



**Análisis del mercado en los servicios ofrecidos en la empresa
turística Lodge Laguna Guatipán Ancestral**

Yonth Jairo Giraldo Cerón

Yonth.giraldo.c@uniminuto.edu
<https://orcid.org/0000-0001-9983-5865>

William Valencia Rivera

William.valencia.r@uniminuto.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-5642-7236>

Jenni Arango Celis

jarangoceli@uniminuto.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-1773-2051>

Luz Mery Celis Murcia

Luz.celis@uniminuto.edu.co
<https://orcid.org/0000-0003-3595-5096>

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO – Regional Sur - Neiva Huila –
Colombia

RESUMEN

El objetivo de este estudio fue analizar los procesos para el desarrollo económico en el sector turístico en el municipio de Pitalito; logrando como resultado establecer estrategias en fortalecer un destino ecoturístico llamado Laguna Guaitipán Ancestral, que ofrece servicios innovadores y experiencias de entretenimiento como senderismo, glamping, deportes náuticos y restaurante, implementando en el municipio reconocimiento y posicionamiento en el sector turismo como uno de los principales impulsores de la economía local. Se evidenció que el municipio de Pitalito mantiene un gran potencial y expediente dentro del turismo de bienestar, pues alberga un importante entorno ambiental, cultural y patrimonio arqueológico. También es considerado como el mayor productor de café de Colombia, siendo epicentro de producción, llamando la atención del mundo. Estratégicamente se pretende motivar un segmento de mercado, teniendo en cuenta sus distancias y medios como factores de la demanda turística, de manera que los destinos puedan funcionar como marcas turísticas que resulten rentables como el caso de la Laguna Guaitipán. Sin embargo, el estudio de mercados arrojó viable y con gran potencial los modelos y estrategias que se desarrollaron en este arduo trabajo, fortaleciendo el turismo enfocado al ecoturismo que contribuye con la sostenibilidad local y regional.

Palabras clave: *Ecoturismo; Marketing; Mitología; Industria Hotelera; Desarrollo económico*

Correspondencia: Yonth.giraldo.c@uniminuto.edu

Artículo recibido: 10 agosto 2022. Aceptado para publicación: 15 septiembre 2022.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar: Giraldo Cerón, Y. J., Valencia Rivera, W., Arango Celis, J., & Celis Murcia, L. M. (2022). Análisis del mercado en los servicios ofrecidos en la empresa turística Lodge Laguna Guaitipán Ancestral. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 3098-3113. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3303

Market analysis in the services offered in the tourist company Lodge Laguna Guatipán Ancestral

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze the processes for economic development in the tourism sector in the municipality of Pitalito; achieving as a result to establish strategies to strengthen an ecotourism destination called Laguna Guatipán Ancestral, which offers innovative services and entertainment experiences such as hiking, glamping, water sports and restaurant, implementing in the municipality recognition and positioning in the tourism sector as one of the main drivers of the local economy. It was evident that the municipality of Pitalito maintains a great potential and record within wellness tourism, as it houses an important environmental, cultural and archaeological heritage. It is also considered the largest producer of coffee in Colombia, being the epicenter of production, attracting the attention of the world. Strategically it is intended to motivate a market segment, taking into account its distances and means as factors of tourism demand, so that tourist destinations can function as tourist brands that are profitable as in the case of Laguna Guaitipán. However, the market study revealed viable and with great potential the models and strategies that were developed in this hard work, strengthening tourism focused on ecotourism that contributes to local and regional sustainability.

Keywords: *Ecotourism, Marketing, Mythology, Hotel industry, Economic development*

INTRODUCCIÓN

El departamento del Huila está ubicado en la zona sur de Colombia, el significado del término Huila, es de origen indígena y traduce anaranjado, fue creado mediante la Ley 46 de 1905, es aparentemente sentenciado como departamento ya unos años después. La historia del Huila tiene un gran legado de la cultura Agustiniana, tan importante que según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en (UNESCO. 1995, s.f.) les confirió a los parques Arqueológicos de San Agustín, Alto de Los Ídolos y Alto de Las Piedras, la categoría de Patrimonio Cultural de la Humanidad por su riqueza ancestral. Este departamento cuenta con gastronomía, muestras culturales y artísticas propias de la región, y sobre todo sitios turísticos únicos, como lagunas, saltos, montañas y senderos.

Tomando en cuenta el desarrollo turístico en la zona, es fundamental que las empresas adapten estilos de dirección propios, que permitan extender los mercados ejecutando proyectos ambiciosos que den a conocer los municipios ubicados al sur del departamento del Huila. Entendiendo que la multiculturalidad del entorno natural del municipio de Pitalito, permite a visitantes propios y turistas realizar actividades como cabalgatas, rafting, canotaje, canopy, avistamiento de aves, vela, parapente, de la misma manera, los senderos ecológicos y el ecoturismo son de potencial en esta zona y de una importancia muy grande, según (Garay y Carrillo, 2021).

El turismo se ha incrementado en diferentes zonas del país y en el departamento del Huila ha sido uno de los focos principales en generar esa necesidad de consumo por sus hermosos paisajes y cercanía de los municipios, produciendo una rentabilidad y consumismo constante en el mercado; según (Blanco y Libreros, 2019) la “rentabilidad permanente es el rendimiento de la riqueza”, donde el consumo constante es la clave del éxito en la economía y genera la oportunidad de mejorar los precios que se den a los servicios o productos existentes o lanzados al mercado.

Botina (2021) realiza un estudio en el país titulado diseño de la oficina de representación turística para la administración y el mercadeo de los productos y servicios turísticos de la ruta: Santuario los Capotes, Laguna de la Bolsa en el municipio de Guachucal (Nariño). Con el objetivo de hacer un estudio de mercado y determinar las mejores estrategias de alcance a los turistas en relación al lugar donde se desarrolla.

Como antecedentes a nivel local es importante tener en cuenta el estudio directo que hacen los autores (Donatres y Zárate, 2020) en el municipio de Pitalito Huila en el periodo comprendido entre 2016 y 2019. En el cual estos identifican que se ha presentado problemas en la ciudad de Pitalito-Huila, que, a pesar de su potencial turístico y cercanía con otros municipios con atractivos propios, los autores afirman que no se ha sabido aprovechar dichas ventajas. De esta manera se ha venido perdiendo oportunidades en cuanto al desarrollo económico de la región, además de esto es de suma relevancia las preguntas más enfocadas a explicar cómo se desperdicia el potencial turístico de la ciudad, se explican por la falta de gestión pública, ya que el municipio de Pitalito tiene gran ventaja en promover estratégicamente el ecoturismo como propiedad del paisaje cafetero.

La investigación tiene como aspecto importante la gestión y desarrollo empresarial, debido al estudio de mercado que favorece a la empresa Lodge Laguna Guatipán Ancestral, lo cual aporta a la generación de valor agregado, como eje esencial de la gestión en el turismo y la interpretación del estudio de mercado.

El turismo es un sector que puede llegar a impactar significativamente la zona en la que se efectúe, puesto que, al desarrollarse esta práctica, se ven beneficiados muchos otros sectores económicos; y es que muchas profesiones coinciden en que cuando la actividad turística crece, las localidades y en general el país oferente se ve beneficiado puesto que los visitantes aumentan y gastan más dinero en el destino, lo cual conduce al crecimiento económico del lugar según (Webster y Ivanov, 2014)

Igualmente, como lo manifiesta (Lossio, 2022, p.8-15) en la publicación realizada en el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que la economía creativa genera turismo y desarrolla marcas país, el cual es un programa gubernamental para vender regiones con un nuevo modelo de oferta con conciencia social y visión sustentable para innovación en el sector del turismo, además es preciso que se incluya valor, como la facilidad de adaptación a los desafíos de las tecnologías (TIC's), la sostenibilidad e incertidumbre por el medio ambiente.

Las festividades cobran importancia en el comercio turístico, tal como lo mencionan (Amorin et al., 2020, p.1) en la publicación realizada, el impacto de los festivales de artes escénicas en el desarrollo turístico: análisis de la motivación, calidad, satisfacción y lealtad de los participantes, donde los días festivos tienen relevancia positiva en la promoción de los sitios turísticos de las diferentes regiones, al igual que el avance económico y cultural.

Aunque el beneficio del turismo repercute en muchos sectores de la sociedad oferente, se debe afirmar que la economía de forma positiva es la que se ve más afectada, puesto que incrementa considerablemente los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos, la generación de empleo y las oportunidades de negocio (Brida, 2021).

En el artículo de reportaje de la revista Semana (2021), en el cual se habla sobre la recuperación del sector turístico en Colombia, la Ministra de Comercio, María Jimena Lombana, habla de las proyecciones del sector y afirma que para el 2022 se espera una completa recuperación del indicador y estima un aumento de alojamiento y servicios de comida de alrededor de 37,5 billones de pesos, lo que representaría un incremento entre el 8 % y el 14 % al compararlo con los mismos valores del año 2019. (Art, semana).

Estas palabras de augurio positivo para un sector bastante golpeado debido a los efectos de la pandemia por Covid 19 y que a su vez permiten especular con posibilidades de incursionar en este negocio. Juntamente con el mejoramiento del sector turístico, la ocupación hotelera también se ha visto en recuperación constante, así como lo afirmó el presidente de Cotelco, José Andrés Duarte, que, según cifras del año 2021, el promedio de ocupación hotelera anual fue cercano a 56 % y que esta tendencia se mantendría para el año 2022. Semana (2022)

Para el caso del Huila, en tiempo de pre pandemia, el porcentaje de ocupación hotelera solía estar por debajo del promedio nacional, ubicándose en el 40 % para el 2019; para el año 2021 está mostrando mejoría pasando de 20% al 30 % con respecto al año anterior y se espera que al finalizar el 2022, el promedio se estabilice y alcance como mínimo el 40 % que había en pre pandemia, aunque con los avances en oferta turística en el departamento, este porcentaje podría aumentar un poco más según Manchola (2022)

Teniendo en cuenta lo mencionado, y sumando el hecho del potencial turístico de la Laguna de Guaitipán del corregimiento La Laguna, con el punto a favor que el Gobierno Departamental del Huila está apostando fuerte por el desarrollo turístico del departamento, los servicios ofrecidos dentro del Lodge Laguna Guaitipan Ancestral, estiman un crecimiento y fortalecimiento al sector turístico de la región, apostando a un impacto diferencial y experiencial a los turistas.

Es muy común ver cómo muchas empresas de distintos tipos, inician en un determinado negocio y al cabo de cierto tiempo se ven obligados a cerrar ya que las opciones de servicios ofrecidos no son los adecuados para el entorno, y en gran medida, dicha situación sucede por no haber realizado una preparación previa de un estudio de mercado, herramienta que al ser aplicada evidencia y facilita la toma de decisiones en la viabilidad de cada proyecto, para (Moreno et al. , 2021) a raíz de la pandemia el turismo ha vuelto a tomar impacto y las ideas pueden florecer de forma armoniosa.

Lodge Laguna Guaitipán Ancestral, ofrece a los turistas diferentes servicios experienciales como: sendero ecológico, restaurante, servicios de glamping, deportes náuticos; motivo por el cual se plantea la necesidad de tener una investigación de mercado que brinde información de interés para tomar decisiones que permitan el logro de los objetivos, sobre la calidad y precios de los servicios anteriormente mencionados.

El objetivo trazado es el estudio de mercado del sector turístico de Lodge Laguna Guaitipán Ancestral, en el municipio de Pitalito Huila, que permita el mejoramiento del diseño de las estrategias de comercialización y oferta de sus servicios ecoturísticos.

METODOLOGÍA

Esta investigación, se realizó en el municipio de Pitalito-Huila durante el primer semestre del 2022. El tipo de investigación tuvo un estudio descriptivo, con el objeto de encontrar propiedades y características importantes sobre las tendencias de los servicios prestados a la población objetivo. El enfoque que se aplicó fue de carácter mixto, lo cual permitió evaluar inicialmente la demanda aplicando como modelo de medición, el método de regresión lineal simple; para la oferta se tuvo en cuenta la demanda estimada, donde según los resultados obtenidos de la encuesta y modelo matemático, la demanda jalona la oferta (*ceteris paribus*) En esta investigación se trabajó con principios éticos, con la aprobación del emprendedor, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, de las personas que se aplicó el instrumento de medición; donde los resultados obtenidos fueron plasmados y reflejan la realidad del proyecto.

El tipo de población que se tomó; fueron los habitantes de Pitalito identificados como clientes potenciales, El estudio se basó en datos iniciales suministrados por la administración, el censo DANE (2005), donde el municipio de Pitalito cuenta con 25.020 hogares de los cuales 55.9% (13.991 hogares), son de vivienda propia y el 29.6% (7427 hogares) viven arrendados. En el municipio hay 22.870 habitantes, de las cuales en la zona urbana se ubica el 59.5% que corresponde a 13.603 unidades habitacionales, en zona rural el 40.5%, cerca de 9.263 viviendas. Donde el tamaño de la muestra fue de 166 encuestas aplicadas al mercado potencial, con 10 preguntas de selección múltiple y con única respuesta; y una abierta, en las cuales se buscó abarcar todos los puntos clave para obtener la información necesaria y concisa del objetivo del proyecto, todo con el ánimo de brindar elementos claves para la toma de decisiones y aplicación de estrategias.

Es importante resaltar que la Alcaldía de Pitalito (s. f) afirma que Pitalito municipio ubicado al sur del departamento del Huila es un hermoso valle que se conoce como la Puerta de ingreso al Macizo Colombiano. Pitalito conocido como El Valle de Laboyos, goza de unas condiciones ideales para promover el desarrollo económico turístico y cultural del departamento del Huila. El crecimiento económico que ha tenido el sur del Huila en los últimos años se ha catalogado a Pitalito como la capital del sur del Huila, ya que cuenta con la estrella vial más importante del departamento ubicado estratégicamente que permite la comunicación con los Departamentos vecinos del Cauca, Caquetá y Putumayo.

RESULTADOS

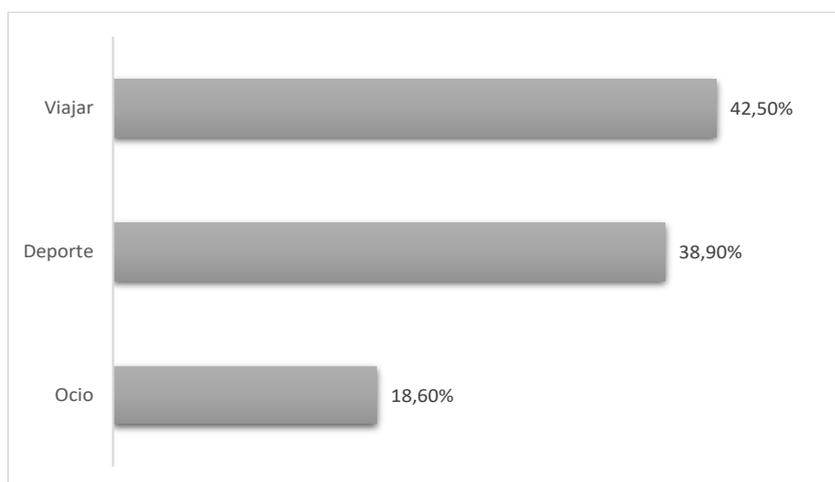
En el desarrollo de la investigación realizada, se aplicó el instrumento con el objetivo de conocer las expectativas, deseos y preferencias que tienen los usuarios potenciales sobre los servicios que se ofertan en Lodge Laguna Guatipán Ancestral.

Dentro de las preguntas realizadas se destacan los siguientes resultados.

En primera instancia se indagó a los encuestados a qué dedican su tiempo libre, y los resultados determinaron que el 38,9% de la población ocupa su tiempo libre en deporte, un 18,6 % en ocio, y un 42,5% en viajar; los anteriores resultados muestran una percepción favorable, puesto que, podrían ser clientes potenciales para los servicios ofertados de Logde Laguna Guatipán Ancestral. Como se evidencia en la siguiente figura.

Figura 1

¿A qué dedica su tiempo libre?



Nota. Datos tomados del resultado de la encuesta aplicada

El 38,9 % de la población encuestada, comparten su tiempo libre en familia, un 28,1% en pareja, el 26,9% dicen compartir con amigos, y un 6%, lo realizan solos; se observa que hay dos tendencias similares entre parejas y amigos, sin embargo, casi el 40% de la población encuestada, lo realizan con su núcleo familiar, dando a entender que el portafolio de servicios debe estar enfocado a grupos

Se establece que el 47% de la población encuestada, está entre el rango de edad de 0 a 30 años, un 38,7%, de 30 a 40 años y el 11,3 % de 40 a 50 años; es decir, el portafolio de servicios debe enfocarse en actividades que permitan un mayor tiempo de esparcimiento en el rango más alto de edades. Como se observa en la figura No.2.

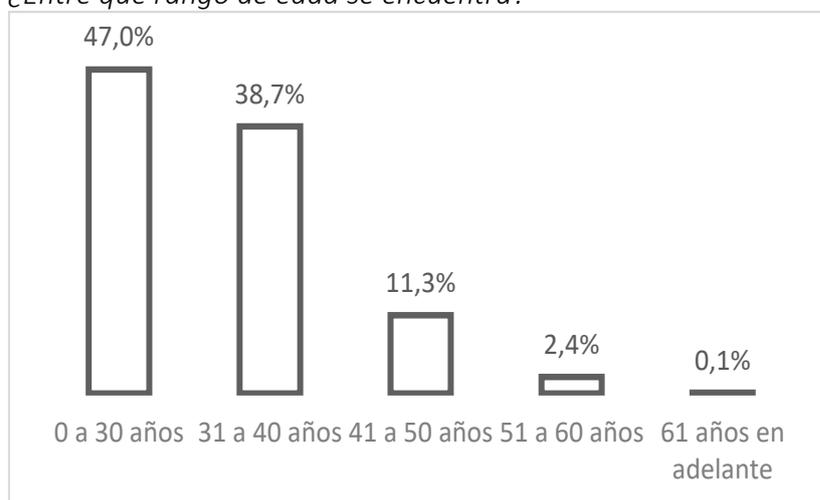
Además, se determina que el 64,3% de la población encuestada es visitante local (Pitalito, área urbana y rural), un 33,3% de origen nacional y un 2,4 % internacional; es decir, aunque la mayor parte de visitantes son locales, es importante dar a conocer el lugar a nivel nacional e internacional con el fin de incrementar la demanda (ver figura 2).

El 60,7 % de la población encuestada, sí conocen la Laguna de Guaitipán y un 38,7% no la conocen; dichos porcentajes son directamente proporcionales, correlacionados a la pregunta anterior.

También se destaca que el 75% de la población encuestada, tiene una percepción buena de los servicios turísticos ofrecidos, un 17,3% dice ser regular y un 7,7 % malo; evidenciando un buen servicio para los visitantes, sin embargo, se debe realizar un plan de mejora, para esa población insatisfecha con los servicios prestados.

Figura 2

¿Entre qué rango de edad se encuentra?



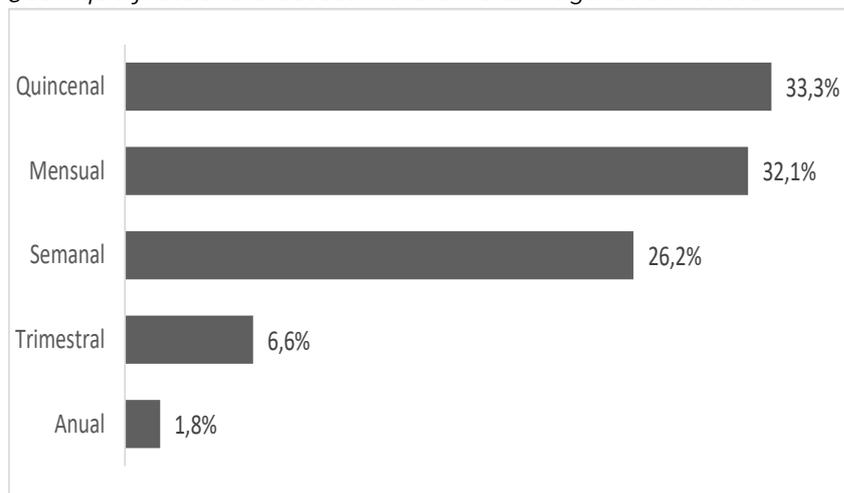
Nota. Datos tomados del resultado de la encuesta aplicada

Se considera importante resaltar que el 26,2 % de la población encuestada, visita lugares turísticos semanalmente, el 33,3 % quincenal, el 32,1 % mensual, el 6,6% trimestral y el 1,8% de la población encuestada realiza visitas a sitios turísticos con periodicidad anual; lo cual indica alta periodicidad de visitas a estos lugares.

Esta percepción es muy importante para Lodge Laguna Guaitipan Ancestral, ya que así puede determinar con qué frecuencia puede ser visitado este lugar y de esta manera estar preparado y en constante mejoramiento. Ver Figura No.3

Figura 3

¿Con qué frecuencia acostumbra a visitar lugares turísticos?



Nota. Datos tomados del resultado de la encuesta aplicada

También se consideró relevante conocer la apreciación que tiene la población, con relación a los precios decretados en Lodge Laguna Guaitipan Ancestral, obteniendo los siguientes resultados. El 60,7% de la población encuestada, dice que es justo el valor de los precios de los servicios que se ofrecen, un 26,8 % económico, y el 12,5% costoso; donde se evidencia que los precios son favorables para los visitantes, sin embargo, es importante hacerle saber que, los servicios que prestan se ajustan a las necesidades del cliente, teniendo en cuenta, los gastos administrativos y el mantenimiento del lugar.

De igual manera es pertinente saber por qué medio los encuestados se enteraron sobre la existencia de este sitio turístico, donde se estableció que el 45,8 % de la población encuestada conoce Laguna Guaitipán Ancestral por medio del voz a voz, un 44% por medios digitales y el 10,1 % por la radio; se evidencia que muchos visitantes tienen una buena imagen del lugar, por lo que hablan del mismo, y aunque, lleva poco tiempo en el mercado, digitalmente es reconocido.

En la investigación realizada es importante conocer por parte de la población objeto (166 encuestados), los servicios que les gustaría que ofreciera este sitio turístico, adicional a los ya existentes, para lo cual se realiza una pregunta abierta, obteniendo los siguientes resultados.

De las respuestas obtenidas y tabuladas en la siguiente tabla, se tiene que 25 personas encuestadas manifiestan que les gustaría que se implementara juegos para niños, entendiendo de esta manera que se debe tener un espacio especial para los niños; en cuanto a las actividades acuáticas como: muelle, motos y piscina, ya están realizando los debidos permisos para su ejecución.

Tabla 1*¿Qué tipo de servicios le gustaría que se ofrecieran, diferentes a los existentes?*

Que tipo de servicios le gustaría que se ofrecieran, diferentes a los existentes	Cant. personas
Juegos para niños	25
Muelle	23
Piscina	22
Motos acuáticas	19
Techos en senderos	15
Ambiente floral	15
Juegos de mesa	14
Cafetería	10
Columpios	9
Mejorar infraestructura	7
Heladería	7
Total, encuestados	166

Nota. Datos tomados del resultado de la encuesta aplicada, El presente estudio fue realizado en Lodge Laguna Guaitipán

Estrategia de Mercado

Dentro del estudio de mercado realizado se puede destacar.

Perfil del cliente: Lodge Laguna Guaitipán Ancestral, es un proyecto turístico que permite a los locales, dar a conocer no solamente el municipio de Pitalito, sino al corregimiento la Laguna, beneficiando a los alrededores a generar empleo y para la creación de nuevas microempresas, que favorecen a la economía local.

Mercado potencial: Se ha encontrado que a las personas les gusta visitar lugares donde puedan realizar actividades acuáticas y de esparcimiento, por lo que se han creado espacios donde se pueden realizar actividades como Kayak, senderismo, restaurante y glamping, así los visitantes del lugar tendrán experiencias novedosas.

Descripción del producto: El restaurante de Lodge Laguna Guaitipán Ancestral ofrece a sus visitantes, platos innovadores con productos de la región para el deleitar del paladar de los visitantes, tomando los sabores tradicionales como el arroz fiambre, siendo el más tradicional y significativo de la región.

El senderismo consta de una caminata ecológica, donde se observan esculturas mitológicas, como el Mohán, la Madremonte, el Duende, la Vaca marina, realizadas por artesanos de la zona, jeroglíficos tallados en piedra, donde se narra la histórica leyenda sucedida en el siglo XVI con la Cacica Guaitipan, quien fue una heroína de la zona; avistamiento de aves, el lugar cuenta con 94 especies de aves diferentes entre ellas 6 endémicas de Colombia.

Hoy por hoy la competencia aumenta considerablemente, debido a que las personas están buscando espacios de esparcimiento natural, por lo tanto, se ha encontrado que hay muchas fincas cafeteras que ofertan esos mismos servicios. Dentro de la competencia directa de la empresa *Lodge Laguna Guaitipán Ancestral*, en la región se destacan las siguientes, ver tabla 2

Tabla 2

Competencia directa de Lodge Laguna Guaitipán Ancestral

Competencia y ubicación	Descripción de actividades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ MAYU Aventura Ancestral Isnos- Huila 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Senderos ecológicos con animales de la granja. ✓ Mirador del gigante Mayú. ✓ Glamping con vista al cañón del Magdalena ✓ Restaurante ✓ Senderos por los alrededores
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mirador del Magdalena Isnos- Huila 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mirador al cañón del Magdalena. ✓ Juegos extremos como columpio gigante. ✓ Restaurante ✓ Piscina ✓ Malla catamarán
<ul style="list-style-type: none"> ▪ MASAYA San Agustín- Huila 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Glamping. ✓ Zona social. ✓ Restaurante y bar. ✓ Zona de sendero y ciclismo
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montaña La Mano de Gigante, Gigante- Huila 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mirador en la mano y atrapa sueños. ✓ Columpio con alas de mariposa. ✓ Senderos ecológicos ✓ Glamping entre cafetales. ✓ Restaurante.

Nota. Empresas turísticas con actividades similares a las ofrecidas por *Lodge Laguna Guaitipán Ancestral*

Estudio de demanda en los productos de Lodge Laguna Guaitipán Ancestral.

En la estimación de la demanda en los productos y servicios del establecimiento, las cantidades más relevantes según las encuestas, las cuales representan mayor interés para los clientes (Clavijo, 2022); para ello, se seleccionaron las siguientes categorías ofertadas, como: Servicio de sendero, arroz fiambre, empanadas (paquete x 6 unidades), trucha a la plancha y asado de cerdo. El primero es un servicio que ha estado desde la gesta del proyecto y los cuatro (4) siguientes, son productos del área de restaurante.

De acuerdo con la necesidad del mercado se encuentra viable la oferta y demanda de los productos y servicios, que ofrece la empresa; estratégicamente el estudio arroja aspectos importantes que se requiere actualmente en el sector turismo, logrando conectar tendencias sostenibles y rentables con un enfoque ecoturístico.

Se realizó un estudio de la demanda, con el modelo de regresión lineal simple, de la siguiente manera:

Fórmula:

$$y = a + b$$

Donde:

y= variable dependiente

a= Punto de intersección de la línea de progresión con el eje y

b= la pendiente de la línea de regresión lineal

x= variable independiente

n= número de periodos

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

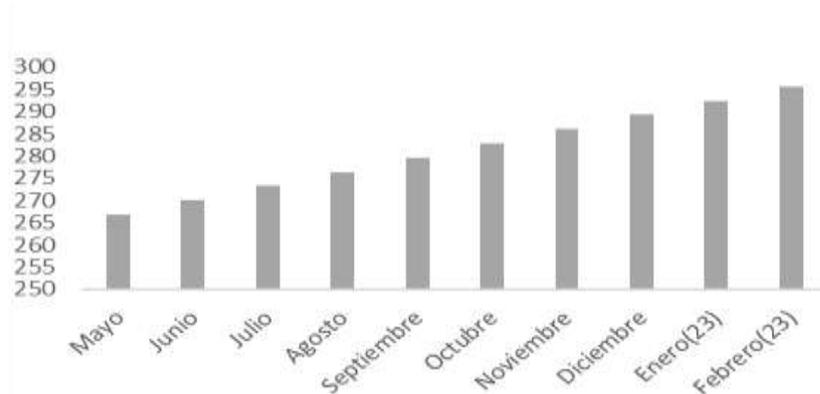
$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

Los precios para los productos, de los bienes seleccionados, se proyectaron para la vigencia 2023 con un incremento del 20%, debido a las fluctuaciones del mercado.

Producto Sendero

Figura 4

Demanda Sendero de Lodge Laguna Guaitipán Ancestral



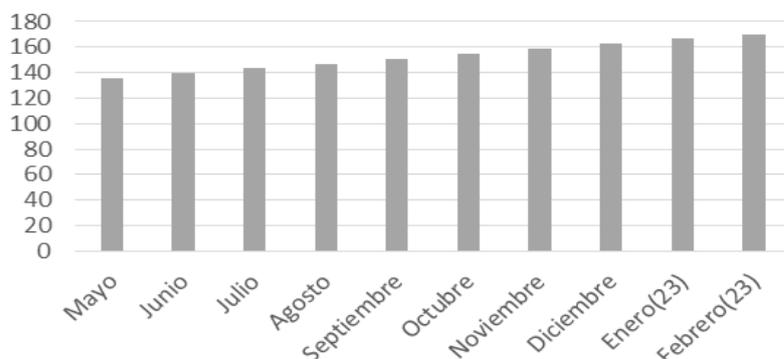
Nota. Proyección de la demanda del servicio Sendero de mayo 2022 a febrero 2023

Análisis: Este es un servicio, que es insignia del establecimiento, y funciona desde el inicio de la gesta del negocio, se contabiliza por entrada individual al sitio, y no tiene en cuenta la variable clima de la zona ceteris paribus, se observa una proyección creciente; se observa una proyección creciente, incrementándose, un 0.90% desde el mes de mayo hasta febrero del 2023.

Producto: Arroz Fiambre

Figura 5

Demanda arroz fiambre de Lodge Laguna Guaitipán Ancestral



Nota. Proyección de la demanda del producto de arroz fiambre de mayo 2022 a febrero 2023

Evaluando la demanda de este producto, según el método de regresión lineal simple, encontramos una demanda progresiva, puesto que las cantidades demandadas tienden a incrementarse, alcanzando en el mes de febrero un pico de 170 unidades, claro está, sin tener en cuenta variables exógenas, tales como, temporadas altas, fechas especiales y condiciones climáticas.

En la estimación de demanda para la trucha asada, al igual que en los anteriores productos, hay una demanda creciente, el pico de demanda se observa para el mes de febrero de 2023 (122 unidades). Es de notar, que se aprovecha, la potencial productividad del cultivo de trucha del municipio de Pitalito, lo cual es un punto a favor, aprovechado como venta competitiva respecto a otros sitios geográficos que ofrecen servicios turísticos similares; este producto es el segundo con más representación en ventas del área de restaurante.

La proyección de la demanda del producto Asado de cerdo de mayo 2022 a febrero 2023, se evidencia, una constante en las cantidades demandadas para los meses de agosto y septiembre (87 unidades), de igual forma en diciembre y enero (2023), pero la demanda es creciente en promedio 1 cantidad por mes, siendo progresiva; lo anterior, no es significativo en términos monetarios, esto puede llevar a replantear un diseño del producto, y/o cambiarlo a futuro por uno nuevo que llame la atención del cliente.

CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación muestran que Lodge Laguna Guaitipan Ancestral es un proyecto turístico que permite a los locales, dar a conocer no solamente el municipio de Pitalito, si no al corregimiento de la laguna, beneficiando a los alrededores a generar empleo y la creación de nuevas microempresas, que favorecen la economía local y regional; brindando servicios de entretenimiento, con precios cómodos y accesibles al público.

Con respecto a los servicios prestados, se concluye que es necesario incluir más actividades para clientes específicos, en este caso los niños y mejorar los ya existentes, con el fin de atraer más visitantes, sin limitar edades ni géneros; esta información se observa en los resultados de la encuesta que se realizó directamente a los visitantes del lugar. Según las encuestas, la percepción del servicio al cliente há sido un determinante para estimar la demanda con un incremento sostenido para el 2023 a corto plazo, lo anterior provee un mejoramiento progresivo, para el crecimiento del modelo de negocio.

A pesar de ser un sitio en reciente apertura al público, los servicios ofrecidos han tenido una enorme acogida por los visitantes, esto gracias a la buena atención por parte del personal y la comodidad de los precios, a lo que se concluye que Lodge Laguna Guaitipán, es un proyecto viable y en proceso de mejoramiento para la estabilidad y permanencia económica dentro del mercado turístico.

El estudio de mercado, arrojó unos resultados positivos, logrando identificar cuáles son las actividades que tienen mayor preferencia por parte de los visitantes, y así mismo las posibles actividades que se pueden establecer en la laguna. El uso de las tecnologías de la información y comunicación (tics), revisten gran importancia, para contribuir al crecimiento de la demanda, puesto que el mercadeo digital, es una variable determinante, para la promoción y divulgación del proyecto emprendedor, en este caso; Lodge Laguna Guaitipán Ancestral.

Gracias a los modelos y estrategias que se desarrollaron en esta investigación, se le permitió, darse a conocer y hacer nuevas alianzas estratégicas con el sector del turismo local y regional.

En correspondencia con los resultados obtenidos en este estudio de mercado, se estima que para el año 2023, la oferta y la demanda presentada en progresión lineal de los productos y servicios más consumidos por los turistas en la laguna, el cual aumenta mes a mes, siendo así una proyección a corto plazo positiva para la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado logra analizar la viabilidad y el gran potencial en el sector turístico que tiene Lodge Laguna Guaitipán Ancestral, contribuyendo en propósitos sostenibles, bajo un enfoque ecoturístico que ayuda a la evolución de este sector y así estar en tendencia del mercado, compitiendo con calidad e innovación. Cabe resaltar que es indispensable el aumento de la demanda económica de la región, ofreciendo la observación del medio ambiente natural, con un estilo de turismo alternativo, o ecologista, diferente al turismo tradicional, valorando sus paisajes. En concordancia con la publicación realizada por (García Reinoso, 2019, p.16) en su artículo Segmentación y valoración del mercado turístico:

Estudio del destino Patrimonio de la Humanidad Trinidad de Cuba, Revista Venezolana de Gerencia, es importante determinar el perfil del visitante y de esta manera poder establecer las motivaciones que hacen que estos, visiten con frecuencia Lodge Laguna Guaitipan Ancestral y poder de esta manera ofrecer un servicio acorde a sus necesidades.

REFERENCIAS

Alcaldía de Pitalito (s. f). Turismo Pitalito. <http://turismopitalito.gov.co/>

Amorin, D., Jiménez Caballero, J.L., Almeida, P. (2020). El impacto de los festivales de artes escénicas en el desarrollo turístico: análisis de la motivación, calidad, satisfacción y lealtad de los participantes. (p.1) Revista Tourism & Management Studies, <https://doi.org/10.18089/tms.2020.160404>

Blanco, L. A. y Libreros, J. (2019). Milton Friedman y la contrarrevolución keynesiana. ODEON, 17, 7-43. DOI: <https://doi.org/10.18601/17941113.n17.02>

Blanco, L. F. L., & Hanco, R. W. M. (2020). Modelamiento y proyección de la demanda de turismo internacional en Puno-Perú. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, 14, 34-55.

Botina Mora, J. M. (2021). Diseño de la oficina de representación turística para la administración y el mercadeo de los productos y servicios turísticos de la ruta: Santuario los Capotes, Laguna de la Bolsa en el municipio de Guachucal (Nariño) hacia el año 2020.

Brida, J. G., Brindis, M. A. R., & Mejía-Alzate, M. L. (2021). La contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín—Colombia. Revista de economía del Rosario, 24(1), 1. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5095/509565795001/index.html>

Garay Castañeda, K. Y., & Carrillo Corrales, P. A. Fortalecer el eco-turismo como estrategia de educación ambiental mediante la elaboración de un guion de interpretación ambiental para dos senderos ecológicos a través de la identificación de los recursos eco-turísticos ofrecidos por la Reserva Natural El Cedro del municipio de Pitalito.

García Reinoso, 2019. Artículo Segmentación y valoración del mercado turístico: Estudio del destino Patrimonio de la Humanidad Trinidad de Cuba, Revista Venezolana de Gerencia, (p.16) Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29060499010>

Gordillo Cortez, F. E. (2021). Línea de transporte turístico, plan de negocios (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021).

La nación (14 de abril de 2022). Ocupación hotelera del Huila superó cifras prepandemia <https://www.lanacion.com.co/ocupacion-hotelera-del-huila-supero-cifras-prepandemia/>

Lossio Chávez, F. (2022). Turismo y marca país: tendencias y estrategias digitales: arte, cultura y nuevas tecnologías en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (p.8-15) <http://dx.doi.org/10.18235/0004301>

Moreno-Quispe, L. A., Martínez-Nole, I. V., Apaza-Panca, C. M., & Arévalo, J. E. C. (2021). Ideas de negocio para reactivar el turismo en pandemia en "La Encantada", Chulucanas, Perú. Revista Venezolana de Gerencia, 173-173.

Ossa Donatres, S., & Zarate Martínez, M. C. (2020). Análisis del desarrollo turístico desde la gestión pública en Pitalito–Huila periodo 2016-2019.

Revista Semana. Colombia terminaría 2021 con cifras prepandemia en turismo doméstico. Recuperado de: <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/colombia-terminaria-2021-con-cifras-prepandemia-en-turismo-domestico/202137/>

Revista Semana (14 de abril 2022). Colombia terminaría 2021 con cifras prepandemia en turismo doméstico. ISSN 2745-2794. Recuperado de: <https://www.semana.com/economia/macroeconomia/articulo/colombia-terminaria-2021-con-cifras-prepandemia-en-turismo-domestico/202137/>

UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/culture>

Webster, C., & Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*, 40, 137-140. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.06.003>