

ESTRATEGIAS DE PROMOCION TURISTICAS DEL ECUADOR A NACIONALES RESIDENTES EN EL EXTERIOR

Bonnie Arcos Calderón, Alejandra Tabarez Cabrera, Jorge Faytong Durango ¹

¹ Director de Tesis. Ingeniero Naval, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1980. Master of Sciences in Naval Architecture and Marine Engineering, The University of Michigan, 1981. Magister in Business Administration, ESPOL, 2000. Profesor de la ESPOL desde 1982.

RESUMEN

Por medio de esta tesis se pretende aprovechar el flujo migratorio y el intercambio cultural por el que está pasando el Ecuador, que se ha acentuado en los últimos años, considerando que las comunidades de ecuatorianos residentes en el exterior aumentan paulatinamente. El sector turístico puede ser beneficiado al vender al Ecuador como producto turístico a todos los nacionales que han emigrado del país y regresan por motivos familiares, de salud, económicos, legales, entre otros.

El retorno de ecuatorianos residentes en el exterior tiene para el sector turístico factores positivos tales como:

- No necesita de una planta hotelera de alto nivel.
- No requiere de grandes inversiones.
- Favorece a pequeños y grandes negocios turísticos (restaurantes, hostales, centros turísticos, etc.)
- Estimula el retorno anual de residentes en el exterior.

El objetivo principal es lograr que se considere a los ecuatorianos residentes en el exterior como clientes importantes y potenciales para el sector turístico y se los incluya en los planes promocionales.

INTRODUCCION

La emigración de ecuatorianos hacia otros países se inició alrededor de los años cincuenta, pero se aceleró notablemente en los últimos años debido al agravamiento de la crisis económica nacional, desde esa época, los ecuatorianos que emigran soñaban con encontrar mejores oportunidades en otros países.

Países como España, Italia, Holanda son los principales destinos en Europa para la migración ecuatoriana, especialmente por las facilidades de ingreso, sin la necesidad de obtener un visado y al sostenido crecimiento de sus economías, el mejoramiento general de las condiciones de vida y la educación de su población, que genera oportunidades de conseguir plazas de trabajo en varias áreas como el servicio doméstico, la construcción, la agricultura, etc.

Estados Unidos siempre ha sido el principal destino para los ecuatorianos que buscan mejorar su situación fuera del país. Aunque en la actualidad las personas eligen cada vez menos a este país, debido exclusivamente al endurecimiento de las leyes estadounidense contra los inmigrantes ilegales y a los obstáculos cada vez mayores para la concesión de visas, especialmente a partir de los ataques terroristas ocurridos el once de septiembre del 2001.

En ese país radican grandes comunidades de ecuatorianos que han triunfado, alcanzado sus metas y formado sus familias. Por esta razón existe un continuo flujo de llegadas desde Estados Unidos hacia el exterior en las que visitan a la familia o supervisan trabajos en los que han invertido desde el exterior, principalmente viviendas a las que vienen a vacacionar.

Canadá, México y Chile, son también destinos para emigrar, especialmente para profesionales o estudiantes que se dirigen a esos países para terminar o especializar sus estudios y con grandes probabilidades de residir en ellos.

Todas estas comunidades de ecuatorianos que residen en el exterior cambian su estilo de vida y adquieren costumbres extranjeras entre ellas las de aprovechar sus vacaciones para desplazarse, conocer lugares nuevos y viajar después de sus temporadas de trabajo. De esta forma al regresar a su

país natal quieren disfrutar del Ecuador que ahora tiene un mejor desarrollo e infraestructura y compartir esta experiencia con sus familiares o amigos.

CONTENIDO

CAPITULO I.- MIGRACION ECUATORIANA A OTROS PAISES

Este capítulo presenta la evolución de la migración de ecuatorianos a través de las últimas décadas, los principales destinos como Estados Unidos, España, Holanda, Italia, Chile, entre otros.

Por medio de encuestas previas al desarrollo de este capítulo, se conoció que los principales motivos de retornos son visitar a la familia, solicitar servicios médicos, especialmente cirugías aprovechando los bajos costos y para realizar trámites legales. Así también se presenta un análisis estadístico de estos movimientos con datos obtenidos en las oficinas de migración y en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Esta situación sociológica que involucra a profesionales y obreros, demuestra que se puede considerar como un mercado turístico sin explotar a los ecuatorianos que residen en el exterior, porque retornan al Ecuador e invierten en él el dinero que han ganado en sus países de residencia actual.

CAPITULO II.- ANALISIS FODA DE ESTE TIPO DE TURISMO

Consideramos este turismo como receptivo para nacionales residentes en el exterior, un turismo de preferencia familiar en el cual, el turista conoce geográficamente el espacio físico pero no ha disfrutado de las atracciones que se han desarrollado en este.

Partiendo del análisis FODA, se presentan estrategias para convertir las amenazas en fortalezas y las debilidades en oportunidades; la mayoría de estas giran entorno a la situación económica y las posibilidades de aprovechar al máximo dentro del sector turístico los retornos de los ecuatorianos. Considerando que el turismo se ha convertido en la cuarta fuente de ingresos del Ecuador, es importante reconocer que la recuperación económica del país solo se puede alcanzar si los sectores económicos trabajan conjuntamente y el gobierno se responsabiliza de manejar las finanzas públicas de manera ordenada y equilibrada.

CAPITULO III.- SECTORES FAVORECIDOS POR EL RETORNO DE ECUATORIANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR

La actividad turística reúne varios sectores y contempla una extensa cadena de productividad, en este capítulo se hace referencia a los beneficios que los prestadores de servicios turísticos pueden recibir mejorando y dirigiendo sus actividades a este grupo.

Los sectores mencionados son los siguientes:

- Hospedaje
- Alimentos y Bebidas
- Atracciones
- Transportes

Los servicios de hospedaje son los menos beneficiados, debido a que la mayoría de los ecuatorianos residentes en el exterior generalmente se alojan en casas de familiares y amigos en sus ciudades natales, pero al desplazarse a otras ciudades utilizan los servicios de hoteles, hosterías, hostales o casas comunales.

Los ecuatorianos residentes en el exterior serán a mediano plazo los futuros turistas y ellos a su vez enseñarán a sus hijos nacidos en el exterior las bondades de los desplazamientos hacia su país de origen,

El sector de alimentos y bebidas es el más beneficiado, ya que los resultados de la encuesta realizada a ecuatorianos residentes en el exterior, demuestran que el principal interés después de visitar a la familia es degustar de platos típicos, con lo cual los restaurantes con estas especialidades serán los preferidos por este grupo.

Existen nuevas modalidades dentro de este sector y es muy importante considerarlas, entre ellas los servicios de comida rápida o los ubicados en los corredores turísticos de traslado porque son en estos que desplazan importantes flujos de turistas para cumplir con sus itinerarios.

Las atracciones turísticas pueden mostrar un Ecuador con actividades diferentes y son los principales cambios que pueden encontrar los ecuatorianos que residen en el exterior.

Los operadores turísticos son los privilegiados en esta área porque la demanda los obliga a organizarse y a planificar paquetes y programas en los que pueden vender los diferentes atractivos del Ecuador.

Los servicios de transporte, necesitan ser innovados para brindar un mejor servicio, ya que este es fundamental dentro de la cadena de los servicios turísticos, especialmente para unir los puntos de interés turístico entre las regiones.

En este sub-capítulo, se presenta la evolución de los diferentes medios de transportes relacionados con el turismo en el Ecuador.

CAPITULO IV.- IMPLEMENTACION DE UN PLAN DE MARKETING

Este capítulo presenta la propuesta de esta tesis para ser desarrollada dentro del turismo ecuatoriano. Después de un estudio de mercado y de la situación del turismo receptivo del país, se sugieren estrategias de promoción para poder llegar a los ecuatorianos que residen en el exterior.

La misión que se persigue es convertir al ecuatoriano residente en el exterior y a sus familiares, en turistas potenciales, así como también, planear, crear y situar estrategias de promoción efectivas para dar a conocer este tipo de turismo.

Con el tiempo se espera expandir este tipo de turismo dirigido a los ecuatorianos residentes en el exterior y convertirlos en importantes promotores turísticos del Ecuador en sus países de residencia.

Las estrategias están dirigidas a tres grupos:

- Embajadas y Consulados en el exterior.
- Publicidad local a través de los medios que llegan a grandes masas.
- Operadores y Agencias de viajes.

Son los diferentes medios a través de los cuales se pretende llegar a los futuros turistas.

Adicional al plan de marketing, también se hace referencia al Ecuador como un producto turístico, para lo cual se sugieren siete rutas dentro de las regiones del país. Cada una de ellas comprende diferentes atractivos dirigido a diversos grupos.

CONCLUSIONES

A pesar que el movimiento migratorio masivo en los últimos años tiene consecuencias negativas, considerando la fuga de mano de obra e intelectual a otros países, se puede sacar un mayor provecho en el momento que regresan de vacaciones e inviertan su dinero ganado en el exterior en viajes, comidas y diversión con sus familiares que aún residen en el Ecuador.

Todo aquello antes mencionado ocurre en la actualidad, desde que la emigración empezó, en la medida que los frutos del trabajo en el exterior se fueron dando, los ecuatorianos regresan a su país, a buscar lo que no tienen en sus lugares de residencia, su familia y los recuerdos de una vida que llevaron.

Orientar a los Representantes del Turismo, a quienes laboran en él y especialmente a los futuros profesionales hacia una nueva modalidad del turismo receptivo y demostrar el gran potencial de este mercado.

Con la presente tesis no pretende destacar un nuevo producto sino un nuevo mercado con turistas potenciales que regresan al Ecuador frecuentemente. Estos nuevos turistas son atraídos por asuntos familiares, pero aún así gastan el dinero destinado para sus vacaciones en el Ecuador.

REFERENCIAS

1. B. Arcos y A. Tabarez, “Estrategias de promoción turística del Ecuador a ecuatorianos residentes en el exterior” (Tesis, Facultad de Ingeniería Marítima y Ciencias del Mar, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2002)
2. F. Cárdenas Tabares, Mercadotecnia y productividad turísticas (México, Trillas) 1991, 73p.
3. F. Cárdenas Tabares, Comercialización del Turismo, Determinación y análisis de mercados (3era edición. México, Trillas 1991) 114 p

4. F. Cárdenas Tabares, La segmentación del Mercado Turístico, Comercialización y venta (México, Trillas 1991) 114 p
5. F. Cárdenas Tabares, Producto Turístico, Aplicación de la Estadística y del Muestreo para su diseño (2da Edición México 1991) 13 – 28 p
6. F. Cárdenas Tabares, Proyectos Turísticos, Localización e inversión (México, Trillas, 1991) 23 – 31 p
7. M. Nogueira Cobra y F. Zwarg, Marketing de Servicios, Conceptos y Estrategias. (McGraw-Hill, 1991) 279 p

