

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA
PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA RECREACIÓN Y APROVECHAMIENTO
DEL TIEMPO LIBRE A TRAVÉS DEL ECOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE
MOCOA**

Estudiantes

**EDWIN FERNEY MITICANOY GOMEZ
LEYDI ALEXANDRA BOLAÑOS MUÑOZ**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL PUTUMAYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CIENCIAS CONTABLES
TECNOLOGIA EN GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA BIODIVERSIDAD Y DEL
BIOCOMERCIO
MOCOA
2016**

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA DETERMINAR LA VIABILIDAD DE LA
PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA RECREACIÓN Y APROVECHAMIENTO
DEL TIEMPO LIBRE A TRAVÉS DEL ECOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE
MOCOA**

**Trabajo de Grado para optar por el título de Tecnólogo en Gestión Sostenible de la
Biodiversidad y el Biocomercio**

Estudiantes

**EDWIN FERNEY MITICANOY GOMEZ
LEYDI ALEXANDRA BOLAÑOS MUÑOZ**

Asesor

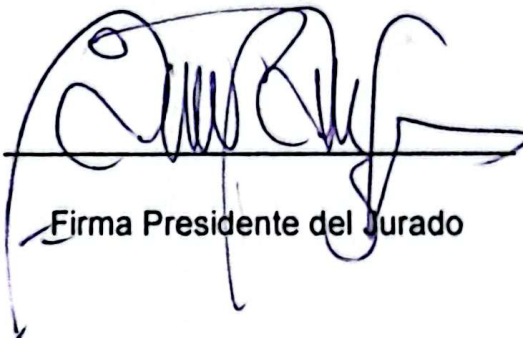
**OSCAR ANDRES MUÑOZ BURGOS
Esp. En Gestión y Evaluación de Proyectos**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL PUTUMAYO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CIENCIAS CONTABLES
TECNOLOGIA EN GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA BIODIVERSIDAD Y DEL
BIOCOMERCIO**

MOCOA

2016

Nota de Aceptación



Firma Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Mocoa, 11 de junio de 2016

NOTA: "Los conceptos, afirmaciones y opiniones contenidas en el presente trabajo son responsabilidad única y exclusiva de sus autores, y no comprometen al Instituto Tecnológico del Putumayo" CIECYT.

DEDICATORIA

Este trabajo es dedicado a Dios, el motor y fuente de nuestra vida, por su maravillosa creación y por darnos el privilegio de hacer uso de los recursos naturales que nos rodean, pero de una manera responsable e inteligente para preservarlos a nuestras generaciones.

AGRADECIMIENTOS

A nuestros padres por todo el apoyo económico y emocional que nos han brindado durante todas las etapas de nuestra vida, en especial la etapa universitaria.

A nuestra rectora Marisol González Ossa, por ser la promotora del Programa de Biocomercio en el cual hemos encontrado herramientas útiles no sólo para nuestro desarrollo profesional sino también para el desarrollo social y económico de nuestro Departamento.

A nuestro asesor de grado, Andrés Muñoz, por todo el tiempo y enseñanzas prácticas brindadas durante este proceso de nuestro trabajo de grado.

A cada uno de los docentes y amigos que nos motivaron e instruyeron en el desarrollo de este trabajo.

Alexandra y Edwin

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. TÍTULO	11
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	14
1.4 OBJETIVOS	17
1.4.1 General	17
1.4.2 Específicos	17
1.5 MARCO REFERENCIAL.....	17
1.5.1 Marco teórico.....	17
1.5.2 Marco legal	19
1.6 METODOLOGIA.....	22
1.6.1 Tipo de Investigación	22
1.6.2 Diseño metodológico.....	23
1.6.3 Población y Muestra.....	23
1.6.4 Instrumento.....	24
2 RESULTADOS	25
2.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	25
2.1.1 Diagnóstico de mercado	25
2.1.1.1 <i>Análisis de la demanda</i>	25
2.1.2 Comportamiento de compra del cliente	27
2.1.2.1 <i>Gustos y preferencias frente al producto</i>	27
2.1.2.2 <i>Intención de compra.</i>	29
2.1.2.3 <i>Comportamiento frente al precio.</i>	30
2.1.2.4 <i>Medios de comunicación frecuentados</i>	30
2.1.2.5 <i>Sitios que frecuenta para adquirir el producto</i>	30
2.1.3 Análisis de la oferta.....	31
2.1.3.1 <i>Análisis de la participación en el mercado</i>	31
2.1.3.2 <i>Análisis de la empresa del proyecto frente a las variables de</i> <i>mercadeo</i>	33
2.1.3.3 <i>Análisis de la competencia frente a las variables de mercadeo</i>	36
2.1.3.4 <i>..Análisis comparativo de la empresa del proyecto Vs la competencia</i>	36

2.1.4 Análisis del mercado proveedor	38
2.1.4.1 <i>Tipo de mercado</i>	38
2.1.4.2 <i>Localización geográfica de los proveedores</i>	39
2.1.4.3 <i>Disponibilidad, abastecimiento y fluctuación de precio de los insumos</i>	39
2.2 PLAN DE MERCADEO	39
2.2.1 Plan de producto.	40
2.2.1.1 <i>Objetivos, metas del producto o servicio</i>	40
2.2.1.2 <i>Estrategias de producto</i>	40
2.2.2 Plan de precio.	45
2.2.2.1 <i>Objetivos, metas de precio</i>	45
2.2.2.2 <i>Estrategias de precio</i>	45
2.2.3 Plan de Promoción	46
2.2.3.1 <i>Objetivos, metas de Promoción</i>	46
.....	46
2.2.3.2 <i>Estrategias de Promoción</i>	46
2.2.4 Plan de Distribución	48
2.2.4.1 <i>Objetivos y metas de Distribución</i>	48
2.2.4.2 <i>Estrategias de Distribución</i>	48
CONCLUSIONES	49
RECOMENDACIONES	50
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo 1. Árbol de Problemas.....	52
Anexo 2. Árbol de Objetivos.....	53

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Gustos y preferencias frente al producto.....	27
Gráfica 2. Intención de compra	29
Gráfica 3. Análisis de precios	34

1. TÍTULO

Investigación de mercados para determinar la viabilidad de la prestación de servicios para la recreación y aprovechamiento del tiempo libre a través del ecoturismo en el municipio de Mocoa.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es viable ofrecer el servicio de espacios de calidad para la recreación y aprovechamiento del tiempo libre en actividades de Ecoturismo en el Municipio de Mocoa?

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los atractivos turísticos en el municipio de Mocoa son una fuerte e innovadora forma de desarrollo ambiental, social y económico; pero la forma en la que se han venido desempeñando las actividades dentro de estos espacios no ha sido muy apropiada, ya que poseen problemas en su estructura y oferta de servicios turísticos no satisfaciendo las expectativas de los visitantes; esta clase de errores se han venido dando desde hace mucho tiempo y aún no se ha logrado establecer una mejora en la productividad y competitividad de los destinos turísticos que posee en el municipio, lo cual ha implicado caer en un desconocimiento sobre las estrategias que permitan fortalecer los servicios a través de un buen nivel organizacional y estructural de los espacios.

En la actualidad toda empresa u organización debe formarse para satisfacer las necesidades básicas y estar dispuestas a sobrepasar las expectativas de los beneficiarios, es por eso que la oferta de servicios deberá diseñar productos

turísticos personales y técnicos para el municipio de Mocoa con principios de sostenibilidad y desarrollo, debe mejorar en cuanto a obras nuevas e infraestructura para brindar servicios más amplios y con una capacidad mayor para una mayor satisfacción del cliente.

Actualmente en Mocoa existe "poca oferta de espacios de calidad para la recreación y aprovechamiento del tiempo libre en actividades de ecoturismo", esta situación se ha presentado en primera instancia por la falta de apoyo institucional, en el municipio no se cuenta con un plan de desarrollo de turismo, lo cual, ha dificultado la acción de iniciar la prestación de este tipo de servicios por la falta de compromiso de las instituciones por la región hacia el aprovechamiento de recursos naturales y culturales que la identifican como una de las riquezas más importantes que posee y goza como beneficio.

Adicionalmente la cadena productiva del sector, presenta una baja calidad de las funciones que se necesitan para fortalecer y cumplir un adecuado servicio lo que implica un servicio total. Iniciando con la baja calidad en el transporte para brindarle al visitante mayor atracción de la región, así como también la insuficiente competencia hotelera del municipio la cual desconoce totalmente el servicio turístico del departamento.

Los protocolos de seguridad no cuenta con una estructura rígida integrada por las entidades públicas y privadas que aseguren la integridad del visitante, esto en el desarrollo de la cadena de prestación de servicios integrales de una u otra manera intervienen y afectan para lograr el objetivo de hacer una actividad de ecoturismo directamente relacionada con la inadecuada infraestructura que poseen los diferentes escenarios que actualmente desempeñan la función de turismo, el bajo nivel en cuanto al sentido de pertenencia de sus recursos naturales por parte de los habitantes del municipio de Mocoa, crea una falta de identidad para fortalecer la cultura en espacios recreativos para proteger y seguir la enseñanza de nuestros

ancestros en cuanto al cuidado y la convivencia con la naturaleza, pues esta se ha perdido y se necesita recuperar, es por ello que el desconocimiento del potencial natural nos ha llevado a desarrollar un servicio desarticulado que ocasiona contaminación y daños para nuestra salud y nuestra vida, las cuales tienen como fin la destrucción de la vida natural.

Así mismo uno de los más sobresalientes problemas de la poca oferta de espacios de calidad para la recreación ecológica en el municipio de Mocoa es el desconocimiento del turismo como fuente de ingreso, este incidente radica porque a los espacios turísticos no se le ha dado la debida importancia como un sector productivo y económico, es por tal razón que se ha obtenido como resultado bajos índices de calidad de vida de los habitantes al no aprovechar la oportunidad de negocio sostenible, además la inexistencia de un estudio técnico que avale la viabilidad del mercado en el sector turístico ha provocado incertidumbre en el microempresario; se puede citar la causa originada desde el bajo nivel organizacional que es uno de los principales fuentes del retraso de las empresas en cualquier sector productivo o de servicio, este es la causante de la baja competitividad y la ausencia de innovación en el interior de la empresa, quien además es la culpable del fallecimiento de muchas de ellas, es por esto que los atractivos turísticos al no poseer un modelo administrativo eficiente se les dificulta realizar una visión encaminada a la mejora y la innovación de estos sitios, esta falencia nace por la existencia de negocios empíricos, ya que poseen experiencia pero no ciertas habilidades y capacidades que puedan ampliar servicios pensando en la innovación, fracaso que también procede por la falta de capacitación y acompañamiento de entidades relacionadas con este tipo de negocios a empresarios que quieren y necesitan asesoría.

Como consecuencia a estas falencias se ha podido determinar que en la región existe un desaprovechamiento de oportunidades de negocio la cual es la generadora del escaso movimiento económico por parte del sector turístico,

impidiendo así proporcionar mejores e innovadores empleos para corregir los bajos índices de calidad de vida de los habitantes de Mocoa.

Además otra consecuencia de no poseer un espacio de calidad de recreación en ecoturismo a resultado una explotación inadecuada de los recursos naturales aportando efectos negativos como por ejemplo inconsciencia y poca cultura en cuanto al buen manejo de la biodiversidad por el hecho de la poca educación frente a las leyes ambientales que la rigen, con el agravante de la falta de recursos que debe disponer del estado que incentiven el desarrollo regional a partir de estas ideas de negocios, para que la incertidumbre por emprender sea reducido y que los proyectos que han quedado en solo papeles sean desarrollados en su totalidad.

La poca oferta de espacios recreativos en actividades de ecoturismo ha desencadenado una insatisfacción del cliente quien la visita ya que el sitio turístico no supera sus expectativas y esto es la causante del poco avance y desarrollo del negocio. (Ver anexo 1. *Árbol de Problemas*).

1.3 JUSTIFICACIÓN

El turismo en los últimos años ha tenido gran acogida y esto ha provocado cambios importantes en este sector para satisfacer las diferentes necesidades del cliente, es por esta razón que nace la idea de innovar el campo turístico.

Para solventar este nuevo campo ha sido muy importante reflexionar acerca del ¿para qué desarrollar esta clase de trabajos de investigación? como por ejemplo "el diseño de espacios de calidad para la recreación y aprovechamiento de tiempo libre en actividades de ecoturismo en el municipio de Mocoa " este interrogante nos conducen a: desarrollar un estudio que permita establecer las características del mercado, aprovechando las oportunidades de negocio de ecoturismo, esto sería

gracias a un apoyo institucional, la cual debe estar comprometida con la región donde forme futuros empresarios dispuestos a solventar la escasez de ideas innovadoras encaminadas a un aprovechamiento sostenible de nuestros recursos naturales para fortalecer la biodiversidad como también encaminadas al respeto a la diversidad cultural que posee nuestro departamento del putumayo.

Pensando en esto se podría mencionar al Instituto Tecnológico del Putumayo, desde su misión, es el encargado de formar profesionales dispuestos y comprometidos con la preservación y aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, como también a la recuperación de los saberes y la preservación de los conocimientos de las diferentes etnias que habitan en la región amazónica, particularmente de los Tecnólogos en Gestión Sostenible de la Biodiversidad y el Biocomercio.

De igual manera el diseño de un espacio de calidad para la recreación en actividades de ecoturismo ayuda a tener sentido de pertenencia de los recursos naturales que posee nuestro municipio; es así como una adecuada capacitación a microempresarios del potencial natural será una manera de crear conciencia sobre la biodiversidad y la diversidad cultural que son una fuente viva que requiere compromiso, cuidado y respeto para iniciar una cultura ecológica basada en un aprovechamiento sostenible de negocio, para cosechar unos frutos de armonía y paz con nuestra madre naturaleza, que nos brinda la vida, necesita a cambio la protección de aquel hombre que quiere destruirla por no conocer la importante que será para nuestras futuras generaciones admirar la belleza que nos brinda en cada rincón de nuestro municipio donde se respira paz, alegría y nuevas esperanzas para seguir caminado por un sendero agradable que nos proporciona bienestar y una calidad de vida incomparable y limpia.

Además es muy importante anotar que el ecoturismo encaminado por un sendero y una estrategia de desarrollo sostenible municipal no solo traerá un ambiente sano y

agradable sino será también una forma limpia de generar empleo y desarrollo al municipio de Mocoa porque será un compromiso de todos los encargados de estos espacios capacitar al personal de trabajo y por medio de estos a sus cliente de la importancia de crear un ambiente donde se pueda interactuar hombre y naturaleza sin causar daño alguno para generar un empleo seguro donde se necesite conocer tan solo la magia con la que cuenta la naturaleza para darnos todo. Un ejemplo de los beneficios que generaría si se aplicara dicha acción, sería el poder genera empleo al sector campesino que es el más indicado para este tipo de oficio.

También es substancial apuntar que para el diseño de este espacio de recreación es muy importante el desarrollo de un modelo de gestión a través de la cual se pueda mejorar los servicios del turismo para que haya un ambiente agradable para quien visite y se lleve los mejores recuerdo de lo encantador que es convivir con la biodiversidad y la cultura en un espacio diseñado y especializado para obtener calidad en los diversos procesos que se realice en el sitio para que así teniendo procesos establecidos poder ejecutar la tarea con calidad en la ampliación de los servicios que necesitan encontrar los beneficiarios en un solo espacios donde se pueda gozar de diversas actividades pero con la condición de ser las mejores e inolvidable.

De igual manera un espacio especializado permitirá satisfacer al cliente de muchas maneras ya que tendrá amplio y variado servicio donde el resultado será la obtención de una mayor demanda, se espera que las personas interesadas en desarrollar esta clase de servicios puedan brindar al cliente una satisfacción completa para que el número de la demanda sean mayor, ya que al implementar calidad en todos los procesos y los servicios ofrecidos será la manera de recobrar fidelidad de nuestros usuarios, además mediante este diseño se puede aprovechar una oportunidad de negocio incomparable que obtendrá como resultado una baja en la tasa de desempleo, así como también un desarrollo regional que caminaran muy de la mano con el desarrollo sustentable de la biodiversidad pensando en

nuestras futuras generaciones como resultado de un aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. (Ver Anexo 2. *Árbol de Objetivos*).

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General

Identificar el potencial del mercado para ofertar los servicios de espacios de recreación y aprovechamiento del tiempo libre en actividades de Ecoturismo en el Municipio de Mocoa.

1.4.2 Específicos

- Establecer la percepción del potencial consumidor de los servicios de espacios de recreación y aprovechamiento del tiempo libre en actividades de Ecoturismo en el Municipio de Mocoa.
- Caracterizar los factores determinantes para el consumo de los servicios de espacios de recreación y aprovechamiento del tiempo libre en actividades de Ecoturismo en el Municipio de Mocoa.
- Segmentar los posibles consumidores de los servicios de espacios de recreación y aprovechamiento del tiempo libre en actividades de Ecoturismo en el Municipio de Mocoa.

1.5 MARCO REFERENCIAL

1.5.1 Marco teórico. La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de

mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing. (Malhotra , 2008)

El objetivo de la investigación de mercados es proporcionar información útil para identificar o definir el problema u oportunidad en el mercado y así tomar decisiones de marketing y solucionar problemas que estén afectando a las ventas, la calidad del producto o la satisfacción del cliente.

La clasificación de mercados se puede dividir en dos fases: La investigación para la identificación del problema, la cual permite dar a conocer problemas que pueden surgir o que no son fáciles de identificar para esto se ve necesario realizar estudios de potencial y participación del mercado, imagen de una marca, características del mercado, análisis de ventas, pronósticos a corto y largo plazos y tendencias comerciales.

Después de haber identificado el problema se procede a la otra fase que es la Investigación para la solución del problema, sobre ésta se basan las empresas para tomar decisiones específicas y resolver problemas de marketing. Algunos de los aspectos que se averiguan son: investigación de la segmentación, del producto, la asignación de precios, de promoción y de distribución con el fin de obtener un campo más amplio y de mayor conocimiento brindando seguridad en las decisiones que se deben tomar.

El Proceso de Investigación consta de 6 pasos: definición del problema para diseñar y conducir la investigación de manera adecuada, desarrollo del enfoque del problema, formulación del diseño de investigación; colocando a prueba las hipótesis de interés y brindando la información que se necesita para tomar una decisión, trabajo de campo o de recopilación de datos, preparación y análisis de datos y elaboración y presentación del informe. (Malhotra , 2008)

1.5.2 Marco legal. En la Constitución Política de 1991, se puede encontrar muchos artículos que le dan importancia a la conservación de la diversidad biológica¹, entre ellos se puede mencionar el derecho a disfrutar y conservar el medio ambiente sano, el derecho a la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.² Por esto se han establecido instituciones para garantizar su cumplimiento y protección.

Es así como el ecoturismo ofrece servicios para la recreación y aprovechamiento del tiempo libre mediante actividades ambientales que promueven la conservación de la biodiversidad de la Región, haciendo una fusión social y ambiental.

Ley 99 de 1993, uno de sus principios generales es el manejo ambiental de la biodiversidad³ del país como patrimonio nacional que debe ser protegido y aprovechado en forma sostenible. Es así como se exige a empresas de turismo al momento de aprovechar los recursos naturales deben hacerlo de una forma sostenible porque están trabajando con el patrimonio de la Nación.⁴

La ley 70 de 1993, establece en su artículo 51: "Las entidades del Estado en concertación con las comunidades negras, adelantarán actividades de investigación, capacitación, fomento, extensión y transferencia de tecnologías apropiadas para el aprovechamiento ecológico, cultural, social y económicamente sustentable de los recursos naturales, a fin de fortalecer su patrimonio económico y cultural"

Ley 165 de 1994, se ve la necesidad de proteger y reducir la tasa de pérdida de la diversidad biológica ofreciendo un servicio de calidad para la conservación de ésta; creando medidas de adaptación frente al cambio climático, concientizando y educando ambientalmente a la población para evitar mayores pérdidas de los recursos naturales.

¹ En la Constitución Política Nacional, los artículos 8, 63, 79, 80 y 334.

² En la Constitución Política Nacional, los artículos 52,64 y 67.

³ En la Ley 99 de 1993, los artículo 1.

⁴ En la Ley 99 de 1993, los artículos 5 y 34.

Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996, define términos como ecoturismo y regula los diferentes aspectos relacionados con la operación turística. El Ecoturismo se define, como un "turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros de desarrollo humano sostenible".

Ley 1101 de 2006, por medio de la cual se modifica la Ley General de Turismo, en materia de asuntos fiscales aplicables a los prestadores de servicios turísticos.

Ley 1558 del 10 de julio de 2012, por la cual se modifica la Ley General de Turismo y la Ley 1101 de 2006, se actualizan y armonizan conceptos y disposiciones para la promoción, la competitividad y regulación de la industria turística en el país, que a su vez conserven protejan y aprovechen los recursos y atractivos turísticos; además, dispone la conformación del Consejo Superior de Turismo, la promoción del turismo de interés social, regula la guianza turística en el país. Adicionalmente, plantea como competencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo

Decreto Ley 2811 de 1974, por el cual se expide el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección del Medio Ambiente, se estableció como permitidas las siguientes actividades dentro de las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales (SPNN): conservación, recuperación y control, investigación, educación, recreación y cultura y establece al administrador la función de regular sus usos, las tarifas y los cupos máximos de visitantes, aspectos desarrollados en el Decreto 622 de 1977.

Ley 788, reglamentada a través del Decreto 2755 de 2005, se establece el incentivo tributario para prestación de servicios de ecoturismo y se reglamenta las características del ecoturismo, los criterios y procedimientos para su aplicación mediante las resoluciones 118 de 2005 y 890 de 2006.

Decreto ley 19 de 2012, establece que el registro nacional de turismo, será administrado por las Cámaras de Comercio atendiendo a criterios de eficiencia, economía y buena fe, para brindar al Estado, a la sociedad en general, a los empresarios, a los contratistas, a las entidades de economía solidaria y a las entidades sin ánimo de lucro una herramienta confiable de información unificada tanto en el orden nacional como en el internacional.

Resolución 0118 de 2005 de MCIT y MAVDT, se establecen los criterios técnicos que los prestadores de servicios de ecoturismo deben cumplir para aplicar a la exención tributaria, introducida por la ley 788 de 2002, que reforma el Estatuto Tributario de la Nación.

Plan de Parques 2007-2019, se constituye el ecoturismo como parte de la línea estratégica de consolidación del manejo de las áreas protegidas del sistema de parques nacionales para la conservación de los valores naturales y culturales., Plan Nacional de Desarrollo 2011 - 2014 "Prosperidad para Todos", se establece el turismo como motor de desarrollo de las regiones y se identifica el turismo de naturaleza como una nueva vocación del sector turístico en la que el país tiene las mayores oportunidades de consolidarse como un destino competitivo de clase mundial, estableciendo como meta que para el 2014 el número de visitantes a las áreas de Parques se alcanzará 1.000.000 de visitantes.

Documento del CONPES 3296 de 2004 que define los lineamientos para la participación del sector privado en la prestación de los servicios ecoturísticos y el diseño y publicación de los lineamientos para el ecoturismo comunitario, se generan algunos mecanismos de manejo de la actividad.

1.6 METODOLOGIA

1.6.1 Tipo de Investigación. Esta investigación será de tipo exploratoria porque la intención es obtener de forma rápida las ideas y los conocimientos necesarios de la situación mediante mecanismos informales. Esta clase de estudio permite además buscar problemas u oportunidades potenciales de nuevas ideas o hipótesis relacionada con la situación ya que el objetivo es ampliar el campo de las alternativas identificadas en el ecoturismo y optar la mejor opción basándose en una perspectiva innovadora.

De igual manera la investigación utilizara el tipo descriptivo el cual nos ayudara a manejar los métodos y los procedimientos adecuados que describirán las variables del mercado eco-turístico donde conoceremos las actitudes, intenciones y comportamientos de los clientes, así como también la descripción de los competidores y sus estrategias.

Igualmente tendrá un enfoque mixto puesto que asumirá características basadas en la búsqueda de información en profundidad como costumbres, gustos y preferencias que serán extraídas de ambientes naturales o de campo, así como también se hará pláticas externas, como entrevistas a varias personas conocedoras para discutir del tema y así tener mayor amplitud y profundidad en los significados; pero de igual forma estará acompañado con elementos que requieren ser medidos y cuantificados que surgirán de un cuestionario estructurado para conocer las decisiones de la población en general del municipio de Mocoa , utilizando por supuesto la estadística y un análisis de causa-efecto, donde se pueda probar con precisión y un nivel de confianza, el propósito principal que es conocer y comprender las opiniones, los hábitos y las motivaciones de las personas que influyen en el consumo.

1.6.2 Diseño metodológico. La investigación está diseñada por las siguientes etapas:

Paso 1: definición del problema: lo cual abarca nuestro propósito de estudio y la información que debemos buscar (recolección de información).

Paso 2: desarrollo del enfoque del problema: esto es gracias al desarrollo del marco de referencia donde se identifica la información que se necesita para tener modelos analíticos. (análisis de información)

Paso 3: formulación del diseño de investigación: esto es gracias a la adecuada exposición de los procedimientos necesarios para obtener la información. (elaboración de una investigación exploratoria, entrevistas, encuestas).

Paso 4: trabajo de campo o recopilación de datos: contar con personal que opere en el campo (realizar encuestas personales y seleccionadas para una mejor información).

Paso 5: preparación y análisis de datos:(revisar y verificar los cuestionarios).

Paso 6: elaboración y presentación del informe:(donde se describan el enfoque, el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recopilación y análisis de datos; y donde se incluyan los resultados y los principales resultados).

1.6.3 Población y Muestra. Población. Dentro del análisis de la población se tuvo en cuenta distintos sectores los cuales hacen parte de la población objetivo para el estudio que se encuentra dentro del Municipio de Mocoa.

Muestra

Al ser una población indeterminada se estableció un muestreo al azar no estratificado donde se estudió a individuos de empresas del estado, turistas y población del municipio de Mocoa con el fin de caracterizar elementos propios de los gustos y preferencias referentes al producto.

1.6.4 Instrumento. Para la recolección de información y posterior análisis de la muestra se realizará por medio de encuestas aplicando el tipo de muestreo no probabilístico intencional, el cual se basará primordialmente en la experiencia con la población, a los individuos a quienes se les aplicara la encuesta serán escogidos aleatoriamente.

2 RESULTADOS

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

2.1.1 Diagnóstico de mercado . Permite analizar diferentes variables como:

2.1.1.1 Análisis de la demanda. Mercado objetivo. El municipio de Mocoa ubicado en el departamento del Putumayo, es la puerta de entrada hacia esta región del país, siendo una ciudad con grandes atractivos turísticos basados en un ámbito ecológico y natural, es visitada por una gran cantidad de personas provenientes del resto del país, e incluso del exterior de este, lo que hace del municipio un lugar agradable y de gran reconocimiento; pero en lo concerniente a sus habitantes, muchas veces son poco conocedores de lo que tienen, lo que los rodea, por eso se hace necesario que la gente de este sector conozca donde habita y también que lo pueda disfrutar, por eso se quiere que el proyecto se desarrolle con las personas que viven en la ciudad de Mocoa Putumayo en general, para crear una cultura de apropiación y cuidado de lo que se tiene y con lo cual es posible vivir y pasar momentos de alegría y esparcimiento en familia, amigos y de más.

➤ Segmentación del mercado

- **Segmento de mercado primario:** en un ambiente rodeado de naturaleza, en donde el paisaje amazónico se extiende de gran manera que parece absorberte, se hace necesario que las personas que viven en este entorno tengan una relación de acercamiento en donde puedan disfrutar de un ambiente sano y lleno de vida, por eso es importante generarles el interés por lo que tienen y como lo pueden aprovechar teniendo en cuenta que el foco de este sector sería las personas de edades entre 21 y 40 años, con un nivel de ingresos medio-alto, en donde las ganas de vivir aventuras y nuevos retos aun están latentes en ellos.

- **Segmento de mercado secundario:** la parte recreativa es esencial en la vida del ser humano, puesto que ayuda que se baje los niveles de estrés y fomente mejor las relaciones sociales e interpersonales entre los miembros de una empresa o cualquier sector laboral. Por ello también es importante extender este proyecto hacia funcionarios de instituciones públicas y privadas, que muchas veces no salen de ese ámbito laboral en el que se encuentran y necesitan darle un poco de relajación y aventura a sus vidas; pero también por cumplimiento con lo establecido por ley en la constitución según la ley 181 de 1995 *"es función obligatoria de todas las instituciones públicas y privadas de carácter social, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, la educación extraescolar y la educación física"*.⁵, para que quienes se encuentren dentro de estas instituciones se acerquen a estos lugares por salud y recreación.

- **Segmento de mercado terciario:** Padres de familia. La familia juega un papel importante en el desarrollo de la comunidad, ya que es el primer ente formador de las nuevas personas que conformaran y que empiezan a conformar la comunidad de Mocoa, y hay que empezar desde ellos para formar en estos nuevos integrantes de la comunidad, una cultura de apropiación y aprovechamiento de los lugares que los rodean; en una encuesta realizada en el sector de Mocoa, el 94% de los encuestados al momento de responder con quién les gustaría adquirir el servicio de ecoturismo, dieron prioridad a su familia, ya que es el primer círculo de relación social para muchas personas.

- **Segmento de mercado cuaternario:** Instituciones educativas. Hoy en día el conocimiento empírico se ha perdido en gran manera, pues ahora todo se encuentra a un clic de distancia o también, mucho de este conocimiento se ha quedado impreso en libros o encerrado en un salón de clases; por eso, lo que se quiere con este proyecto es que a través de la práctica los estudiantes puedan asimilar el conocimiento y guardarlo en su mente para transmitirlo a sus generaciones, que

⁵ Ley 181 de 1995. Art. 6°

puedan vivir y no solo imaginar, leer o escuchar lo que pueden hacer en el sector de Mocoa y todo lo que este tiene para ofrecerles.

2.1.2 Comportamiento de compra del cliente

2.1.2.1 **Gustos y preferencias frente al producto.** De acuerdo a la encuesta realizada en la población de Mocoa, el 78% de los encuestados quieren tener una experiencia con la naturaleza, salir del espacio urbano y adentrarse por el verde espesor de la selva que rodea a Mocoa y estarían interesados en adquirir el servicio de ecoturismo. Como siempre el querer ver algo nuevo y que cause impresión en las vidas de los turistas, por eso una de las atracciones de mayor preferencia, son los animales, en especial los salvajes que sean propios de la región, de la cual hay una gran variedad entre reptiles mamíferos, acuáticos, voladores, etc., ya que dada la irresponsabilidad de la comunidad muchas de las especies nativas están en vía de extinción, y con esto no solo se verían beneficiados los visitantes, sino también estas especies endémicas de la región, puesto que se impulsaría su conservación como fuente de ingresos y preservación del medio ambiente.

Gráfica 1. Gustos y preferencias frente al producto



Fuente. Elaboración propia

El ecoturismo, brinda una excelente alternativa de descanso, recreación y escapar de una realidad de afanes y contaminación ambiental, aunque Mocoa no es una ciudad de gran progreso, la contaminación, el ruido, los vehículos motorizados, todas estas cosas van generando en las personas estrés, impaciencia, aburrimiento, y a su vez alejando a las personas que viven en los afanes de la cotidianidad y caen en una rutina que va consumiendo lo mejor de sus vidas.

Curiosamente, los encuestados respondieron que están interesados en adquirir el servicio de ecoturismo para disfrutar de los favores de la naturaleza pero sin desconectarse de su vida cotidiana en redes sociales, programas de televisión, telefonía; dando una solución adecuada a esta petición de los posibles clientes potenciales, se estudia la posibilidad de que en el área de reposo, donde se encontraran las habitaciones de descanso, recepción, etc., puedan acceder a estos servicios, ya que el lugar donde se quiere desarrollar el proyecto se encuentra ubicado cerca del sector de Mocoa y es de fácil acceso a las diferentes redes de comunicación, pero que al entrar en contacto con la naturaleza, puedan alejarse de esto y disfrutar de los ofrecimientos eco turísticos que son la principal atracción.

Otros de los servicios en los cuales mostraron mucho interés los clientes potenciales son: las rutas ecológicas, ya que el paseo en la zona se vuelve tedioso y repetitivo a tal punto que se le va perdiendo el gusto, por eso las rutas ecológicas en donde se puede respirar aire puro, se puede tener contacto con el verde cautivante de la selva y el poder ver animales, los cuales no conocían, o de los que solo habían oído hablar es atractivo para los turistas. Las piscinas naturales, que permiten relajación agua pura, sin tratamientos químicos, sino tal y como se encuentra solo en medio de la naturaleza. También educación ambiental, pues es necesario saber cómo poder preservar y cuidar la fauna y la flora que posee la región, y también conocer que hay en ella puesto que se ignora muchas veces lo que se tiene. Y por último el agroturismo, que puedan acercarse más al campo, ver como se obtienen esos productos que tanto gustan, y los procesos para poder obtenerlos. Esto hace que la experiencia eco turística sea más agradable y se extienda por toda la región.

Entre las preferencias frente al producto, el 65% de la población entre 21 años y 40 años eligen hacer sus compras a través de paquetes, puesto que sale mucho más económico y pueden disfrutar de muchas más atracciones, tratando de ganar tiempo y pasar un rato agradable, debido a esta demanda es necesario poder brindar varias atracciones eco turísticas con las cuales se puedan hacer paquetes de ofrecimiento al cliente, y así este se sienta, más cómodo y a gusto a la hora de adquirir los servicios ofrecidos.

2.1.2.2. Intención de compra. De acuerdo a la encuesta, hay un gran interés por adquirir los servicios de ecoturismo, si estos ya se encuentran ofrecidos en el mercado, pues es una propuesta innovadora que realza el turismo en la región y permite al habitante de Mocoa salir de paseo cerca de su lugar de residencia y con un presupuesto moderado. Algunos de los entrevistados mostraron poco interés por el servicio que se piensa ofrecer a futuro, tal vez por el desconocimiento de la materia o simplemente porque sus percepciones de salir de paseo son diferentes.

Gráfica 2. Intención de compra



Fuente. Elaboración propia

2.1.2.3 Comportamiento frente al precio. Las expectativas económicas para un habitante de Mocoa promedio, no son altas, lo que no les permite poder tener dentro de sus planes poder realizar un viaje turístico hacia otras partes del país, puesto que la prioridad está en la canasta familiar y las otras necesidades indispensables como la energía, el agua y el gas, lo que hace que pensar en salir de casa por unos días para descansar y hacer turismo sea complicado; lo indicado sería ofrecer un paquete eco turístico que le permita a las personas tener acceso a este plan sin necesidad de descuidar sus necesidades básicas y la manutención de su familia.

2.1.2.4 Medios de comunicación frecuentados. La tecnología es usada ya no solo por jóvenes sino también por adultos y aún ancianos con eso de que acorta distancia, por eso vemos que el internet y las redes sociales son uno de los medios de comunicación más frecuentados por la comunidad, sabiendo aprovechar estos mecanismos de información como fuente por medio de la cual se puede dar a conocer los servicios que se querrían prestar con este proyecto y el alcance de clientes y mayor información para estos sería de gran utilidad, ya que hoy en día la gran mayoría de personas tienen accesos a estos medios y la información circularía de mejor manera que por medio de volantes o avisos publicitarios sin llegarlos a descartar.

Otro medio de información masivo es la radio, la cual por medio de cuñas o avisos informativos puede dar a conocer de la prestación de servicios del proyecto cuando este ya entre en vigencia, teniendo en cuenta que la población de Mocoa es dada a mantenerse informada por este medio ya sea que se escuche en su casa o en algún medio de transporte público.

2.1.2.5 Sitios que frecuenta para adquirir el producto. Mocoa cuenta con muchos atractivos naturales, pero muy pocas empresas que hacen un aprovechamiento sostenible de ellos, entre las empresas más conocidas y frecuentadas por los

habitantes ciudadanos están: ECOTURAYAH, PAWAY, CEA y Fin del Mundo, con este proyecto, lo que se busca a parte de dar a conocer el ecoturismo en la región es dar nuevos modelos de emprendimiento y de empleo, que se pueda por medio de la conservación un medio de vida y así ayudar a otros. También motivar a otras personas a realizar proyectos similares que den a conocer otros sitios en la región.

A nivel de parques nacionales naturales, se reconocen en el departamento, al Parque Nacional Natural La Paya en el municipio de Leguízamo, el Santuario de Flora y Plantas Medicinales Ingi-Ande en el municipio de Orito y el Parque Serranía de los Churumbelos Auka Wasi, geográficamente compartido con los departamentos de Huila, Cauca y Caquetá; escenarios naturales de gran diversidad en flora y fauna y dirigidos hacia la conservación ecológica. (Parques Nacionales, s.f)

Otros elementos que se encuentran son las aguas termales, una oferta turística que cuenta con infraestructura apropiada para el servicio, pero que no ha contado con la promoción suficiente para posicionar este producto y con estudios que determinen la calidad de las aguas que lo enruten hacia un turismo de salud. La presencia de fincas productivas, así como estaciones piscícolas para la producción de trucha y reservas naturales, complementan la oferta turística de esta zona del territorio. (Gobernación del Putumayo & Cámara de comercio, 2015)

2.1.3 Análisis de la oferta

2.1.3.1 Análisis de la participación en el mercado. Mocoa, es una ciudad que posee una gran cantidad de recursos naturales, de los cuales, el recurso hídrico es uno de los más abundantes y por el que este sector del país se hace tan visitado; pero que, al tenerla en abundancia, también hace que sus habitantes se acostumbren a la diversidad, de entre las que sobresalen la fauna y flora que ofrece

la naturaleza, llevando a la comunidad a no valorar la riqueza natural con la que cuenta.

En el mundo siempre han existido los bellos paisajes, zonas en donde el hombre no ha llegado y se conservan de la manera más natural y en su máximo esplendor, recordando lo bello que es el planeta en el cual se vive. Aproximadamente hace 10 años se descubrieron unas Cascadas, a las cuales se les llamo el Fin del Mundo, debido a que se encuentran muy apartadas de la ciudad y de cualquier caserío; éstas han causado una gran sensación, la cual se nutre de la tranquilidad del lugar y de lo bello de su paisaje entre los habitantes de la región y también en todo el mundo. Estas cascadas han atraído a muchos extranjeros y la creación de empresas dedicadas al ecoturismo en el sector que a este concierne, para atender la necesidad de los turistas que se fascinan con la riqueza natural de Mocoa.

El promedio de visitas registradas en las empresas de ecoturismo es de aproximadamente 5000 visitas anuales. Aunque es un buen número de visitas podría ser mayor si se mejorara la calidad de los servicios e infraestructura de los lugares visitados, todo lo que tiene que ver con señalización del recorrido, mantenimiento de los caminos y el ofrecimiento del servicio del guía turístico, una persona que además de conocer el lugar, también tenga el sentido de preservación y oriente a los visitantes a un mayor cuidado de lugares. Debido a esto es que muchas personas de la población Mocoa y sectores aledaños si van una vez a conocer el lugar, no vuelven, porque se hace tedioso y requiere mucho esfuerzo físico llegar al lugar.

Entre las empresas más conocidas dedicadas al ecoturismo están: Paway, Cascadas del Fin del Mundo, Ecoturayah, Centro Educativo Amazónico – CEA y Posada turística Dantayaco.

Paway, es una empresa dedicada al ecoturismo que brinda hospedaje en la casa del árbol, la oportunidad de estar en contacto con la naturaleza, observar animales, brinda, mariposario y venta de aretes hechos de las alas de las mariposas.

Cascadas Fin del mundo ofrece servicios de alimentación, caminata y cascadas.

ECOTURAYAH, permite la experiencia de espeleología, ecoturismo, turismo de aventura, agroturismo, alojamiento, cuenta con una pequeña laguna, entre otros.

Posada turística DANTAYACO, brinda hospedaje.

Centro Educativo Amazónico – CEA, ofrece servicios como: Estación Piscícola, Jardín Botánico, Centro de Recepción y Recuperación de Animales Silvestre” (CREAS), Educación Ambiental, Vivero.

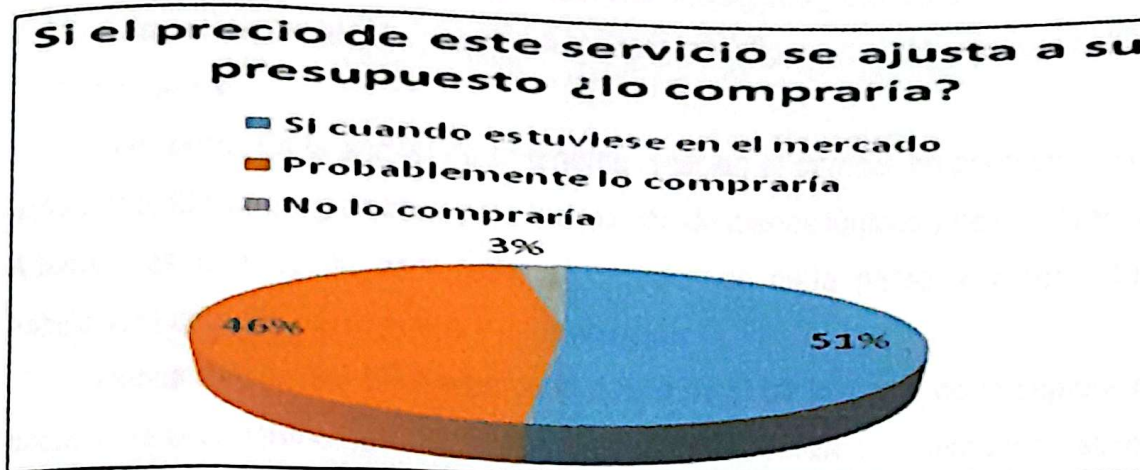
Al no brindar un servicio integral la participación de estas empresas es baja en el mercado.

Lo que se busca es brindar un servicio integral, el cual le permita al visitante algunas comodidades necesarias para los clientes. Brindando una diversidad de servicios como: casas campesinas, posadas, artesanías, rutas ecológicas, educación ambiental, camping, pesca deportiva, cabalgatas, ciclo paseos, piscinas naturales, tirolesa, agroturismo. Según lo evaluado hay un alto interés en adquirir los servicios de ecoturismo a través de paquetes para compartir momentos agradables en familia.

2.1.3.2 Análisis de la empresa del proyecto frente a las variables de mercadeo.

Precio, acorde a los estratos sociales de la región: estrato 1, 2, máximo 3, el precio debe ser económico ya que el presupuesto de la familia está destinado a cubrir las necesidades básicas del hogar.

Gráfica 3. Análisis de precios



Fuente. Elaboración propia

También hay que diseñar precios para extranjeros. Si se analiza el dólar, ha aumentado mucho, eso beneficia que turistas visiten Colombia ya que pueden comprar mucho más, obteniendo más pesos por dólares.

Plaza, hacia donde se quiera extender el mercado local. Dar a conocer los servicios de ecoturismo en Mocoa no sólo a nivel Nacional sino también mundial.

Producto, Servicios individuales

- **Casas campesinas:** se trata de implementar espacios adecuados para alojar a turistas dispuestos a compartir la vida de la chagra campesina por periodos cortos de tiempo (1-2-3-4-hasta 7 días).
- **Posadas:** la segunda modalidad serán las posadas u hotelería artesanal, a diferencia de las casas campesinas las actividades estarán vinculadas a una vida comunitaria rica de costumbres y cultura.
- **Artesanías:** pequeñas industrias complementarias a la actividad turística, transformación de sus productos agrícolas en productos acabados que puedan ofertar a los visitantes.

- **Rutas ecológicas- senderismo:** recorridos a pie entre dos puntos dados. El recorrido tiene diversos atractivos productivos ecológicos y culturales.
- **Educación ambiental:** se podrá realizar investigaciones de especies nativas de flora y fauna.
- **Camping:** Es la acción de detenerse, vivir en el campo, en contacto con la naturaleza, El Camping es ideal para la creación de planes lúdicos y de convivencia. Además, es una ayuda para forjar el carácter de cada persona y desarrollar habilidades como la caza, pesca y la orientación.
- **Pesca deportiva:** básicamente la pesca es el oficio y arte de la captura de peces para el consumo humano, aunque también se realiza con ánimo recreativo.
- **Cabalgatas:** Este paseo de andar a caballo es para todos aquellos que quieran realizar una actividad de integración con amigos y familiares, esta es una actividad de carácter ecológico que promueve espacios de encuentro y diversión.
- **Ciclopaseos:** Son programas de salida al aire libre en el que los participantes recorren una ruta establecida, que propende la sana práctica del deporte en una travesía natural. Estos van dirigidos a grupos de adultos, jóvenes y niños por lo que no es una actividad excluyente.
- **Piscinas naturales o ecológicas:** Hablamos de una piscina ecológica cuando no tiene productos químicos, ni cloro, ni sal, solamente agua natural. Las plantas se encargan de mantener el agua limpia y transparente.
- **Tirolesa:** tirolesa, dosel, canopy (en algunas partes de Latinoamérica, cable) consiste de una polea suspendida por cables montados en un declive o inclinación. Se diseñan para que sean impulsados por gravedad y puedan deslizarse desde la parte superior hasta el fondo mediante un cable.
- **Agroturismo (Mi experiencia con el campo)** Turismo en explotaciones agropecuarias, combinando recreación tradicional con contacto con la vida del predio, conociendo el modo de vida rural y las tradiciones campesinas, y donde uno de los principales motivos de las visitas sea el contacto con la explotación agropecuaria, forestal, acuícola y otras formas de producción del mundo rural.

Servicio ofrecido por paquetes diseñado para familias, colegios con unas características especiales y precios especiales

Promoción, canales que se puedan desarrollar para que el proyecto se conozca.

Radio, Redes sociales, Folletos (mas que virtual lo físico, así el cerebro lo apropia como suyo)

2.1.3.3 Análisis de la competencia frente a las variables de mercadeo. El Municipio de Mocoa cuenta con aproximadamente diez empresas de ecoturismo legalmente constituidas, éstas ofrecen visitas a sitios atractivos turísticos de los recursos naturales de esta ciudad, en algunas de ellas difunden aspectos históricos y culturales de la zona.

Su atractivo recurso natural ha atraído el interés de muchos turistas que se han enterado de sus servicios a través de redes sociales o amigos. Por esto, la mayoría de las visitas a estos lugares son visitas turísticas o comerciales de carácter temporal pero no como potencial turístico dentro y fuera del país.

A pesar de tener un alto potencial de clientes, las empresas constituidas de ecoturismo no funcionan con un sistema efectivo organizacional en su área administrativa lo que lleva a que no haya innovación y mejora en la oferta de sus productos y servicios.

2.1.3.4 Análisis comparativo de la empresa del proyecto Vs la competencia. Los productos y servicios de ecoturismo en Mocoa han tenido un impacto en el desarrollo económico de la ciudad, aunque las empresas deben mejorar en la calidad al momento de ofrecer sus servicios. A través de este proyecto lo que se quiere es establecer estrategias que permitan fortalecer los servicios a través de un buen nivel organizacional y estructural de los espacios. Y así brindar a

los turistas no solo satisfacción a sus necesidades sino superar sus expectativas convirtiéndolos en clientes potenciales de nuestros espacios de recreación a través del ecoturismo.

Tabla 1. Análisis DOFA de mercadeo

MATRIZ DOFA DE MERCADEO	
FORTALEZAS Hay un alto interés de extranjeros por visitar y disfrutar de los lugares turísticos.	DEBILIDADES No tener herramientas como la tecnología y recurso financiero para promocionar los lugares turísticos de Mocoa.
Hay promoción y promulgación de Mocoa y sus atractivos turísticos, culturales y comerciales.	No contar con alianzas comerciales con empresas de diversos sectores influyentes (transporte aéreo, terrestre, hospedaje y entretenimiento turístico) para suplir las necesidades de los clientes.
La existencia de empresas que prestan servicios de transporte aéreo y terrestre para acceder a todos los atractivos para realizar ecoturismo en Mocoa.	No contar con talento humano calificado en relaciones públicas, publicidad, marketing y todo lo relacionado con la comunicación comercial. No hay publicidad competitiva
OPORTUNIDADES Teniendo en cuenta, el estudio de mercado realizado se percibe una gran oportunidad, el 77% de las	AMENAZAS Las empresas existentes en la ciudad de Mocoa que operan en el mercado,

personas encuestadas de Mocoa están interesadas en adquirir servicios de ecoturismo.

A pesar de que existen algunas empresas de ecoturismo, estas no son visitadas o poco visitadas por su falta de calidad en servicios o estructura.

Creciente interés en el ecoturismo por parte de extranjeros.

No existe una promoción masiva de planes ecoturísticos, cada empresa quiere hacerlo por su lado.

pueden implementar iguales o mejores estrategias de promoción.

Las empresas constituidas tienen una participación de mercado, lo cual representa una posible disminución en el potencial de nuestros clientes.

La confiabilidad que genera la experiencia de las agencias turísticas en la mente del cliente, factor con el que aún no se cuenta porque somos una empresa naciente.

Problemas de orden público limitan las visitas de clientes a sitios atractivos de Mocoa.

Fuente. Elaboración propia

2.1.4 Análisis del mercado proveedor. Determina la aceptabilidad del servicio mediante las siguientes variables.

2.1.4.1 Tipo de mercado. Nuestro nicho de Mercado es de servicio, pues a diferencia de los bienes, los servicios tienen una naturaleza intangible y no son susceptibles de ser fabricados, sino que se prestan, para nuestro caso particular se espera contratar lo referente a servicios públicos, al igual que se incluye también el mercado de bienes perecederos.

Estos bienes se caracterizan por ser perecederos son aquellos artículos cuyo uso o consumo hace que se destruyan en un periodo concreto de tiempo como por ejemplo los productos alimenticios o los combustibles.

2.1.4.2 Localización geográfica de los proveedores. La localización de los proveedores de servicios como energía, telefónica, internet, agua, gas, entre otros se encuentran en la ciudad de Mocoa – Putumayo.

2.1.4.3 Disponibilidad, abastecimiento y fluctuación de precio de los insumos.

Por la existencia de varias empresas que ofertan uno o diferentes tipos de productos o servicios de ecoturismo con precios razonables, permite que exista más oferta y demanda.

Una de las variables que podría afectar la fluctuación del precio de los insumos sería las recesiones económicas o crisis mundiales, ya que estas perjudican a nivel global en el aspecto económico, y se presentan alzas considerables en gran variedad de productos o servicios. Por este motivo se considera que los precios van a fluctuar notablemente en respuesta a cambios repentinos en la oferta y la demanda.

2.2 PLAN DE MERCADEO

Luego de realizar una serie de investigaciones y efectuar una encuesta con el propósito de conocer la viabilidad para el diseño de un sitio eco-turístico en la ciudad de Mocoa se llegó a la conclusión que este servicio puede lograr alcanzar una atractiva e interesante demanda lo que permitiría afirmar que llegaría a convertirse

en una considerable fuente de ingreso económico y generadora de empleos para muchos.

2.2.1 Plan de producto. Permite analizar cada objetivo, conjunto con las metas propuesta del producto o servicio.

2.2.1.1 Objetivos, metas del producto o servicio. Objetivo: garantizar un servicio encantador, completo y de calidad, acorde a las exigencias de nuestro cliente asegurando de esta manera un servicio diseñado conforme a las características que nuestra demanda exige a la hora de utilizar el servicio eco-turístico.

Meta: alcanzar la máxima satisfacción de nuestros clientes, con un servicio eco-turístico innovador y de excelente calidad.

2.2.1.2 Estrategias de producto. Más calidad y exclusividad. al realizar la encuesta nos pudimos dar cuenta que el servicio eco-turístico es un tema un poco desconocido por nuestra demanda ya que tan solo alcanza un valor del 58% del total de los encuestados que conocen lo que son los servicios eco-turísticos; pero a pesar de este porcentaje la encuesta también nos arroja que tan solo actualmente estos sitios turísticos son utilizados por un porcentaje muy bajo para ser más precisos por un 15%. Por lo tanto, podemos deducir que los sitios turísticos que actualmente ofrecen sus servicios no cumplen realmente con las expectativas de la demanda es por ello fundamental el diseño de un sitio eco-turístico que satisfaga las necesidades y exigencias de nuestros clientes, es por esta razón que nuestro servicio eco-turístico contara con este diseño para poder alcanzar clientes fieles y satisfechos.

Crear la necesidad de un servicio eco-turístico en el consumidor: el servicio eco-turístico es uno de los más interesantes y más sanos con los que se puede realizar actividades que le serán agradables al consumidor por poseer un ambiente acogedor y natural donde solo se pueden observar y contemplar la cara amable de la naturaleza e interactuar con ella, en la cual el participante tiene la posibilidad de apartarse de la vida cotidiana y realizar aventuras que le serán útiles para su relajación física y mental, asimismo para obtener conocimientos prácticos de la naturaleza. Pensado en esto el mercado objetivo al cual se desea incursionar a partir de la información suministrada por la encuesta son: personas con edades entre 31 a 40 años quienes forman parte de aquellas personas que les gusta compartir los momentos más agradables de sus vidas en unión familiar, por lo tanto, son la demanda que generaría más rentabilidad al poder cubrir como empresas sus necesidades. Igualmente tenemos consumidores en edades entre 21 a 30, son jóvenes llenos de aventuras, personas que les encanta los paseos con sus amigos, les encanta la diversión lo cual hace que este servicio sea uno de los más interesantes ante sus ojos. De igual forma no ajena a la naturaleza contamos con la participación de personas en edades entre 41 y 50 años los cuales son los encargados de visitar estos sitios con el objetivo de realizar aventuras pensando siempre en su bienestar y su salud es por ello que es muy seguro que contaremos con su presencia. De igual manera forman parte de la demanda, jóvenes en edades menores de 20 hasta niños de 10 quienes exhortados por sus padres podrían llegar a visitarnos en compañía de su familia de una u otra manera lo mismo ocurriría con personas mayores de 50 años.

Brindar una nueva ideología del servicio eco-turístico: una de las grandes ventajas del servicio a ofertar es que estará diseñado conforme a las exigencias del consumidor, lo que implica adecuar el sitio eco-turístico a la comodidad de este. La idea es ofrecer un servicio completo, se trata de contar en un solo sitio muchas actividades a desarrollar, con atracciones para cualquier tipo de gustos. es por este

motivo que aunque en la encuesta aparece que existe un valor del 58% de los encuestados que conociendo servicios turísticos, tan solo un 15% la visita, es un claro reflejo que nos afirma que se necesita un nuevo diseño y una nueva mirada, con servicios eco-turísticos diferentes e innovadores llenos de aventuras y con una mejorada calidad ya que según la encuesta estarían dispuestos a adquirir un porcentaje de la demanda de un 78% servicios con dichas características, lo que implica que el producto es muy apetecido y esperado por los consumidores; pero la mala organización de los sitios turísticos actuales hacen que no los visiten.

Despertar interés en el consumidor: Una manera de lograr interés y persuadir a las personas a adquirir un servicio es poseer flexibilidad y calidad en el diseño del sitio eco-turístico que provoque en el cliente preferencia y fidelidad al saber que estará creado conforme a sus exigencias y sus intereses, por lo tanto, una de las estrategias es la de darle siempre la razón al cliente en todo (sugerencias). es con este propósito que aunque la encuesta nos arroja que existe un bajo número de visitas actualmente (15%), esto no será impedimento para motivar a nuestros usuarios a confiar en un servicio con beneficios y mejoras sobresalientes, es por esta razón que podemos afirmar de acuerdo con la encuesta que un 97% estaría dispuesto a recomendar a nuevos clientes para que visiten un lugar con dichas características, lo que quiere decir que la demanda está en espera de un sitio que le proporcione recreación sana y ecológica.

Diversificación. una de las más importantes novedades de este producto es poseer una diversidad de servicios en un solo lugar, diseñado para todos los gustos, por lo tanto aquellas personas aventureras tendrán la oportunidad de contar con la actividad o las actividades que desean realizar en el momento que lo deseen, este con el propósito de brindar mayor comodidad y preferencia, es mas según la encuesta un valor de un 65% de los demandantes prefieren realizar diversas

actividades que utilizar un solo servicio por lo tanto en el sitio se contara con los servicios que desean adquirir y en el momento que lo requieran.

Disponer de un ambiente agradable y placentero: lo primordial es saber que el agroturismo permitirá a nuestros visitantes interactuar la vida cotidiana con la naturaleza fresca y tranquila rodeada con una diversidad de animales que son parte única y exclusiva de la vida natural por lo tanto según la encuesta es muy importante contar con estos seres vivos que motivan, dan alegría y compañía a la calmada y silenciosa floresta. por esta razón basándose en los resultados de la encuesta y a la preferencia de la demanda la idea es de contar con animales de la región, salvajes y de granja del territorio colombiano con el propósito de conocer su comportamiento y de esta manera protegerla y hacer que los que nos visitan tenga sentido de pertenencia de todos estos seres que por culpa del hombre se están extinguiendo por el simple hecho de desconocer la importancia y el papel que cumplen cada individuo en su hábitat natural.

Modernización en los servicios : consiste en mejorar el sitio turístico y ofrecer una opción de comodidad en los servicios que necesitan conservar nuestros clientes por lo tanto según la encuesta a pesar de ser un sitio ecológico lleno de naturaleza para nuestros clientes es muy importante contar con la tecnología y la modernidad, por lo tanto se tendrá en cuenta servicios como internet, televisión, telefonía y energía eléctrica para que nuestros consumidores se sientan cómodos y felices después de realizar sus actividades.

Total, disponibilidad y focalización en períodos fructuoso: Resulta fundamental dedicar los recursos necesarios y convenientes a aquellos días de alta concentración de clientes, por lo que generan más rentabilidad, pero de igual forma

requieren poseer de un sinfín de materiales para una excelente atención y de un personal especializado y capacitado para atender todas las visitas. por lo tanto según la encuesta los días más saturados serán los fines de semana y festivos donde se requerirá más personal y una excelente organización por parte de los dirigentes de las diferentes actividades ya que existirá mayor consumo lo que no pasara con los días de martes a jueves y viernes que se necesitara de un personal moderado para solventar las exigencias de los consumidores.

Segmentación de clientes: la idea de esta estrategia es descubrir los requerimientos de cada persona, por ejemplo, si a la hora de divertirse prefieren hacerlo solos o acompañados y si lo quiere en compañía con quienes lo hacen, es con el fin de diseñar de igual forma el espacio eco-turístico de acuerdo a su comodidad. es por eso que según la encuesta la mayor parte de los encuestados les gustaría utilizar este tipo de servicios acompañado de su familia lo que implica diseñar un espacio amplio donde se puedan reunir todos y poder participar de sus aventuras de manera placentero. de igual manera existe un gran número de encuestados que les gustaría visitar estos sitios en compañía de sus amigos y parejas lo cual es muy importante tener en cuenta para contar con el espacio adecuado e idóneo para cada visitante.

Fidelización: para competir siempre se debe innovar, por lo tanto, aunque existan sitios turísticos no serán impedimento para atraer nuevos clientes persuadidos por la calidad y lo novedoso que puede verse un mismo servicio, pero mejorado e innovado acorde a los requerimientos del cliente. aunque según la encuesta un 69% de los encuestados coinciden que no existe ningún sitio eco-turístico de calidad que pueda satisfacer sus expectativas y que sean lugares aptos para la recreación de calidad donde puedan adquirir valiosos beneficios. cifra que se interpreta como un requerimiento de un sitio eco-turístico urgente.

Crear nuevos beneficios para una demanda insatisfecha: esta estrategia tiene como propósito ofrecer las actividades eco-turísticas que realmente necesita consumir el cliente, la idea es proporcionar los servicios en las cantidades y precios que están dispuestos a pagar. con este fin se proyecta diseñar de acuerdo a la encuesta realizada actividades y atracciones como por ejemplo rutas ecológicas, piscinas naturales, educación ambiental, agroturismo, posadas, artesanías, pesca deportiva, casas campesinas, ciclo paseos y tirolesa, estas actividades serán desarrolladas a petición de nuestra demanda encuestada.

2.2.2 Plan de precio. Permite trazarse los objetivos y metas de precio teniendo en cuenta la competencia.

2.2.2.1 Objetivos, metas de precio. **Objetivo:** conocer la capacidad de pago de nuestros consumidores y el patrón de gasto de los mismos en actividades recreativas.

Meta: fijar precios reales y al alcance del bolsillo de nuestros clientes.

2.2.2.2 Estrategias de precio. **Aprecio al servicio por parte del cliente:** una vez que un cliente adquiera el servicio eco-turístico, no debe cambiarse por ningún motivo ya que con las características que tendrá el fin será retener a los clientes. según la encuesta los consumidores estarían dispuestos a adquirir el servicio si llegase al presupuesto que lograsen tener para aprovechar estas actividades, pero lo primordial es adquirir posicionamiento como un sitio de reconocido prestigio, por su calidad y su excelencia para que el cliente sienta la necesidad de visitarla sin pensar tanto el coste de su adquisición sino por su importancia de utilizar este tipo de servicios lo importante es contar con un precio realista.

Precio acorde al segmento al que se dirige: la idea es ofrecer servicios que estén al alcance del bolsillo de nuestros clientes, por lo cual según la encuesta un porcentaje del 53% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir el servicio con un precio menor a 50.000 pesos y un porcentaje igual a 34% estarían dispuestos a pagar por los servicios más de 50.000 pesos hasta 100.000. y de igual manera un porcentaje del 7% estarían dispuestos a pagar un precio más de 100.000 hasta 150.000 asimismo con un 7% de los encuestados estarían dispuestos a pagar más de 150.000 hasta 200.000. de lo anterior podemos concluir que por el momento se tendrá un precio máximo de 100.000 y se tendrá en cuenta precios entre 50.000 y menores de este para adquirir los servicios de acuerdo a las actividades que requiere el participante.

2.2.3 Plan de Promoción. Con el objetivo de estimular el hábito de compra y la fidelización de clientes.

2.2.3.1 Objetivos, metas de Promoción. **Objetivo:** Proporcionar un conocimiento del servicio eco-turístico y estimular su compra.

Meta: acaparar gran parte de clientes potenciales con la implementación de una estrategia de promoción agresiva de lanzamiento utilizando medios publicitarios marketing directo, correo electrónico, páginas web y redes sociales.

2.2.3.2 Estrategias de Promoción. **Conocimiento del servicio eco-turístico por parte de los consumidores:** según la información proporcionada por la encuesta de la cual resulto que existe un porcentaje considerable que desconocen el servicio eco-turístico teniendo como valor un 42% del total de los encuestados nos revela que el desconocimiento de este tipo de servicios impide la utilización y participación en actividades de recreación sana y ecológica, lo cual implica que para solventar este

desconocimiento se requiere un buen y un adecuado medio de comunicación, podríamos estar hablando de campañas de conocimiento del servicio, que consistirán en anuncios publicitarios que puedan llegar a ser un verdadero éxito para alcanzar un mercado que necesita estar informado de los servicios que le interesan adquirir.

Implementación de medios efectivos de comunicación: para promover el servicio eco-turístico, difundiremos anuncios en internet como la principal fuente de comunicación que proporciona información a cualquier cliente ya que esta herramienta no mide fronteras, además es uno de los instrumentos que permite realizar cualquier tipo de consultas y en este nuevo mundo modernizado por la tecnología todas las personas sean de corta o avanzada edad están interactuando con sus conocidos y amigos por medio de las redes sociales los cuales serán una buena alternativa para dar a conocer sin incomodar a nadie del sitio que podrían visitar y hacer planes para compartir momentos agradables. como complementarias y no menos importante tendremos anuncios en televisión y radio local con el fin de llegar a nuestros clientes de una forma efectiva, además tendremos en cuenta medios de comunicación como correos y folletos para nuestras promociones.

Ofrecer comodidad a la hora de adquirir nuestros servicios: pensando siempre en nuestros clientes se ha considerado diseñar medios por los cuales puedan hacer sus reservaciones es así como teniendo en cuenta los resultados de la encuesta contaremos con reservaciones por sitio web, reservas telefónicas y atención personal.

Atención preferencial: la idea de esta estrategia es que los clientes que nos visiten de forma frecuente tengan promociones en determinadas actividades eco-turísticas con el fin de incrementar el número de visitas. ya que según la encuesta tan solo

existe un 53% de los encuestados que coinciden que su visita es de 1 a 2 veces al mes y un 43% menos de una vez.

2.2.4 Plan de Distribución

2.2.4.1 Objetivos y metas de Distribución. **Objetivo:** efectuar el mejor canal de distribución que pueda orientar al cliente a la obtención de nuestros servicios de manera más fácil motivados por la seguridad y solidez del servicio.

Meta de distribución: convencer al cliente en la adquisición de los servicios turísticos de esta manera ganar terreno en el mercado local partiendo de ese nicho la empresa se hará conocer en todos los rincones de la geografía mundial.

2.2.4.2 Estrategias de Distribución. **El voz a voz:** será fundamental para que las personas que se encuentren dentro de la geografía local y estén interesadas en adquirir estos novedosos servicios lleguen de manera directa a la empresa ya que pensamos que la mejor recomendación la darán quienes tengan el privilegio de visitarnos y se lleven la mejor atención y con la mejor calidad de servicio y serán ellos quienes lleven el servicio a muchos lugares dando testimonio de lo maravilloso y encantador lugar que se les va a ofrecer.

CONCLUSIONES

La población de Mocoa tiene un alto interés por más iniciativas eco turísticas que brinden espacios de recreación para la familia, amigos, compañeros de trabajo, etc. Buscan variedad y calidad en los servicios, esta preferencia se vió reflejada en la encuesta realizada en donde el 65% de los encuestados escogen paquetes de servicios en lugar de paquetes independientes.

Que las empresas establecidas de Ecoturismo busquen mejorar su oferta de productos y servicios en sus espacios, mejorando infraestructura y capacitación a sus empleados para que haya mayor demanda de los lugares turísticos y obtener la fidelidad de los clientes.

Los servicios de ecoturismo pueden beneficiarse a cualquier miembro de la familia, pero según la encuesta realizada la población potencial para el aprovechamiento del tiempo libre en actividades de ecoturismo se encuentra entre edades de 21 a 50 años.

RECOMENDACIONES

Establecer alianzas estratégicas que busquen más que un beneficio propio, el beneficio de una población, trayendo desarrollo y más competitividad al sector de servicios del Municipio de Mocoa.

Que las empresas establecidas de Ecoturismo busquen mejorar su oferta de productos y servicios en sus espacios, mejorando infraestructura y capacitación a sus empleados para que haya mayor demanda de los lugares turísticos y obtener la fidelidad de los clientes.

Que el Instituto Tecnológico del Putumayo brinde mayores herramientas para la capacitación y presentación de proyectos de emprendimiento frente a diferentes instituciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Gobernación del Putumayo & Cámara de comercio. (2015). *DIAGNÓSTICO PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO VERSIÓN 2.2 .PDF*. Pág. 78. Obtenido de www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=66414

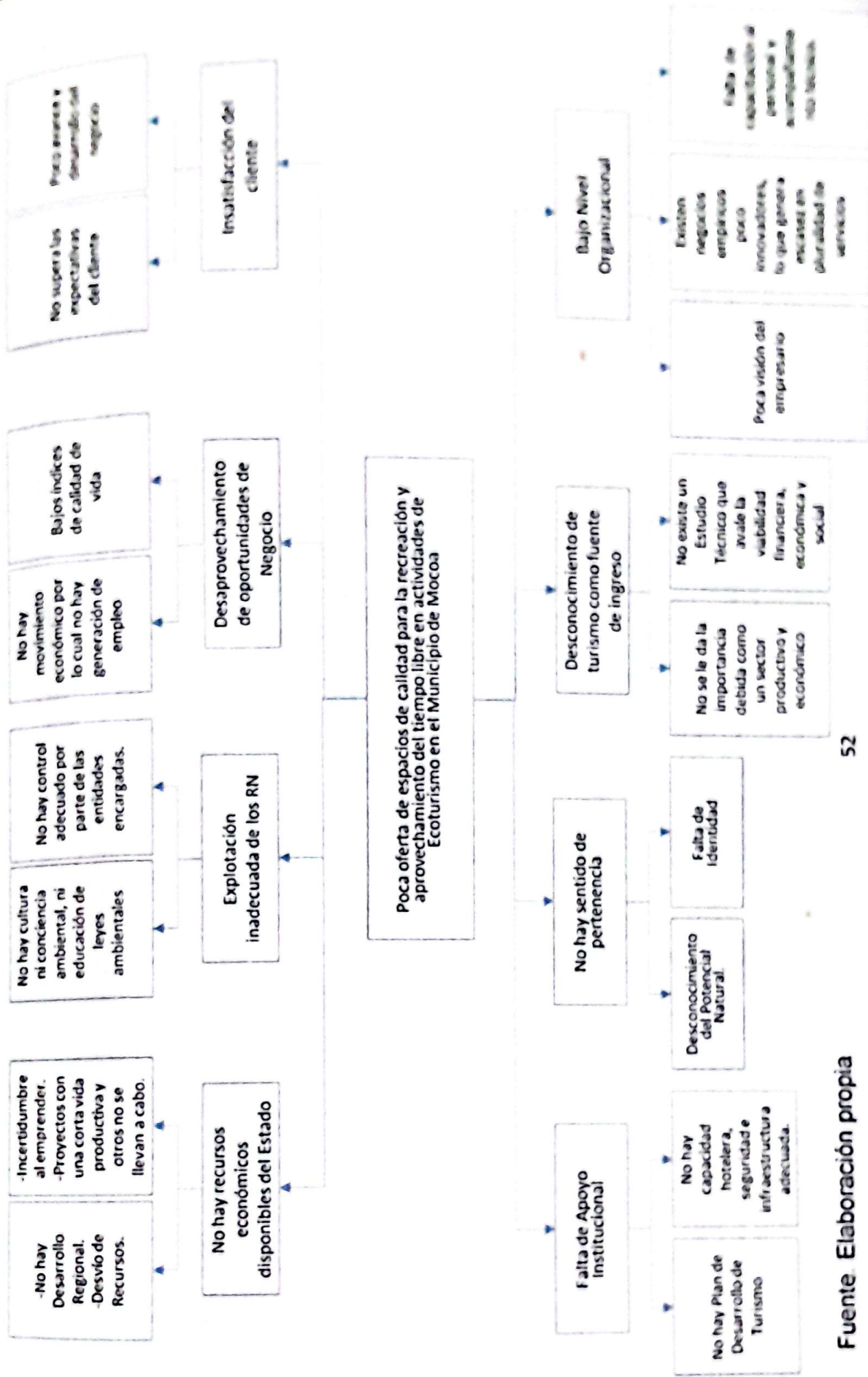
Gobernación Del Putumayo. (s,f). *Diagnóstico Plan de Desarrollo Turístico*. . Obtenido de www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=66414

Malhotra , G. (2008). *Introducción a la Investigación de Mercados. Investigación de Mercados*. México: Pearson Educación.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). *Política de Turismo de Naturaleza*. Obtenido de www.mincit.gov.co/descargar.php?id=64224

Parques Nacionales. (s,f). Obtenido de www.parquesnacionales.gov.co

Anexo 1. Árbol de Problemas



Anexo 2. Árbol de Objetivos

