativo y cualitativo, para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

El enfoque cuantitativo se basa en la recopilación de datos numéricos que fueron utilizados para la realización de distintos cálculos como: determinación de la muestra, inflación, variación porcentual del riesgo país y los porcentajes del crecimiento del sector turístico de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Por medio del enfoque cualitativo se pudo determinar la información específica del lugar, a través del uso de fichas de observación en el Proyecto Turístico “El Pedregal” y entrevistas con sus propietarios.

Mediante la investigación no experimental, se observaron las diversas variables dentro de su ambiente natural sin ningún tipo de manipulación obteniendo datos reales que permitieron que la investigación se desarrolle sin interferencias externas (Cevallos, 2016).

La investigación exploratoria comprendió en la recolección de información necesaria del Proyecto Turístico “El Pedregal”, para esto el primer paso que se realizó fue la observación del lugar, investigar el entorno que rodea el bosque, igualmente la situación que presenta, para la elaboración de las estrategias del mix de marketing.

Se elaboró un cuestionario que se aplicó a una muestra representativa de habitantes de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, que cuenta con una población total de 418.957 habitantes de acuerdo a la proyección realizada para el año 2015 por el INEC.

La población segmentada para el cálculo de la muestra incluyó hombres y mujeres de 20 a 64 años de edad, nivel socio económico medio-alto, de la población económicamente activa, correspondiente a grupos de familias y

profesionales, donde se concentra la mayor fuerza laboral, por consiguiente son ellos quienes toman las decisiones sobre los gastos familiares. Por medio del muestreo aleatorio simple, se pudo seleccionar del total de la población segmentada, una muestra de 384 personas.

Se utilizaron las fuentes de información primarias y secundarias, “los datos primarios son originados por el investigador con el propósito específico de abordar el problema de investigación; y los datos secundarios son reunidos para una finalidad diferente al problema en cuestión” (Malhotra, 2008, pág. 106). Se realizó además una encuesta piloto a 15 personas escogidas aleatoriamente y se formularon 16 preguntas con el fin de obtener evidencias que faciliten el estudio para determinar los gustos y preferencias del mercado objetivo.

Los resultados obtenidos fueron: Alto nivel de importancia que tienen las reservas naturales con el 86,67%, el mayor turismo que se realiza es a nivel local y nacional con un 40, la mejor manera de obtener información de los diferentes sitios turísticos es por medio de referencias de amigos con el 46,67%, una de las preguntas más importantes dentro de la encuesta piloto es si se conoce la existencia de petroglifos en la provincia, donde se pudo determinar que el 86,67% no tiene conocimiento sobre las piedras talladas y el 13,33% mencionó que sí, el fin de visita que tendría mayor acogida es la recreación con el 53,33%, los tipos de actividades que les gustaría realizar es el senderismo con el 40%, los eventos que se pueden realizar en distintas fechas son: culturales y deportivos, considerando los rangos de edad se obtuvo información sobre los deportes que se desarrollan con frecuencia dentro de la provincia; el 33,33% es de ciclismo de montaña,

Los servicios adicionales que desean dentro del Proyecto Turístico “El Pedregal” son el servicio de bar restaurant con el 53,33%, los medios de transporte de mayor preferencia son buses y transportes particulares con el 33,33%, los medios de publicidad son muy importantes para dar a conocer la reserva, resultando que el de mayor acogida es la televisión con el 40%, el 100% de las personas encuestadas tienen el interés de visitar el Proyecto Turístico “El Pedregal” y finalmente los precios de las entradas que estarían dispuestos a pagar

oscilan entre 5 y 10 dólares americanos.

3. RESULTADOS

En el análisis situacional se elaboró la matriz Boston Consulting Group, BCG, vinculada al marketing estratégico que permitió determinar la tasa de crecimiento de la industria y el lugar que ocupa el proyecto turístico en el mercado.

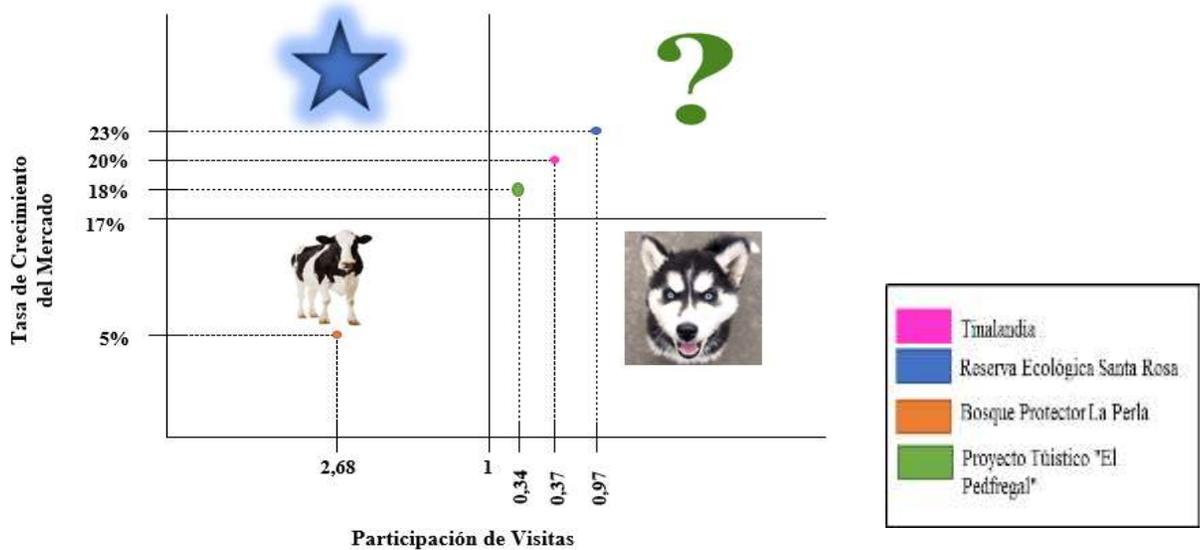


Figura 1. Matriz BCG
Elaboración: Propia

Es decir que el Proyecto Turístico “El Pedregal” se encuentra actualmente en el cuadrante de interrogante con una tasa de crecimiento del sector del 18% y participación relativa del mercado de 0,34; en base a estos resultados se determina que es necesario el uso de estrategias de marketing intensivas.

También se realizó la Matriz Evaluación de Factores Internos (EFI) de análisis interno de la empresa, que permitió identificar fortalezas y debilidades del proyecto turístico, donde se consideró como su principal fortaleza la presencia de petroglifos (piedras talladas). En lo que respecta a debilidades, está como principal factor la insuficiente señalización. Finalmente el resultado que se obtuvo fue de 2,44 que comparado con el estándar de 2,5, representa que el Proyecto Turístico

“El Pedregal” se encuentra débil internamente; por lo que se deben desarrollar estrategias que permitan transformar las debilidades en fortalezas.

FORTALEZAS	PESO	CALIFICACIÓN	RESULTADO
Las visitas más frecuentes son por parte de colegios y universidades.	0,06	4	0,24
Se encuentra ubicada a pocos kilómetros de la ciudad.	0,05	4	0,20
Su atractivo principal son los petroglifos (antiguas piedras talladas).	0,07	4	0,28
Cuenta con un antropólogo como guía principal.	0,06	4	0,24
Dispone de letreros guías en español e inglés.	0,06	3	0,18
Se realizan actividades como senderismo fútbol y vóley.	0,05	3	0,15
Posee bosque primario y especies únicas en un entorno natural.	0,06	4	0,24
Está rodeado del Río Magdalena que es usado como recurso natural para la comunidad de El Pedregal.	0,05	4	0,2
DEBILIDADES			
No cuenta con una planificación de marketing	0,08	1	0,08
Falta de personal para el mantenimiento y guías especializados.	0,06	1	0,06
No existe variedad de servicios adicionales dentro del lugar.	0,06	1	0,06
No posee convenios con instituciones públicas y privadas.	0,05	2	0,10
Tiene insuficiente señalización en las carreteras principales.	0,07	2	0,14
No dispone de una cartera de proveedores fijos.	0,05	2	0,10
No existe suficiente información turística del lugar.	0,06	1	0,06
Falta de gestión en la inversión financiera.	0,05	1	0,05
No existen zonas de acampar o descanso.	0,06	1	0,06
	1,00		2,44

Tabla 1. Matriz EFI
Elaboración: Propia

La Matriz de Evaluación de Factores Externos más conocida como (EFE), permitió establecer estrategias mediante el análisis de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales (PESTEL). El resultado obtenido en la Matriz EFE del Proyecto Turístico “El Pedregal” fue de 3,54 que significa que se deben aprovechar las oportunidades para minimizar el impacto de las amenazas.

Para conseguir el resultado anterior se tomaron en consideración como principales amenazas, los ingresos de nuevos productos y servicios sustitutos y acontecimientos de desastres naturales; sin embargo se destaca una oportunidad

importante que es el actual crecimiento del turismo a nivel nacional e internacional.

AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	RESULTADO
Ingreso de nuevos servicios sustitutos dentro de la provincia.	0,09	4	0,36
Acontecimientos de desastres naturales fortuitos.	0,09	4	0,36
Deforestación a las zonas aledañas al lugar.	0,08	4	0,32
Escasa movilización de transporte.	0,07	4	0,28
Cambios económicos en el sector turístico local.	0,07	3	0,21
Contaminación por parte del turista dentro del bosque.	0,07	4	0,28
OPORTUNIDAD			
Ayuda a la conservación del patrimonio natural del Ecuador.	0,08	3	0,24
Los bosques naturales son prioridad en el Presupuesto General del Estado.	0,04	4	0,16
Existe un crecimiento turístico a nivel nacional e internacional.	0,08	4	0,32
Participar en campañas nacionales e internacionales a través del Ministerio de Turismo.	0,09	3	0,27
Los bosques de propiedad privada gozan de exoneración de impuestos.	0,05	2	0,10
Aprovechar el crecimiento económico y turístico del recinto San Gabriel del Baba.	0,05	3	0,15
Los investigadores tienden a visitar lugares con riqueza cultural y ancestral.	0,07	4	0,28
Crecimiento del turismo sostenible en el Ecuador.	0,07	3	0,21
	1,00		3,54

Tabla 2. Matriz EFE
Elaboración: Propia

Matriz de Evaluación Interna y Externa

MATRIZ IE				
PROYECTO TÚRISTICO "EL PEDREGAL"				
Puntajes de valores totales de la Matriz EFI				
SÓLIDO PROMEDIO DÉBIL				
3 2,0 A 2,99 1,0 A 1,99				
Puntajes de valores totales de la Matriz EFE	ALTO 3,0 A 4,0	I	II	III
	MEDIO 2,0 A 2,99	IV	V	VI
	BAJO 1,0 A 1,99	VII	VIII	IX

Figura 2. Matriz IE
Elaboración: Propia

El resultado de la Matriz IE del Proyecto Turístico “El Pedregal” es la intersección de los resultados de la matriz EFI de 2,44 y de la EFE de 3,5 y se ubican en el cuadrante de crecer y construir, finalmente en base a este resultado se realizarán las estrategias del marketing mix.

En el Estudio de Mercado determinó que se debe utilizar el posicionamiento por beneficio y por atributo permitiendo resaltar la ventaja competitiva del lugar que son los petroglifos: “Ven y siéntete parte de la naturaleza, acércate más a tus raíces, visita El Proyecto Turístico “El Pedregal”, tienes mucho que descubrir”.

4. DISCUSIÓN

Una vez realizado el análisis de la situación actual referente al análisis interno, se concluye que el Proyecto Turístico “El Pedregal”, posee una gran variedad de bosque primario y secundario, además de tener variedad de flora y fauna, su atractivo principal son las grandes piedras o rocas llamadas petroglifos. Otro factor importante es que sus instalaciones son apropiadas para practicar el turismo activo y ecológico.

La participación en el mercado del Proyecto Turístico “El Pedregal” es baja en comparación con la competencia; sin embargo mediante el desarrollo de las estrategias del plan de marketing se aprovechan las oportunidades y se minimizan las amenazas.

El Proyecto Turístico “El Pedregal”, bajo las normas planteadas por los organismos competentes, impulsando el turismo ecológico y cultural que permite la activación económica para la reserva y la comunidad en general, dando a conocer las tradiciones e historia de la cultura Tsáchila.

4. CONCLUSIONES

1. Existe una creciente base teórica-conceptual sobre desarrollo turístico, pero en el caso de estudio como el Proyecto Turístico “El Pedregal” se encontró que hay escasa información, mínima promoción del sitio y el desconocimiento métodos de atención turística, todo esto acompañado del

trato empírico que se le da a esta propuesta, sin ningún sustento teórico científico. Con estas referencias se pretende brindar una solución pragmática a la problemática existente y continuar la investigación con el desarrollo de un plan de marketing, orientado al desarrollo de nuevos productos y servicios de acuerdo a los gustos y preferencias del mercado objetivo.

2. El Proyecto Turístico “El Pedregal” a través del análisis situacional utilizando la matriz Boston Consulting Group, BCG, vinculada al marketing estratégico permitió determinar que se encuentra actualmente en el cuadrante de interrogante con una tasa de crecimiento en el sector del 18% y participación relativa del mercado de 0,34; en base a estos resultados se determina que es necesario el uso de estrategias de marketing intensivas.
3. Los resultados alcanzados demuestran que la participación en el mercado del Proyecto Turístico “El Pedregal” es baja en comparación con la competencia, sin hacer provecho de las oportunidades y fortalezas en flora y fauna abundante del sector.

Referencias bibliográfica

- Cevallos Uve, G. (2015). Modelos de gestión ambiental: análisis comparativo desde la multidimensionalidad y el contexto local. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, -23.
- Cevallos Uve, G. E. (2015). Análisis de los problemas sociales derivados de la influencia de los actores locales en la eficiencia de las políticas públicas ambientales. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*(29), 1-12.
- Cevallos, G. E. (2015). Identificación prospectiva de componentes en el proceso de gestión ambiental del Cantón La Concordia, Ecuador. *Ciencia en su PC*,, 16-33.
- Cevallos, G. E. (2016). Método de análisis de la economía política para la evaluación de la eficiencia de las políticas públicas ambientales. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 1-19.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Santo Domingo. (2011, agosto). *Plan de Desarrollo del Cantón Santo Domingo 2025*. Retrieved mayo 08, 2015, from http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/%23recycle/PDyOTs%202014/1760004060001/PDyOT/12022013_094659_PLAN%20DE%20DESARROLLO%20CANTONAL%202015.pdf
- Gordillo, J., & Umire, A. (2010). *Una introducción al arte rupreste del litoral norte de Tacna*. Perú.
- Lara, E. M. (2014). *Fundamentos de investigación: Un enfoque por competencias* (2 ed.). México: Alfaomega Grupo Editor.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5ta edición ed.). México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (5ta edición ed.). México: Pearson Educación.
- Niño, V. M. (2011). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Real Académia Española. (2014). Retrieved from <http://dle.rae.es/?id=SqJIT83>

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo - SENPLADES. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo / Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 - 2017*.

Retrieved mayo 08, 2015, from <https://www.buenvivir.gob.ec>

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. San Francisco de Quito, Ecuador: Asamblea Nacional.

SNGP. (2014). *Informe de Rendición de Cuentas del 2014*. Santo Domingo: Secretaría Nacional de Gestión de la Política.