



Proyecto de evaluación sobre un plan de operaciones e información turística de la Ruta del Sol desde una plataforma virtual en la Provincia de Santa Elena

Douglas Alberto Dillon Pazmiño ⁽¹⁾
Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas- EDCOM ⁽¹⁾
Escuela Superior Politécnica del Litoral ^{(1) (2) (3)}
Calle Virgilio Drouet y Av. Guayaquil, Santa Elena, Ecuador ⁽¹⁾
Kennedy Norte Mz. A V. 31, 90112, Guayaquil, Ecuador ⁽²⁾
Campus Gustavo Galindo Km. 30.5 Vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador ⁽³⁾
douglas_dillon@hotmail.com ⁽¹⁾ jlombe@espol.edu.ec ⁽³⁾ MAE Jorge Lombeida ⁽³⁾

Resumen

En el presente proyecto desarrollaremos un estudio de mercado, enfocado en la faja costera comprendida entre la Península y el Parque Nacional Machalilla también conocida como la Ruta del Sol, la cual por sus características geográficas se complementa entre sí, para posteriormente una vez identificado la problemática y vacíos en los flujos de información y comercialización del destino, entrar a aplicar las herramientas que nos brinda la tecnología actual, en especial los principios básicos del comercio electrónico aplicables al campo del turismo, para de esta forma y utilizando el esquema de instituciones relacionadas ya existentes mejorar la gestión interna del destino.

Adicional a desarrollar un sistema de comunicación efectiva, se elabora un manual de políticas junto con un cronograma que será de utilidad en el campo administrativo, en el manejo de comunicaciones, en la determinación de flujos turísticos, los cuales son elementos importantes en la planificación de un destino turístico, todo esto tomando en cuenta las bases para un desarrollo sostenible de la región.

Palabras Claves: turismo, península de santa elena, ruta del sol, comercio electrónico, sostenible, carga turística, montanita, salinas, machalilla, administración, planificación, viabilidad

Abstract

In the present Project we will develop a marketing study, located in the coastal area between Salinas and National Park Machalilla, also known as the Route of the sun, which because of its geographical characteristics complement with each other, once we found the problems and information leaks related to the marketing of the destiny, we will apply the basic principles of e commerce, so the burocratic system will be optimize, improving the management of the destiny.

Besides developing an effective system of communication, we will design a manual of politics and general schedule that will be useful tools in the management field, in the communication field, and in the forecasting of touristic flow, which are important elements in the touristic planning, all this will be done taking in consideration the sustainable development of the region.

Key Words: tourism, peninsula de Santa Elena, route of the sun, e commerce, sustainable, touristic load, montanita, salinas, machalilla, management, planning, viability



1. Título

Proyecto de Evaluación sobre un Plan de Operaciones e Información Turística de la Ruta del Sol desde una Plataforma Virtual en la Provincia de Santa Elena.

2. Definición del Tema

Desarrollaremos un estudio cualitativo basado mayoritariamente en cientos de observaciones y registros de campo, para posteriormente una vez identificado los vacíos en los flujos de información y tendencias de mercado, aplicar las herramientas que nos brinda la tecnología, en este caso aplicando los principios básicos del comercio electrónico concernientes al campo del turismo, para de esta forma mejorar la gestión interna administrativa del destino turístico.

3. Planteamiento del problema

Usando una analogía, cuando vertemos un balde de agua en la tierra sin surcos esta se desparrama de forma desordenada sin necesariamente llegar gran parte de esta a los árboles que debía llegar, de la misma manera el turismo se basa en el movimiento ordenado del flujo de pasajeros hacia los diferentes actores que conforman este campo como son: Destino Turístico, Restaurantes, Sitios de hospedaje, Operadores de turismo, Guías, Embarcaciones marinas de paseo y Observación de Ballenas, Transportistas y demás, en este caso los surcos o canalizadores son los mapas de información, señalética vial, guías capacitados y demás ayudas al turista que canalizan de forma adecuada al pasajero.

Sin embargo en la zona del corredor turístico comprendido entre Salinas y Puerto López también conocido como el clúster Ruta del Sol, definiendo como clúster un sector geográfico donde existen características y servicios complementarios entre sí, se da un flujo de turistas ineficiente provocado por las siguientes causas:

Falta de coordinación y comunicación entre las autoridades a nivel local y nacional, lo que provoca paralelismo de esfuerzo y una utilización no óptima de los recursos con que cada una cuenta como son: tiempo, dinero y personal.

Falta de coordinación y comunicación entre los actores que conforman el campo turístico, esto ocasiona que el turista no cuente con todas las facilidades existentes, esto muchas veces es ocasionado por una visión pobre del empresario turístico que busca acaparar al pasajero el mayor

tiempo posible y para lograrlo no le brinda ningún tipo de información adicional.

No hay un sistema de información oportuna y confiable tanto hacia adentro como hacia afuera, por ejemplo: Hacia adentro como se mencionó anteriormente entre instituciones o actores turísticos sobre las diversas necesidades; y hacia afuera para el turista tanto a nivel nacional como internacional, por ejemplo: hoy en día con el avance de la tecnología el turista envía un email y espera que su consulta sea resuelta lo más pronto posible, tal vez en unos 15 minutos pero ya no de un día para el otro, lo que hace necesario contar con una plataforma de tecnología y recurso humano capaz de estar al nivel de las necesidades del mercado.

Todo lo aquí mencionado provoca que el mercado no sea aprovechado en toda su magnitud, así tenemos como ejemplo: Las caravanas del turista que nos visita de la sierra que muchas veces, después de estar varios días, no ha visitado muchos sitios de interés por falta de información oportuna, de la misma forma para el visitante se hace una experiencia no tan agradable al sentir que no ha gozado todas las ventajas del destino por la cual ha gastado su dinero y tiempo de ocio.

Otra de las consecuencias de este manejo de información es que tengamos un movimiento pobre de turistas a lo largo del año, y que el mismo se haya concentrado en unos pocos meses del año que son los conocidos como la temporada de costa, ya que la mayoría piensa que el resto del año no están operativos los destinos.

Además la falta de información de otros destinos turísticos dentro del mismo corredor conduce a una concentración masiva en pocas locaciones provocando muchas veces que colapse el sistema de servicios como son: Ballenita, Salinas, Montañita y Puerto López.

4. Justificación

Una vez identificado la problemática también podemos ver las oportunidades que esta presenta como es la prestación de un servicio que llene el vacío encontrado y que canalice el flujo de información entre los diferentes actores locales y nacionales en el cual nos enfocaremos durante el desarrollo de este proyecto ya que tomaremos como base el castellano y eventualmente hacia los contactos internacionales en el momento que entremos con otros idiomas.

Uno de los mayores beneficiados de este proyecto sería la comunidad en general ya que el turismo tiene una particularidad como dice el dicho: "Turismo es como cuando llueve, esta moja a todos", no solo a algunos, así tenemos como ejemplo: al moverse y ser



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



aprovechado de mejor manera el mercado que nos visita, deja más divisas al hotel, este a su vez mueve los negocios de alimentos, estos a su vez compran mas a los vendedores de suministros como: pescado, frutas y verduras; además de requerir mas mantenimiento para las instalaciones por mano de obra calificada como: Artesanos, carpinteros, gasfiteros, albañiles y demás.

Otro de los mayores beneficiados con este plan es la cadena de comercialización integrada por los Hoteles, restaurants, Operadores de turismo y demás, ya que el mercado se mueve de una forma continua y ordenada, además de ser fácilmente predecible una vez que se tienen determinadas todas las variables.

Al identificar la problemática y desglosar todas sus variables nos permite ver de forma más clara donde aplicar los mayores esfuerzos, esta evaluación es de forma cualitativa basándose en entrevistas a las personas directamente relacionadas con los diferentes temas aquí tratados, para poder tener una imagen más real de la situación y no solo un enfoque teórico de difícil aplicación.

5. Beneficios del Proyecto

Son varios los beneficios de este proyecto, los que podrían ser resumidos en:

Distribución racional del flujo turístico a lo largo de todo el corredor turístico, provocando un desarrollo sostenible del mismo, esto hace que los turistas no se queden en unas pocas locaciones sino que busquen diferentes alternativas, colocando una carga de turismo más manejable en cada sitio.

Distribución a lo largo del tiempo, esto hace que con una adecuada política de comunicación se mantenga el interés del mercado por el destino, mostrando las diferentes actividades que se pueden ejecutar durante todos los meses del año.

Como proyección social del proyecto, está en formar una conciencia de integración pero ya no del tipo discurso y solo de papel sino que real, donde los lazos o network como se lo conocen en otras latitudes tenga una aplicación del día a día, y que realmente beneficie a la cadena productiva, de tal forma que el ciudadano común pueda sentir los beneficios del proyecto.

Si bien el tema aquí tratado estará la mayor parte involucrado dentro del campo turístico es necesario la asistencia de otras ciencias para que el mismo no sea monotemático y este enfocado de manera integral, así tenemos el campo de medio ambiente ya que se trata de nuestra materia prima la naturaleza, en esta parte respaldados por técnicos en Observación de Aves, Mamíferos marinos como son las Ballenas y delfines,

del campo de la Arqueología por ser nuestra zona rica en este recurso, del campo de la sicología porque tratamos con personas y diferentes perfiles de comportamiento como luego podremos ver desglosado, del campo obviamente turístico para poder determinar las fuerzas que inciden en este sector, del campo comunitario ya que son el motor de todo este engranaje, del campo de la climatología por estar en medio de ella, en el campo costero por ser nuestro sector de especialización y otras áreas las que de una forma u otra se inter relacionan.

6. Marco teórico o marco referencial

Sobre el contexto mundial, el sector en que estaremos trabajando tiene tres destinos plenamente posicionados a nivel internacional, los mismos que son:

Salinas como destino de pesca y los eventos internacionales como el tenis, además de sus facilidades para cruceros de yates privados.

El de Montañita por estar dentro de los circuitos internacionales de Surf y de peregrinación de descanso de extranjeros en especial Europeos y también algunos mercados sudamericanos como Chile y Argentina, cabe mencionar que este interactúa mucho con el flujo de visitantes que también llegan a Máncora- Perú y Baños de Ambato.

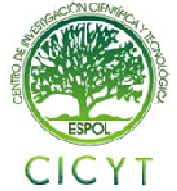
Al final por orden geográfico mas no por importancia y plenamente posicionado a nivel internacional dentro del sector nuestro de trabajo está Puerto López, dentro de la provincia de Manabí, el cual se lo utiliza como centro de partida para todos los recursos que ofrece el hermoso Parque Nacional Machalilla, entre los cuales se destacan los sitios de interés como: la visita a la Isla de la Plata, La Caminata de los Frailes y la Caminata por el sendero de naturaleza y arqueológico de Agua Blanca.

Sobre el contexto nacional, el destino ruta del sol se encuentra plenamente posicionado en la cadena de comercialización, es decir dentro de los circuitos técnicos como guías, operadores de turismo y demás eslabones encargados de la promoción y comercialización del producto.

Como mercados emisores nacionales podríamos citar a los dos más importantes que son: Guayaquil y Quito, siendo el primero por su cercanía el de mayor influencia, en especial por ser el primer destino de descanso y relax para una ciudad tan atareada como lo es Guayaquil; luego tenemos a Quito que si bien no mueve todo el volumen de flujo turístico que provoca Guayaquil es la que mas interactúa dentro del sector turístico formal por medio de las operadoras de turismo.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



Ahora bien retomando el título del proyecto aquí desarrollado el cual es Plan de operaciones e información turística de la Ruta del Sol con una plataforma virtual, tal como su nombre lo indica busca llenar un vacío importante que es la falta de información oportuna para que el turista pueda tomar una decisión, después de ser inteligenciado adecuadamente, además de montar un sistema de coordinación adecuada en los actores participantes del destino para que la gestión desarrollada sea lo más eficientemente posible.

El vacío que busca llenar este proyecto no ha sido realmente enfocado por ninguna iniciativa anterior ya sea por parte de la empresa privada o entidades públicas, y como muestra cabe mencionar que antes de este proyecto existía solo una temporada corta de turistas y que los mismos se concentraban en unos pocos destinos.

Al primer problema por el cual los pasajeros se concentraban solo en los meses de Enero a Abril y luego caía de forma rotunda es encarado con el objetivo de buscar un flujo a lo largo de todo el año, como mostrando al visitante todas las alternativas con las que cuenta fuera de los meses de Enero a Abril.

Luego tenemos la problemática de que el turista se concentraba solo en dos o tres locaciones como eran Salinas y Montañita, esto también es encarado cuando se promociona otras alternativas de puntos geográficos intermedios que también cuentan con hermosas playas y paisajes, provocando de esta forma lo que conocemos como un flujo de bajo impacto al evitar las concentraciones masivas que lo único que causan es colapso de los servicios y una mala experiencia al turista.

Debido a que este proyecto ya está en una fase bastante madura podemos determinar que hemos logrado un gran porcentaje de cambio de percepción, pero aun nos falta mucho por desarrollar y muchos prejuicios por cambiar, lo que esperamos al finalizar el mismo es llegar a una casi totalidad de la población para así y de forma gradual ir incrementando el nivel de realización de todos los objetivos aquí definidos; cabe indicar que todo cambio de comportamiento de mercado es progresivo y no puede ser inmediato, por lo que si bien podemos citar algunos objetivos inmediatos las mayoría si tomará un tiempo, en especial con los relacionados al cambio de percepción de parte del mercado.

7. Objetivo general

El objetivo general de este trabajo es desarrollar un sistema de comunicación efectivo, junto con un manual de políticas referente a los administrativo y comunicacional ágil y sencillo, para permitir ser usada

como herramienta para el sector turístico involucrado comprendido desde Salinas hasta Puerto López, lo que se conoce como la Ruta del Sol.

7.1 Objetivos específicos

- 7.1. Crear las bases de datos de destinatarios por sector
- 7.2. Mejorar la información disponible en el portal
- 7.3. Mejorar el flujo de comunicación entre actores internos Negocio a Negocio y Negocio a Cliente
- 7.4. Establecer un manual administrativo y comunicacional como estrategia de marketing
- 7.5. Identificar el monto de inversión necesaria, los respectivos ingresos con sus costos, para analizar la factibilidad financiera del proyecto

8. Metodología

8.1. Crear las bases de datos de destinatarios por sector

Por medio de un trabajo de campo de puerta a puerta se obtendrá los datos básicos de toda la cadena Hotelera, Operadores de turismo, Guías que trabajen en la zona en estudio, Puntos de interés, procurando dar énfasis en la obtención de los correos electrónicos para de esta forma tener un canal rápido y económico de comunicación, ya que la zona en estudio es bastante extensa con casi 140 Km de extensión.

En nuestro caso la muestra será la población total por tratarse de un área geográfica definida.

8.2. Mejorar la información disponible en el portal

Una vez desarrollado los inventarios procederemos a dividirla por sector y sintetizar la información para colocarla en el portal, con el fin de que la misma sea de fácil entendimiento, sin colocar demasiada información técnica que pueda confundir al pasajero, eso sin descuidar que para aquellos turistas especializados siempre estará disponible la base de contactos de especialistas en el caso de que desee profundizar la información.

El contenido del portal será con dos objetivos: El diseñado para el cliente o turista potencial y para el negocio o gremio turístico.

La diferencia está dada en que el diseñado para el turista será de fácil entendimiento y no abordará temas técnicos.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA



El enfocado hacia el negocio o gremio turístico tendrá mucha más terminología técnica y poseerá como objetivo informar al sector sobre las novedades y avances en nuestro campo.

8.3. Mejorar el flujo de comunicación entre actores internos Negocio a Negocio

Por medio de la concientización a los empresarios sobre la importancia del uso del comercio electrónico y de los canales de comunicación que esta ofrece, además de una política de envío de boletines con información relevante con el fin de que despierte interés por estos canales.

8.3.1. Mejorar el flujo de comunicación entre actores externos Negocio a Cliente

Una a vez cumplido el objetivo anterior cumplir será más fácil, ya que hoy en día el mercado usa los canales del internet como medio de comunicación frecuente, de la misma manera se diseñará una política de comunicación de tal forma que mantenga el interés de los pasajeros no solo enfocado a los meses de turismo tradicional si no que al resto del año.

En este caso la muestra es casi infinita como son los límites del mercado, pero se aplicará una prioridad por cercanía de mercado geográfico para la creación de bases de datos.

8.4. Establecer un manual administrativo y comunicacional como estrategia de marketing

Por medio de la investigación de feriados fijos y movibles, calendario de vacaciones de los diferentes mercados emisores, y demás acontecimientos o variables que afecten el flujo turístico, desarrollar un cronograma anual dividido de forma mensual, donde se pueda ver de forma clara como estos factores interactúan entre sí de forma transversal, esto es para que el administrador de un negocio pueda tomar las decisiones más acertadas en base a datos reales.

8.5. Elaborar el portafolio de servicios del portal

Con el fin de mantener viable desde el punto de vista económico, se creará una lista de productos referentes al portal como espacios de publicidad, vínculos y otros servicios más, con el fin de cubra los gastos generados por el mismo.

9. Resultados esperados

- 9.1. Contar con bases de datos del sector empresarial Hotelero
- 9.2. Contar con listas de distribución masiva autorizadas, vía correo electrónico, de las Operadoras de turismo a nivel nacional, de guías, de hoteles.
- 9.3. Portal del proyecto www.rutadelsol.com.ec con información actualizada y necesaria tanto para el cliente como para los negocios.
- 9.4. Manual de Políticas de envíos de comunicación entre Negocio a Negocio y Negocio a Cliente
- 9.5. Manual de Políticas para el desarrollo de la empatía basado en el perfil de cada tipo de turista en base a su procedencia y edad.
- 9.6. Contar con portafolio de servicios del portal
- 9.7. Estudio de factibilidad económica elaborada
- 9.8. Manual de Variables para la predicción del flujo turístico

10. Referencias

- [1] The Boston Consulting Group
<http://www.bcg.com/>
- [2] Introducción al diagrama de GANTT
- [3] <http://es.kioskea.net/contents/projet/gantt.php>
3
- [4] Estadísticas del Consejo Provincial del Guayas, Registros técnicos
- [5] Registros de la Cámara de Turismo Santa Elena