ESTRATEGIAS ELECTRÓNICAS DEL MARKETING PARA EL DESARROLLO TURISTICO DE LA RUTA DEL SOL

Carlos Arboleda Enriquez[1] , Luis Solis Granda[2] , Oscar Mendoza Macias[3]

[1]Ingeniero Comercial y Empresarial, Especialización Sistemas de Información Gerencial 2004

[2]Ingeniero Comercial y Empresarial, Especialización Sistemas de Información Gerencial 2004

[3]Director De Proyecto, Ingeniero Eléctrico Especialidad Electrónica, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1996, Maestría en Calidad Total, ESPAE, 2000, Maestría en Docencia, ICHE, 2003, Profesor de la ESPOL desde 1997.

RESUMEN

El Ecuador en la actualidad cuenta con una diversidad de sitios turísticos en la zona costera, el estudiado en este proyecto es la Ruta del Sol, que es una trayecto que le permite al turista conocer desde Santa Elena (Prov. Guayas) hasta Puerto Cayo (Prov. Manabí) admirables playas, bellos lugares y excelentes puntos de servicios. Por contar con las cualidades antes descritas, se

convierte en un potencial recurso turístico, donde se pueden desarrollar estrategias que permitan la explotación de los nichos de mercado ubicados en está.

Las estrategias ha utilizarse en este estudio son las electrónicas de marketing, por tener un alcance a nivel mundial; millones de personas diariamente acceden a Internet por varias razones, de las cuales una es la investigación de sitios donde pasar sus vacaciones, días festivos, etc., es por ello que bien promocionada la Ruta del Sol a través de la red con estas técnicas podría tener un auge económico en sus diferentes puntos, que a su vez permita su respectivo progreso.

El trabajo ha realizarse es un sitio Web donde el turista con solo hacer un clic, pueda obtener información que le permita tomar decisiones en base a sus gustos, preferencias y presupuesto al momento de seleccionar un lugar ideal donde pasar su estadía.

INTRODUCCION

El Ecuador es un país rico en lugares turísticos, esto se debe a las cuatro regiones naturales: Costa, Sierra, Oriente e Insular, en donde podemos encontrar una gran variedad de hermosos paisajes. Ecuador presenta una gran trayectoria de costumbres étnicas y posee una potencial industria ecológica que nos generaría riqueza.

Todos estos sitios atractivos que tiene nuestro país para visitar, se encuentran promocionados, en su mayor parte, por agencias de viajes y turismo o por el Ministerio de Turismo del Ecuador utilizando métodos como revistas, manuales, paginas Web de los lugares mas atractivos, en los cuales, se puede apreciar croquis y fotos. Sin embargo, esto es algo estático que no incentiva al turista a visitar estos lugares, debido a que queda plasmado en una fotografía o un largo texto, que su vez puede aburrir al interesado, convirtiéndose en un problema, porque los turistas consumen tiempo al invertirlos leyendo o viendo tales folletos y no obteniendo la información por base de consultas predeterminadas utilizadas más comúnmente por los turistas.

CONTENIDO

La Ruta del Sol es un trayecto que comienza desde Santa Elena (Prov. Del Guayas) con dirección a Ballenita y termina en Puerto

Cayo (Prov. de Manabí), a través de la misma se encuentran las siguientes playas ordenadas por orden sur – norte: San Pablo, Monte Verde, Palmar, Manglaralto, Montañita, Olón (muy cerca de Montañita), Ayangue (Prov. De Manabí), Puerto Rico, Alandaúz, Piqueros, Salando, Puerto López, Playa de los Frailes y finalmente Puerto Cayo, todos estos puntos proporcionan al turista ricas comidas, hospedajes, ambientes agradables y bellísimos paisajes. Como estos sitios en la actualidad no tienen un buen programa o plan de marketing, se ha encontrado el nicho de mercado ideal para la implementación de una estrategia electrónica que les permita difundir su publicidad en un medio económico y de gran alcance.

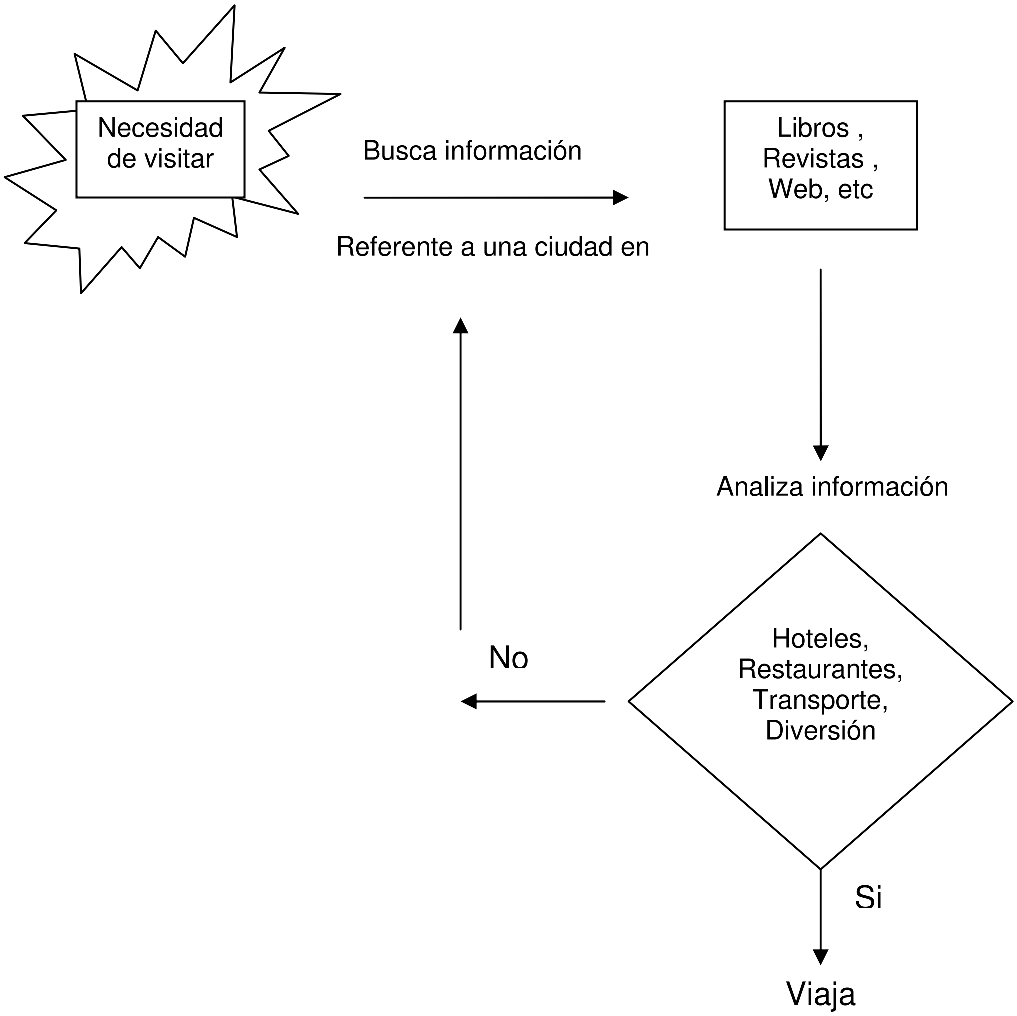
Según nuestro estudio realizado, se ha determinado que son 4 áreas a las que estaría orientada en un principio la estrategia por ser las más importantes, a continuación se detalla la segmentación:

- Hoteles
- Restaurantes
- Transporte
- Diversión

Esta segmentación está basada en las principales necesidades que tiene el turista, por ejemplo si alguien desea visitar Quito por algunos días, primero revisará precios de hoteles, comidas, transporte y centros de diversión como discotecas.

A continuación se detalla el diagrama de flujo que sigue un turista al momento de seleccionar un lugar para pasar sus vacaciones:

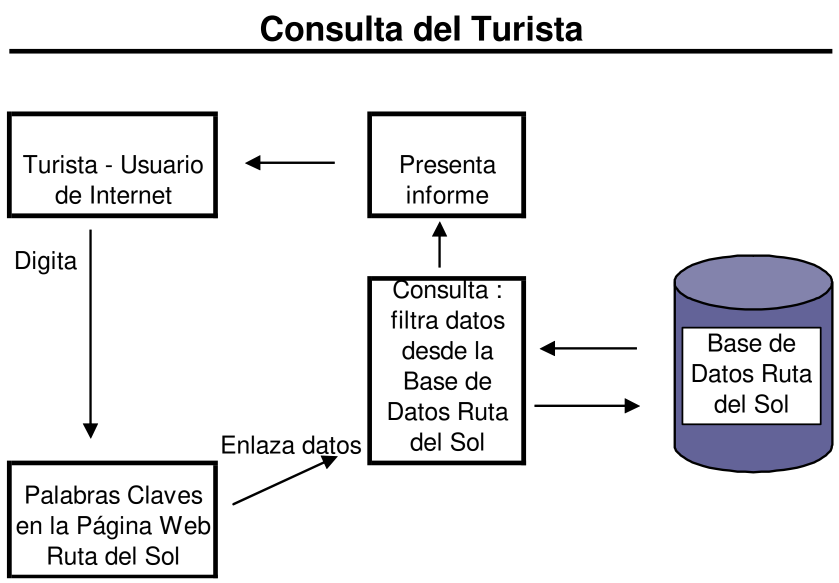
Gráfico 1



Como se puede ver en el **gráfico 1** el turista debe de analizar una información que puede estar plasmada en largos textos, y que tal vez este a su vez por algún motivo no encuentre la información y regrese nuevamente al punto de partida. Entonces lo que se pretende con esta estrategia es reducir la probabilidad de que este evento ocurra al momento de la selección del lugar, basadas en las consultas predeterminadas, orientadas a satisfacer la necesidad de información de las cuatro áreas importantes para el turista.

Este tipo de estrategia se lo va ha realizar por medio de Internet en un sitio Web, el cual enlace datos a partir de una Base de Datos donde se encuentren los registros de los ofertantes de la Ruta del Sol, a continuación se presenta el **gráfico 2** donde se detalla el ciclo de la consulta.

Gráfico 2



Cómo esto es una estrategia de marketing a través del Internet, el objetivo de fondo es el incremento de las ventas de los adquirientes de esta técnica y a la vez un negocio para el que la proporciona, es por ello que se analiza la rentabilidad del proyecto llegando a obtener un VAN positivo. $ 650.37 y con una TIR de 19% durante cuatro años, considerando rubros mínimos de ingresos y los más altos que se podrían dar en los egresos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En base de todo el proceso investigativo que realizamos y a los diferentes resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas, hemos llegado a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES

El proyecto presenta dos fuentes de ingresos, los cuales se definen de la siguiente manera:

1. Ingreso por aportaciones de empresas turísticas (mensual)
2. Ingreso por auspicios de diferentes empresas importantes del país.
3. El proyecto es viable en función a tres factores, los cuales son:
    - Capital requerido

- Tecnología utilizada
- Personal contratado

Estos factores, permitirán establecer y mantener la comunidad virtual que la pagina Web necesita para su funcionamiento.

4. El proyecto tendrá una infraestructura física y virtual que le permitirá un desarrollo eficiente, y a su vez garantizar al usuario de la pagina Web un fácil acceso a los servicios.

5. El proyecto presenta dos tipos de seguridades:

- Interna
- Externa

En lo referente a la seguridad interna, esta se basa en función de los software adquiridos, tipos de redes que se manejan, base de datos y el personal encargado de su control.

Y a la seguridad externa, esta será garantizada por el servicio de Webhosting contratado y los certificados adquiridos.

6. El usuario de la pagina Web podrá recibir información sobre los diferentes planes turísticos puesto por las diferentes empresas turísticas socias al proyecto, lo cual le permitirá desarrollar un buen criterio para tomar decisiones sobre los lugares de la Ruta del Sol que desea visitar. La adquisición de todo este conjunto de

información se realizara a través de las consultas virtuales que realice.

7. El análisis financiero del proyecto se realizo con base a una estructura de financiamiento del 84% a través de los posibles inversionistas del proyecto y el 16% a través de un crédito comercial.

8. El proyecto es rentable considerando las fuentes y rubros de gasto definidos, con un VAN positivo de $ 650.37 y con una TIR de 19%.

RECOMENDACIONES

1. Mantener un control diario de las seguridades de la pagina Web.

2. Optimizar y mantener las alianzas estratégicas para mayor difusión de la pagina Web.

3. Monitorear diariamente los cambios tecnológicos que sucedieran para de esta manera hacer uso de su ventajas y aplicarla al servicio brindado.

4. Buscar un mecanismo para atraer mas empresas turísticas, para que de esta manera se incremente los ingresos.

5. De entrar en vigencia leyes que afecten la viabilidad del proyecto, se deberá aprovechar las ventajas y analizar las desventajas para de esta manera tomar medidas cautelosas que permitan el funcionamiento de la pagina Web.

REFERENCIAS

a) Proyecto:

1. C. Arboleda – L. Solis "Estrategias electrónicas para el desarrollo turístico de la Ruta del Sol" (Proyecto, Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral)

b) Referencias de Internet:

2. Ecuaventura, 2 de Febrero del 2003, Turismo, www.ecuaventura.com