

Recomendaciones de Mercadeo para empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022

Carolina Sánchez González, ULACIT

2022

Resumen

La justificación de este trabajo de investigación corresponde al conocimiento de la condición actual de las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales del país para poder brindarles recomendaciones de mercadeo, para que se logren posicionar de la mejor manera y les permita mostrarles a los clientes potenciales los grandes beneficios que este tipo de empresas de servicio ofrece.

El problema propuesto para esta investigación se basa en enumerar recomendaciones de mercadeo idóneas para estas empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de nuestro país. Por lo que la pregunta planteada es la siguiente: ¿cuáles son aquellas recomendaciones de mercadeo dirigidas a las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022?

La metodología de este trabajo se emprenderá a través de una investigación de tipo descriptivo, ya que se busca determinar los factores y elementos, entre otros y brindar recomendaciones de mercadeo para empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica para el segundo semestre de 2022.

Entre los resultados clave obtenidos y que se mantuvieron congruentes a lo largo de la investigación e interpretación de resultados, fue una inclinación por parte de las empresas del sector turismo de paisajismo hacia el requerimiento y elemento “la calidad brindada”. En los resultados se ve de forma notable cómo los encuestados recomiendan este elemento de calidad para las empresas del sector turismo de paisajismo que deseen realizar trabajos en las zonas rurales del país.

Como conclusión y recomendaciones finales para las empresas del sector turismo de paisajismo que deseen realizar trabajos en las zonas rurales de Costa Rica, primordialmente, es que siempre tengan presente el elemento “la calidad del producto que se ofrece”, el cual hará que los clientes estén satisfechos y fieles a la empresa. Asimismo, que se analicen los otros elementos de mercadeo expuestos en este trabajo de investigación, ya que dicha investigación demostró que la aplicación de todos los elementos de mercadeo es importante para el éxito de las empresas del sector turismo de paisajismo.

Carolina Sánchez González, bachiller de Periodismo de la Universidad Internacional de las Américas. Optando por la Licenciatura en Mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología ULACIT. Correo electrónico: csanchezg032@ulacit.ed.cr

Palabras clave

Paisajismo, turismo, rural, calidad, mercadeo.

Abstract

The justification or reason for this research work has been, the knowledge of the current condition of the companies in the landscaping tourism sector in rural areas of the country with the final purpose of providing them with marketing recommendations so they can position themselves in the best way and allow them to show to potential clients, the great benefits that this type of companies offer.

The problem proposed for this research is based on providing marketing recommendations for these companies in the landscaping tourism sector in rural areas of our country. So, the initial question is the following: what are those marketing recommendations for landscaping tourism sector companies in rural areas of Costa Rica during the second half of 2022?

The methodology for this research will be conducted through a descriptive investigation, since it seeks to determine the factors, elements, among others, and provide marketing recommendations for companies in the landscaping tourism sector in rural areas of Costa Rica for the second semester of 2022.

Among the key results obtained, we have found out consistently throughout the investigation and results' interpretation, an inclination from the landscaping companies towards the requirement and element "the quality provided". In the results, it is noticeable, that the 'quality element' is highly recommended by these landscaping companies.

As a conclusion and final recommendations for companies in the landscaping tourism sector that wish to conduct work in rural areas of Costa Rica, it is first to keep in mind the element "the quality of the product that is offered", which will make customers satisfied and loyal to companies. Besides that, the other marketing elements explained in this investigation research must be considered, since the research shows that the application of all marketing elements are important for the success of companies in the landscaping tourism sector.

Key words

Landscaping, tourism, rural, quality, marketing.

Introducción

Las empresas del sector turismo de paisajismo han tenido durante las últimas décadas un gran auge en Costa Rica, principalmente en las zonas urbanas en donde muchos costarricenses de áreas residenciales y empresas con espacios y zonas verdes desean mantener dichos lugares en excelentes condiciones, con plantas, árboles, decoraciones en piedra, fuentes y jardines de diferentes tipos, que van desde jardines acuáticos hasta jardines zen o jardín japonés, el cual está compuesto por elementos fundamentales como las rocas, el agua y una vegetación que se deja crecer de forma natural.

Si bien, este servicio es atractivo en las zonas urbanas, no tiene tanta apertura o aceptación de la misma manera en las zonas rurales del país, en donde los costarricenses no desean invertir en este tipo de servicio y usualmente, las mismas personas dueñas de sus espacios verdes desean brindar el mantenimiento por sí mismos. Para esto, muchos costarricenses bajo estas condiciones logran conseguir máquinas de cortar zacate sencillas y accesibles como las cortadoras de césped manuales o eléctricas, así como la motoguadaña. Adicionalmente, compran en viveros variedad de plantas y de esta forma, ellos crean sus jardines de forma más sencilla, pero por sí mismos.

Es debido a esto que la justificación de este trabajo de investigación se basa en conocer la condición actual de las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales del país y brindarles recomendaciones de mercadeo para que se logren posicionar de la mejor manera y les permita mostrarles a los clientes potenciales, los grandes beneficios que este tipo de empresas de servicio ofrece.

Esta investigación brindará diferentes recomendaciones que le servirán a todas aquellas empresas del sector turismo de paisajismo ubicadas en las zonas rurales de Costa Rica, que deseen ofrecer sus servicios de paisajismo, posicionarse, ganar clientes y mantenerlos a lo largo del tiempo.

Habiendo dicho esto, los principales beneficios de esta investigación son comprender los motivos por los que las empresas del sector turismo de paisajismo no se han logrado posicionar en las zonas rurales del país, así como lograr brindar recomendaciones de mercado a las empresas del sector turismo de paisajismo ubicados en las zonas rurales de Costa Rica para que logren ofrecer de forma constante sus servicios al mercado costarricense. Dichas empresas también aprenderán qué cosas se deben de evitar, como transformar debilidades en fortalezas, como cambiar, innovarse y posicionarse.

Por esta razón, su aporte es permitir que las empresas del sector turismo de paisajismo ubicadas en las zonas rurales incorporen las recomendaciones de mercadeo que se va a brindar dentro de sus técnicas y estrategias de posicionamiento, para que esto les permita abrirse a nuevos caminos y oportunidades tanto para ellos, para los empleados de dichas empresas y para los costarricenses que podrán recibir este servicio.

Por su parte, el problema propuesto para esta investigación se basa en enumerar recomendaciones de mercadeo idóneas para estas empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de nuestro país. Por lo que la pregunta planteada es la siguiente: ¿cuáles son aquellas recomendaciones de mercadeo dirigidas a las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022?

Una vez establecido el problema de la investigación, se plantea un objetivo general y tres objetivos específicos, los cuales van de la mano del análisis de las recomendaciones que se desea brindar como soluciones al problema previamente planteado. El objetivo general es: analizar las recomendaciones de mercadeo idóneas para las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022.

Los tres objetivos específicos planteados son: a) identificar los requerimientos del mercado amante del sector turismo de paisajismo en zonas rurales claves para las recomendaciones de mercadeo, b) escribir los elementos de mercadeo necesarios en las empresas del sector turismo de paisajismo en zonas rurales en el corto plazo y c) sugerir las recomendaciones de mercadeo que las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales pueden aplicar durante el segundo semestre de 2022.

Seguidamente se exponen los conceptos claves de la investigación acordes con los objetivos planteados a través de la revisión bibliográfica.

Revisión bibliográfica

Las empresas del sector turismo de paisajismo, definitivamente en las últimas décadas han tenido un gran auge en Costa Rica, principalmente en las zonas urbanas en donde grandes áreas residenciales y empresas con espacios y zonas verdes desean mantenerlas hermosas. CulturaCR.net (2019) menciona que:

en Costa Rica, propiamente, aparte de la carrera de agronomía, el ejercicio de la jardinería no había sido considerado seriamente como un arte y una ciencia, hasta que los ornamentales empezaron a ser exportados del país y, pronto, a confirmarse en el paisaje de miles de espacios públicos y privados, más allá del trabajo empírico que nos llega a nuestros antepasados en el campo, quienes siempre han procurado tener sus casas bellas para envidia de los visitantes.

Esto da claridad y mayor comprensión acerca de cómo este sector turismo de paisajismo se ha abierto camino y cómo es que se ven cada vez más residenciales y empresas mostrando elegancia, belleza, detalles y llamativas decoraciones en sus zonas verdes.

El tema del sector turismo de paisajismo no es algo nuevo, de hecho, Alejandro (2019) menciona que “aunque pueda parecer un invento moderno, el paisajismo público y residencial se ha practicado a lo largo de la historia durante cientos de años por muchas culturas diferentes. Para cada cultura, el paisajismo simbolizaba algo diferente y estaba compuesto de diferentes elementos”. Y es algo que se ha visto desde hace mucho, aun en películas, libros, revistas, videos y documentales, como es que, desde hace siglos, existía un gran gusto por el embellecimiento de áreas verdes, jardines, árboles, fuentes, pequeños lagos y decoraciones con piedras que formaban grandes obras de arte. Cartwright (2018) complementa lo anterior al referirse a los jardines colgantes de Babilonia de la siguiente forma:

estos jardines no se componían solo de flores y plantas, sino que también se añadían elementos arquitectónicos, escultóricos y fuentes, e incluso las vistas se tenían en cuenta en el paisajismo de la antigüedad. Los jardines llegaron a convertirse en un elemento tan deseado que los pintores de frescos, como los de Pompeya, cubrían paredes enteras de las villas para crear la ilusión al entrar en la habitación en cuestión de que se entraba en un jardín. Así que todos estos agradables lugares al aire libre deben su existencia a la antigua Mesopotamia y, sobre todo, a los magníficos jardines colgantes de Babilonia.

Es importante mencionar algunos fundamentos sobre el sector turismo de paisajismo, ya que definitivamente es toda una actividad que, utilizando plantas y recursos naturales como materia prima, modifica las características visibles, físicas y anímicas de espacios exteriores, comúnmente parques y jardines a pequeña y gran escala de las casas, residenciales y empresas con zonas verdes. Ochoa (2021) indica que:

el paisajismo se considera como la actividad que modifica las características visibles, físicas y anímicas de un espacio, tanto rural como urbano, para expresar valores estéticos y culturales. Actividades como cultivar plantas, dar forma a elementos naturales, crear estructuras y elementos

abstractos, se consideran parte del paisajismo, ya que este no solo recurre a lo visual sino a la multidimensionalidad del espacio.

El arte del sector turismo de paisajismo utiliza elementos tanto naturales como artificiales y busca combinarlos en armonía. De hecho, López (2019) enfatiza que:

el uso de materiales naturales hará de tu jardín un lugar más armónico. Sin embargo, si deseas aventurarte un poco más, deberás combinar las texturas, tamaños y colores de tus superficies duras (pasillos, paredes, fuentes) con las suaves (árboles, arbustos, césped) para crear un paisaje cohesivo.

En la actualidad es fascinante ver el arte que se realiza con el sector turismo de paisajismo, Vince Studio (2020) hace énfasis al mencionar que:

El paisajismo contemporáneo está dirigido hacia las líneas simples y rectas, formas limpias y texturas orientadas más hacia la estética de la edificación y el confort más que a la colocación de plantas. Aunque la vegetación sigue siendo la protagonista, está cada vez más se coloca en sitios estratégicos con una visión más artística y despejada.

Es increíble también notar como profesionales y expertos de diversas áreas son parte de la creación del arte turismo de paisajismo. Las empresas amantes del sector turismo de paisajismo definitivamente buscan hacer arte y hacer el mejor uso de los espacios grandes y pequeños, y las plantas, así como agregar elementos como piedras, arena, madera y árboles, entre otros. De la misma forma, hay todo un trabajo en conjunto y una gran asociación con otros expertos y profesionales, entre sí crean alianzas de trabajo en común para forman espacios verdes en ambientes maravillosos para que las personas puedan conectarse y sentirse cómodas, de hecho, Álvarez-Díaz y Villalón (2022) indican que:

Los arquitectos paisajistas son artistas, científicos y ambientalistas. Se asocian con arquitectos, horticultores, agrimensores, ingenieros y conservacionistas para resolver problemas y crear espacios con los que las personas puedan conectarse y donde puedan conectarse entre sí— espacios significativos y auténticos en donde las personas quieren vivir y las empresas quieren hacer negocios.

Por lo que es importante que los previos requerimientos y detalles sean tomados en cuenta por todas las empresas (grandes, medianas y pequeñas) de paisajismo, principalmente en este caso del sector de turismo de paisajismo en zonas rurales. Dichos requerimientos son claves y se convierten en recomendaciones de mercadeo, ya que el objetivo del *marketing* es que más personas sepan que existe un negocio, aumentar el interés por las actividades que el negocio realiza y de esta forma, conseguir más clientes. Aun cuando el recurso de la publicidad de boca a boca es una herramienta poderosa (no hay nada como un buen cliente recomendando a sus amigos), no es algo que se pueda controlar de forma activa y siempre va a estar limitado a las personas con las que ya se trabaja. Para que los negocios crezcan, es importante llegar a personas más allá de las redes personales de contactos. De hecho, La Infoguía (2021) enfatiza que “Todas las empresas de paisajismo exitosas saben lo esencial que es una buena estrategia de marketing. Si no piensa en su estrategia de marketing, perderá miles de dólares en ingresos”.

El *marketing* tampoco tiene porqué implicar gastar miles de dólares en una campaña publicitaria. Por el contrario, Internet ha abierto muchas opciones de *marketing* asequibles para todos. Por ejemplo, abrir una página en Facebook y/o Instagram y empezar a publicar poco a poco los trabajos que se van

realizando, de esta forma, se van compartiendo los éxitos alcanzados. Las publicaciones en redes sociales alcanzan a gran cantidad de personas y las publicaciones de los negocios de turismo de paisajismo eleva el perfil de los trabajos realizados y atraerán más negocio, publicando actualizaciones en las redes sociales o poniendo a las empresas en contacto con una publicación del sector o un periódico local. De hecho, Ilifibelt (2021) indica que:

a pesar de la constante competencia y la creación de nuevas plataformas de redes sociales, Facebook continúa predominando como la más utilizada en Costa Rica con más de 3.30 millones de usuarios activos. En segundo lugar, con menos de la mitad de los usuarios que Facebook, se encuentra Instagram con 1.50 millones. Luego LinkedIn con 1 millón y finalmente Twitter con tan sólo 474 000 usuarios.

Adicionalmente de la publicidad de boca en boca y de la promoción del turismo de paisajismo a través de redes sociales, algo que es clave y esencial en el mercadeo para cualquier negocio turismo de paisajismo es conocer al público meta, esto significa cualquier persona con quien haya más probabilidades de utilizar el servicio turismo de paisajismo. Implica aprender todo lo que se pueda sobre ellos y luego adaptar los esfuerzos de *marketing* a sus preferencias y necesidades. De hecho, Da Silva (2022) menciona que “La mejor manera de comprender qué es el mercado meta para ti es ver quiénes son las personas que ya compran tus productos y servicios”. Lo que sugiere que se trata de encontrar personas que buscan plantas o que tienen jardines de algún tipo y buscan decorarlos, Da Silva (2022) más adelante en su artículo indica también que “una vez que sepas quién te compra, es hora de diseñar una estrategia de marketing para atraerlos. En esta etapa, es importante crear contenido creativo y relevante para despertar el interés de las personas en su empresa”.

Muchas de las estrategias de mercadeo que se han mencionado, han sido utilizadas por las empresas del sector turismo de paisajismo para posicionarse, abrirse camino y definitivamente, brindar a los clientes muchas y hermosas opciones para sus jardines en zonas urbanas. Queda claro también destacar para este proyecto, la idea de innovación, creatividad y artes con el sector turismo de paisajismo, ya que definitivamente los éxitos logrados por las compañías en las zonas urbanas de Costa Rica, bien posicionadas en las zonas rurales y sabiéndose colocar, lograrían encantar al mercado meta y atraer nuevos y leales clientes.

A continuación, se presentan las bases metodológicas de la investigación para analizar y entender aún mejor la situación del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022.

Metodología

La metodología de este trabajo se emprenderá a través de una investigación de tipo descriptivo, ya que se pretende determinar los factores y elementos, entre otros y aportar recomendaciones de Mercadeo para empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022. Por lo que, con esta investigación, lo importante es brindar al final las recomendaciones clave para el sector turismo de paisajismo en las zonas rurales.

Con respecto al enfoque, este será de carácter cuantitativo, mediante la recolección de datos a través de encuestas que permitan demostrar cuáles son las mejores recomendaciones que se puede ofrecer a las

empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales. Se considera que esta será la manera más factible para lograr los resultados esperados y cumplir con los objetivos establecidos.

Adicionalmente, la población será de carácter infinito, lo cual, Editorial Grudemi (2022) lo define como “aquella población que está compuesta por un número grande de elementos”. Esto es debido a que, dentro de las diferentes zonas rurales de Costa Rica no existe un número exacto ni datos actuales sobre la cantidad actual de pequeñas o medianas empresas registradas que se dediquen al sector turismo de paisajismo. De hecho, INEC Costa Rica (2020) menciona que:

Las microempresas se caracterizan por contar con al menos uno de los tres aspectos vinculados a la informalidad: el 79,5% no poseen registros contables formales, el 96,6 % no están inscritos en el Registro Nacional con cédula jurídica y el 99,9 % no tienen un salario fijo asignado para el propio trabajador independiente, sea cuenta propia o patrono/a.

Lo que deja claro que esta población es de carácter infinito, además, la muestra que se utilizará representa una parte específica de la población de empresas del sector turismo de paisajismo, para esta investigación se seleccionó el muestreo no probabilístico de conveniencia. Hernández (2021) explica de la siguiente forma que en este tipo de muestreo “La muestra se elige de acuerdo con la conveniencia de investigador, le permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio”. Lo que significa que los elementos son seleccionados por características específicas, en este caso, empresas del sector turismo de paisajismo. Es importante recalcar que, durante el análisis de resultados, los gráficos, sus respuestas e interpretación, corresponden a un total de 58 personas encuestadas.

Para conseguir llevar a cabo esta investigación, se usará el cuestionario como instrumento y la técnica utilizada es la encuesta, el cuestionario es útil en la recolección de datos de gran interés, es importante mencionar que se han aplicado 58 encuestas y que dichas encuestas se las aplicamos a empresas grandes, medianas y pequeñas del sector turismo de paisajismo. A través de estas encuestas y sus resultados se busca conocer las estrategias de mercadeo utilizadas por dichas empresas para posicionarse, conseguir y mantener clientes y abrirse camino. Se espera al final, que la información recolectada sea de gran utilidad para brindar recomendaciones de mercadeo para empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica.

A continuación, se procede a realizar el análisis de resultados, según la información recopilada en la encuesta aplicada.

Análisis de resultados

Se analiza en esta sección, los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, después de recopilar la información de la encuesta aplicada a las empresas del sector turismo de paisajismo, así como ilustración gráfica y análisis por cada objetivo que se planteó.

El primer objetivo específico planteado es “Identificar los requerimientos del mercado amante del sector turismo de paisajismo en zonas rurales claves para las recomendaciones de mercadeo” y con él se consideraron los siguientes requerimientos de mercadeo: a) valoración de distancia vs precio; b) creación de presupuesto; c) la calidad brindada; d) dimensión / tamaño del trabajo; e) experiencia / retroalimentación por parte del cliente y f) contar con personal capacitado para realizar los trabajos.

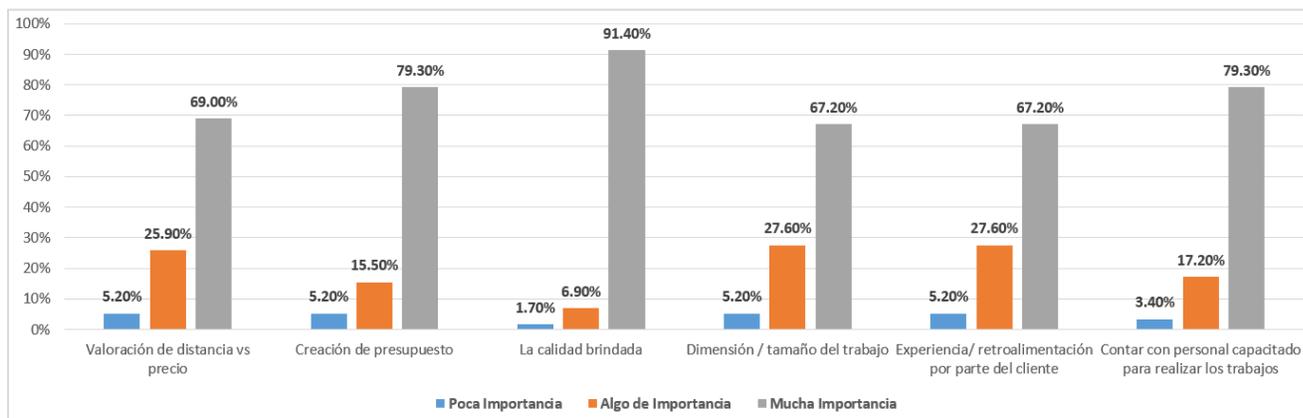
A continuación, se muestran los principales hallazgos del primer objetivo planteado y la interpretación correspondiente.

En el siguiente gráfico “Figura 1” es notable ver como la mayoría de los encuestados dan mucha importancia a los requerimientos del mercadeo amante del sector turismo de paisajismo en zonas rurales claves. Es sobresaliente y su vez, satisfactorio interpretar a través del gráfico cómo el requerimiento de “la calidad brindada” alcanza un 91.4%, lo cual deja claro que independientemente del tipo de trabajo del sector turismo de paisajismo que se realice o el lugar donde se lleve a cabo, la mayor parte de los encuestados se enfoca y le da importancia a brindar un trabajo de buena calidad como un requerimiento de mercadeo, lo cual da como resultado, clientes satisfechos.

En segundo lugar, de importancia para los encuestados, se muestran los siguientes requerimientos de mercadeo: “la creación de presupuesto” y “contar con personal capacitado para realizar los trabajos”. Definitivamente ambos son muy importantes y el gráfico lo demuestra, ya que la creación de un presupuesto siempre es clave, para que la empresa tenga un panorama financiero que facilite la toma de decisiones y, por otra parte, contar con personal capacitado es importante para realizar de manera más eficiente las actividades de los trabajos.

Figura 1

Requerimientos del mercado a ser considerados en zonas rurales de Costa Rica



Nota: el gráfico representa los requerimientos del mercado amante del sector turismo de paisajismo en zonas rurales claves para las recomendaciones de mercadeo. Año 2022.

El segundo objetivo específico planteado es “Escribir los elementos de mercadeo que son necesarios en las empresas del sector turismo de paisajismo en zonas rurales en el corto plazo” y se consideraron los siguientes elementos de mercadeo: a) la cantidad de consumidores; b) la calidad del producto que se ofrece; c) el tipo de mercado / consumidor y d) análisis de la competencia.

A continuación, se muestran los principales hallazgos del segundo objetivo planteado y la interpretación correspondiente.

En el siguiente gráfico “Figura 2”, se destaca cómo el 79.30% de los encuestados considera que es muy necesario el elemento “la calidad del producto que se ofrece”, lo cual es congruente con el requerimiento

interpretado en el objetivo anterior, la calidad brindada y la satisfacción de los clientes darán como resultado la fidelización de dichos clientes y consecuentemente, se genera la publicidad de ‘boca en boca’, la cual atrae más clientes. De hecho, Scarilli (2020) hace énfasis al mencionar que “un cliente satisfecho es un cliente fiel, y un cliente fiel se convierte en un vocero de tu marca o negocio, promoviéndolo hacia otros ambientes y, directa o indirectamente, recomendándolo a otros”.

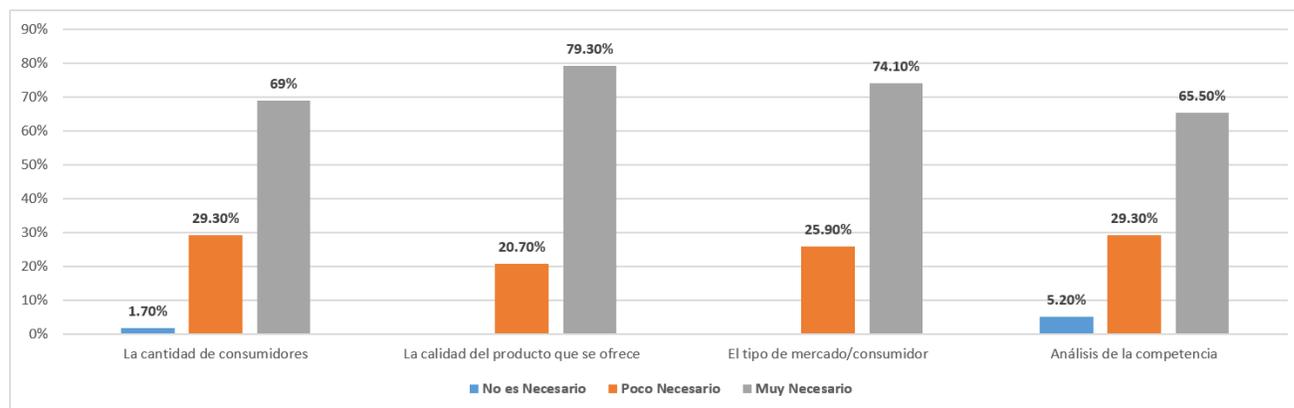
Con respecto a los otros tres elementos, los encuestados consideran que también son necesarios. De hecho, para el elemento “análisis de la competencia” con un 65.50%, el cual es el cuarto elemento en orden de los elegidos como elemento necesario de mercadeo, muestra un porcentaje por encima de la media. El análisis de la competencia no deja de ser importante, siempre es clave analizar a las otras compañías y saber qué ofrecen, de hecho, WSI (2021) indica lo siguiente:

analizar la competencia es fundamental a la hora de alcanzar los objetivos del negocio. Y es que este análisis le permitirá: comprender cómo se posiciona su negocio en el mercado, qué oportunidades tiene dentro del mismo y cómo puede destacar frente a sus competidores para convertirse en la principal opción de sus clientes.

Para este gráfico, es evidente la importancia de los cuatro elementos de mercadeo para ser considerados en zonas rurales de Costa Rica.

Figura 2

Elementos de mercadeo necesarios para ser considerados en zonas rurales de Costa Rica



Nota: el gráfico representa los elementos de mercadeo que son necesarios en las empresas del sector turismo de paisajismo para ser considerados en zonas rurales de Costa Rica. Año 2022.

El tercer objetivo específico planteado es “Sugerir las recomendaciones de mercadeo que las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales pueden aplicar durante el segundo semestre de 2022”, con el cual se tomaron en cuenta los siguientes elementos de mercadeo como recomendaciones: a) la cantidad de consumidores; b) la calidad del producto que se ofrece; c) el tipo de mercado / consumidor y d) análisis de la competencia.

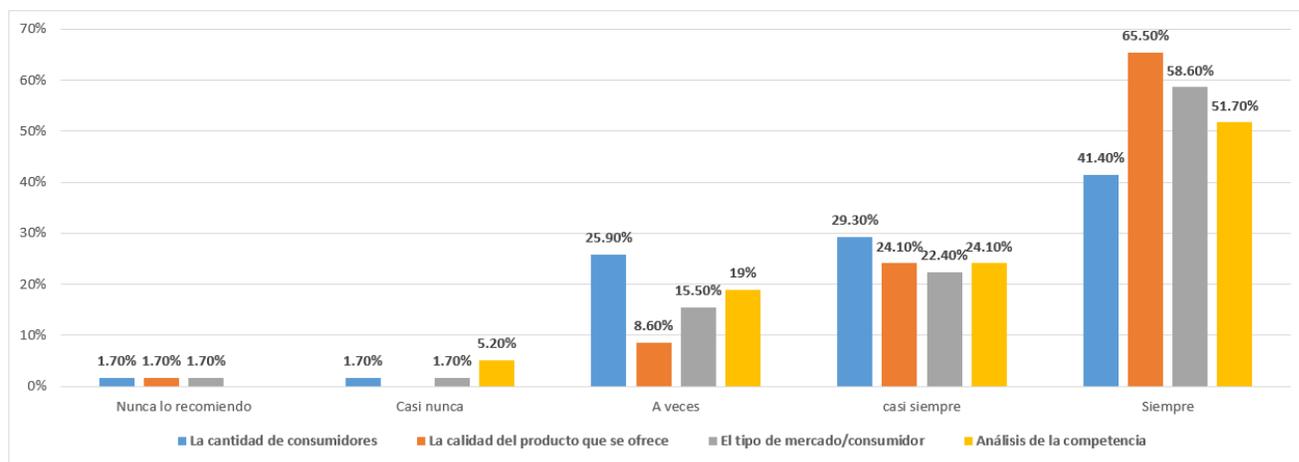
A continuación, se muestran los principales hallazgos del tercer objetivo planteado y la interpretación correspondiente.

En este gráfico “Figura 3” se evidencia las recomendaciones de mercadeo que brindan las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales para aplicar durante el segundo semestre de 2022. En el cual, el 65.50% de los encuestados recomienda siempre la utilización del elemento “la calidad del producto que se ofrece” que como se elaboró previamente, es clave para el éxito de este tipo de empresas. Un 58.60% de los encuestados confía siempre en la utilización del elemento “el tipo de mercado / consumidor”. Un 51.70% de los encuestados, por su parte, la utilización del elemento “análisis de la competencia” y finalmente, un 41.40%, la utilización del elemento “la cantidad de consumidores”.

Lo anterior respalda el conocimiento de los encuestados de las empresas del sector turismo de paisajismo, así como su experiencia para sugerir dichas recomendaciones de mercadeo.

Figura 3

Recomendaciones de mercadeo a ser tomadas en cuenta en las zonas rurales.



Nota: el gráfico representa las recomendaciones de mercadeo que las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales pueden aplicar durante el segundo semestre de 2022. Año 2022.

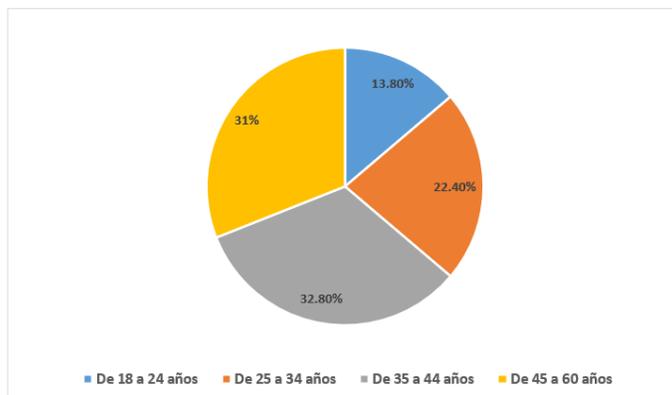
A continuación, se muestra la interpretación y principales hallazgos de las preguntas demográficas aplicadas a los encuestados.

La primera pregunta demográfica utilizada fue: “¿Cuál es su rango de edad?” y las siguientes cuatro opciones fueron las brindadas a los encuestados: a) de 18 a 24 años; b) de 25 a 34 años; c) de 35 a 44 años y d) de 45 a 60 años.

En el siguiente gráfico “Figura 4”, se puede ver los rangos de edad de los encuestados. La mayoría de los encuestados se encuentra en un rango entre 35 a 44 años, mientras que la minoría, en un rango entre 18 a 24 años.

Figura 4

Rangos de edad de los encuestados



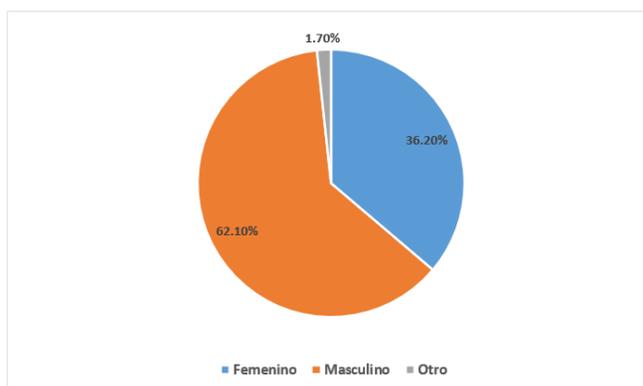
Nota: el gráfico representa los rangos de edad de los encuestados. Año 2022.

La siguiente pregunta demográfica utilizada fue: “¿Cuál es su género?” y las siguientes tres opciones se brindaron a los encuestados: a) femenino; b) masculino y c) otro.

En el siguiente gráfico “Figura 5”, se observa el género de los encuestados. Un 62.10% corresponde al género masculino, un 36.20% al femenino, mientras que un 1.70% eligió la opción de otro.

Figura 5

Género de los encuestados



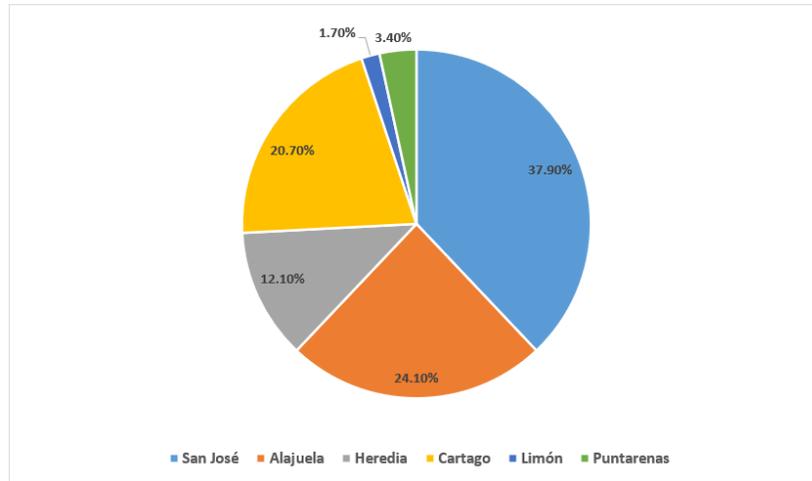
Nota: el gráfico representa el género de los encuestados. Año 2022.

La siguiente pregunta demográfica utilizada fue: “¿Cuál es su ubicación geográfica?” y las siguientes tres opciones se brindaron a los encuestados: a) San José; b) Alajuela; c) Heredia; d) Cartago; e) Limón; f) Guanacaste y g) Puntarenas.

En el siguiente gráfico “Figura 6”, se logra ver la ubicación geográfica de los encuestados. Un 37.90% es de la provincia de San José; un 24.10%, de Alajuela; un 20.70% pertenece a Cartago; un 12.10% es de Heredia, un 3.40% es de Puntarenas y, finalmente, un 1.70%, de Limón.

Figura 6

Ubicación geográfica de los encuestados



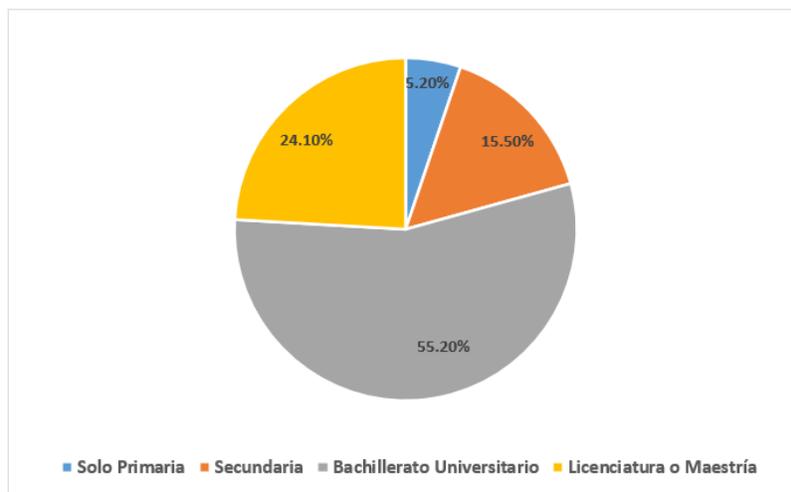
Nota: el gráfico representa la ubicación geográfica de los encuestados. Año 2022.

La siguiente pregunta demográfica utilizada fue: ¿Cuál es su nivel educativo? y las siguientes opciones se brindaron a los encuestados: a) solo primaria; b) secundaria; c) bachillerato universitario; d) licenciatura o maestría y e) otros estudios.

En el siguiente gráfico “Figura 7”, se puede ver el nivel educativo de los encuestados, el 55.20% tiene bachillerato universitario; el 24.10%, una licenciatura o maestría; el 15.50%, solo estudios de secundaria; mientras que el 5.20% solo tiene primaria.

Figura 7

Nivel educativo de los encuestados



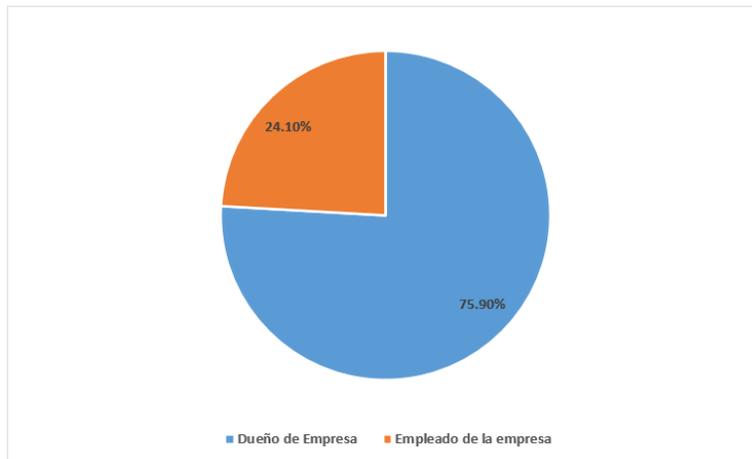
Nota: el gráfico representa el nivel educativo de los encuestados. Año 2022.

La siguiente pregunta demográfica utilizada fue: ¿La empresa en la que trabaja, usted es? y las siguientes opciones se brindaron a los encuestados: a) dueño de la empresa y b) empleado de la empresa.

En el siguiente gráfico “Figura 8”, se puede comprender como el 75.90% de los encuestados es empleado de una empresa, mientras que el 24.10% respondió ser los dueños de una empresa.

Figura 8

Posición de los encuestados en la empresa en la que trabajan



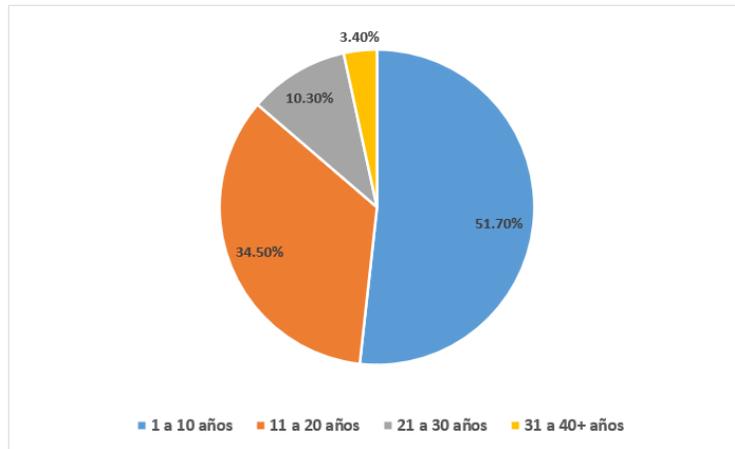
Nota: el gráfico representa la posición de los encuestados en la empresa en la que trabajan. Año 2022.

La siguiente pregunta demográfica utilizada fue: ¿Cuántos años de experiencia tiene? y las siguientes opciones se brindaron a los encuestados: a) de 1 a 10 años; b) de 11 a 20 años; c) de 21 a 30 años y d) de 31 a 40+ años.

En el siguiente gráfico “Figura 9”, se observa cómo el 51.70% de los encuestados tiene de 1 a 10 años de experiencia en este tipo de empresa; el 34.50% entre 11 a 20 años; el 10.30%, de 21 a 30 años y finalmente, el 3.40%, entre 31 y 40+ años.

Figura 9

Años de experiencia de los encuestados en empresas del sector turismo de paisajismo



Nota: el gráfico representa la cantidad de años de experiencia de los encuestados en empresas del sector turismo de paisajismo. Año 2022.

La última pregunta aplicada a los encuestados era opcional y fue la pregunta abierta “¿Cuál es el nombre de la empresa para la que labora?”. Obtuvimos un total de 35 respuestas de encuestados que compartieron el nombre de la empresa del sector turismo de paisajismo para la que trabajan.

Luego del análisis de los resultados, se presentan las conclusiones y recomendaciones que responden al problema planteado en este trabajo de investigación, el cual se basa en enumerar recomendaciones idóneas de mercadeo para estas empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de nuestro país.

Conclusiones y recomendaciones

Las conclusiones y recomendaciones de este trabajo de investigación están enfocadas y se brindan para cada objetivo establecido.

Para el primer objetivo, el cual es “identificar los requerimientos del mercado amante del sector turismo de paisajismo en zonas rurales claves para las recomendaciones de mercadeo”, se concluye que definitivamente uno de los requerimientos más importantes que los amantes del sector turismo de paisajismo debe considerar a la hora de realizar trabajos en zonas rurales es “la calidad brindada”, es decir, realizar trabajos con una excelente calidad, esto hará que haya clientes satisfechos y fieles al servicio que brinda la empresa.

En segunda línea de importancia, los siguientes requerimientos que se recomiendan a las empresas son: “la creación de presupuesto” y “contar con personal capacitado para realizar los trabajos”, estos dos requerimientos muchas veces harán que las empresas deban invertir tiempo al inicio para la creación de dicho presupuesto, así como en el aseguramiento de que se cuenta con el personal capacitado para realizar el trabajo, pero definitivamente ambos requerimientos son importantes para brindar un trabajo exitoso y posicionarse en las zonas rurales de Costa Rica.

Para el segundo objetivo, el cual es “escribir los elementos de mercadeo que son necesarios en las empresas del sector turismo de paisajismo en zonas rurales en el corto plazo”, se concluye que uno de los elementos de mercadeo más fuertes que los amantes del sector turismo de paisajismo deben tener en cuenta a la hora de realizar trabajos en zonas rurales y que fue demostrado a través del análisis de los resultados es “la calidad del producto que se ofrece”, por lo que se sigue recomendando para el cumplimiento de este objetivo también, brindar trabajos de excelente calidad.

Es importante recalcar que los otros elementos de mercadeo también fueron considerados como ‘necesarios’ durante la investigación, por lo que definitivamente, dichos elementos hay que tenerlos presentes y se recomienda hacerlos parte del análisis de mercadeo que realicen las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales. Cabe enfatizar que dichos elementos son: análisis de la competencia, la cantidad de consumidores y el tipo de mercado/consumidor.

Para el tercer objetivo, el cual es “sugerir las recomendaciones de mercadeo que las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales pueden aplicar durante el segundo semestre de 2022”, se concluye que la utilización de los elementos de mercadeo indicados y analizados son claves en las zonas rurales para las empresas del sector turismo de paisajismo, debido a que los cinco elementos escudriñados fueron seleccionados por los encuestados como elementos de mercadeo que ‘casi siempre’ o ‘siempre’ recomiendan. Es importante concluir también que sobresale nuevamente el elemento “la calidad del producto que se ofrece”, lo cual sigue haciendo eco a través de este trabajo de investigación como uno de los pilares importantes que se recomienda a las empresas del sector turismo de paisajismo y que deben tener siempre presente cuando realicen trabajos en las zonas rurales de Costa Rica.

Referencias bibliográficas

- Alejandro, A. (2019). ¿Qué es el paisajismo? Definición, historia y evolución. <https://moovemag.com/2019/07/que-es-el-paisajismo-definicion-historia-evolucion/>
- Cartwright, M. (27 de julio de 2018). Jardines Colgantes de Babilonia <https://www.worldhistory.org/trans/es/1-17206/jardines-colgantes-de-babilonia/>
- CulturaCR.net. (2 de febrero de 2019). El arte de la jardinería ya tiene especialistas. <https://www.culturacr.net/el-arte-de-la-jardineria-ya-tiene-especialistas/>
- Da Silva, D. (10 de marzo de 2022) ¿Qué es mercado meta? 4 tipos de segmentación de audiencia <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-mercado-meta/>
- Editorial Grudemi (marzo de 2022). Población estadística. <https://enciclopediaeconomica.com/poblacion-estadistica/>
- Hernández, O. (1 de septiembre de 2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002
- Ilifibelt (2021). ¿Cuáles son las redes sociales más utilizadas en Costa Rica en 2021? <https://ilifibelt.com/redes-sociales-mas-utilizadas-en-costa-rica-en-2021>
- INEC Costa Rica (26 de enero de 2020). Disminuye 7,3 % la cantidad de microempresas. <https://www.inec.cr/noticia/disminuye-73-la-cantidad-de-microempresas#:~:text=Las%20microempresas%20se%20caracterizan%20por,asignado%20para%20el%20propio%20trabajador>
- La Infoguía (25 de diciembre de 2021). 5 ideas de marketing útiles para su negocio de paisajismo. <https://lainfoguia.com/5-ideas-de-marketing-utiles-para-su-negocio-de-paisajismo/>
- López, M. (17 de julio de 2019). Lo que necesitas saber del paisajismo y cómo aplicarlo en tu hogar. <https://www.admagazine.com/editors-pick/que-es-paisajismo-y-como-llevarlo-a-tu-jardin-hogar-consejos-20190717-5647-articulos>
- Ochoa, A. (31 de marzo de 2021). Te explicamos qué es y cómo surgió el paisajismo, la práctica más natural y eficaz. <https://www.admagazine.com/disenio/paisajismo-que-es-y-como-surgio-20210331-8331-articulos>
- Scarilli, J. (13 de noviembre de 2020). La importancia de un excelente servicio al cliente y las encuestas de satisfacción. <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-importancia-de-un-excelentservicio-al-cliente-y-las-encuestas-de-satisfaccion-juan-manuel-scarilli#:~:text=Brindar%20un%20servicio%20de%20calidad,sentirse%20m%C3%A1s%20valorados%20como%20consumidores.>
- Vince Studio (11 de marzo de 2020). ¿Qué es el paisajismo en la arquitectura? <https://vincestudiocr.com/blog/paisajismo-en-la-arquitectura/>
- WSI (28 de mayo de 2021). *La importancia del análisis de competencia*. <https://wsiconecta.com/la-importancia-del-analisis-de-competencia/>

Anexo I

Encuesta dirigida a Empresas del Sector Turismo de Paisajismo

OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO: Analizar las recomendaciones de mercadeo idóneas para las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022.

Tema de la investigación: Recomendaciones de Mercadeo para empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica durante el segundo semestre de 2022.

ENCABEZADO-PRESENTACIÓN DE LA ENCUESTA: la siguiente encuesta busca recolectar recomendaciones de mercadeo idóneas para las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales de Costa Rica. Para responder a la encuesta por favor acceda al siguiente enlace:

<https://forms.gle/dPJcBHNppyeJGQNo8>

No dude en contactarme si tiene alguna duda. Gracias por su colaboración.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: identificar los requerimientos del mercado amante del sector turismo de paisajismo en zonas rurales claves para las recomendaciones de mercadeo.

Preguntas	Criterios		
	Mucha importancia	Algo de importancia	Poca importancia
1. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “Valoración de distancia vs precio” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
2. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “Creación de Presupuesto” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
3. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “La calidad brindada” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
4. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “Dimensión / tamaño del trabajo” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
5. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “Experiencia/ retroalimentación por parte del cliente” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
6. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “Contar con personal capacitado para realizar los trabajos” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: escribir los elementos de mercadeo que son necesarios en las empresas del sector turismo de paisajismo en zonas rurales en el corto plazo.

Preguntas	Criterios		
	Muy necesario	Poco necesario	No es necesario
1. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “La cantidad de consumidores” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
2. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “La calidad del producto que se ofrece” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
3. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “El tipo de mercado/consumidor” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			
4. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “Análisis de la competencia” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?			

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: sugerir las recomendaciones de mercadeo que las empresas del sector turismo de paisajismo en las zonas rurales pueden aplicar durante el segundo semestre de 2022.

Preguntas	Criterios				
	Siempre 5	Casi siempre 4	A veces 3	Casi nunca 2	Nunca lo recomiendo 1
1. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa ‘No lo recomiendo’ y 5 significa ‘Siempre lo recomiendo’, cuánto recomienda la utilización del elemento de mercadeo “La cantidad de consumidores” para tomarse en cuenta en las zonas rurales.					
2. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa ‘No lo recomiendo’ y 5 significa ‘Siempre lo recomiendo’, cuánto recomienda la utilización del elemento de mercadeo “La					

calidad del producto que se ofrece” para tomarse en cuenta en las zonas rurales.					
3. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa ‘No lo recomiendo’ y 5 significa ‘Siempre lo recomiendo’, cuánto recomienda la utilización del elemento de mercadeo “El tipo de mercado/consumidor” para tomarse en cuenta en las zonas rurales.					
4. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa ‘No lo recomiendo’ y 5 significa ‘Siempre lo recomiendo’, cuánto recomienda la utilización del elemento de mercadeo “Análisis de la competencia” para tomarse en cuenta en las zonas rurales.					

Por favor complete las siguientes preguntas demográficas:

- ¿Cuál es su rango de edad?
 - De 18 a 24 años
 - De 25 a 34 años
 - De 35 a 44 años
 - De 45 a 60 años

- ¿Cuál es su género?
 - Femenino
 - Masculino
 - Otro

- ¿Cuál es su ubicación geográfica?
 - San José
 - Alajuela
 - Heredia
 - Cartago
 - Limón
 - Guanacaste
 - Puntarenas

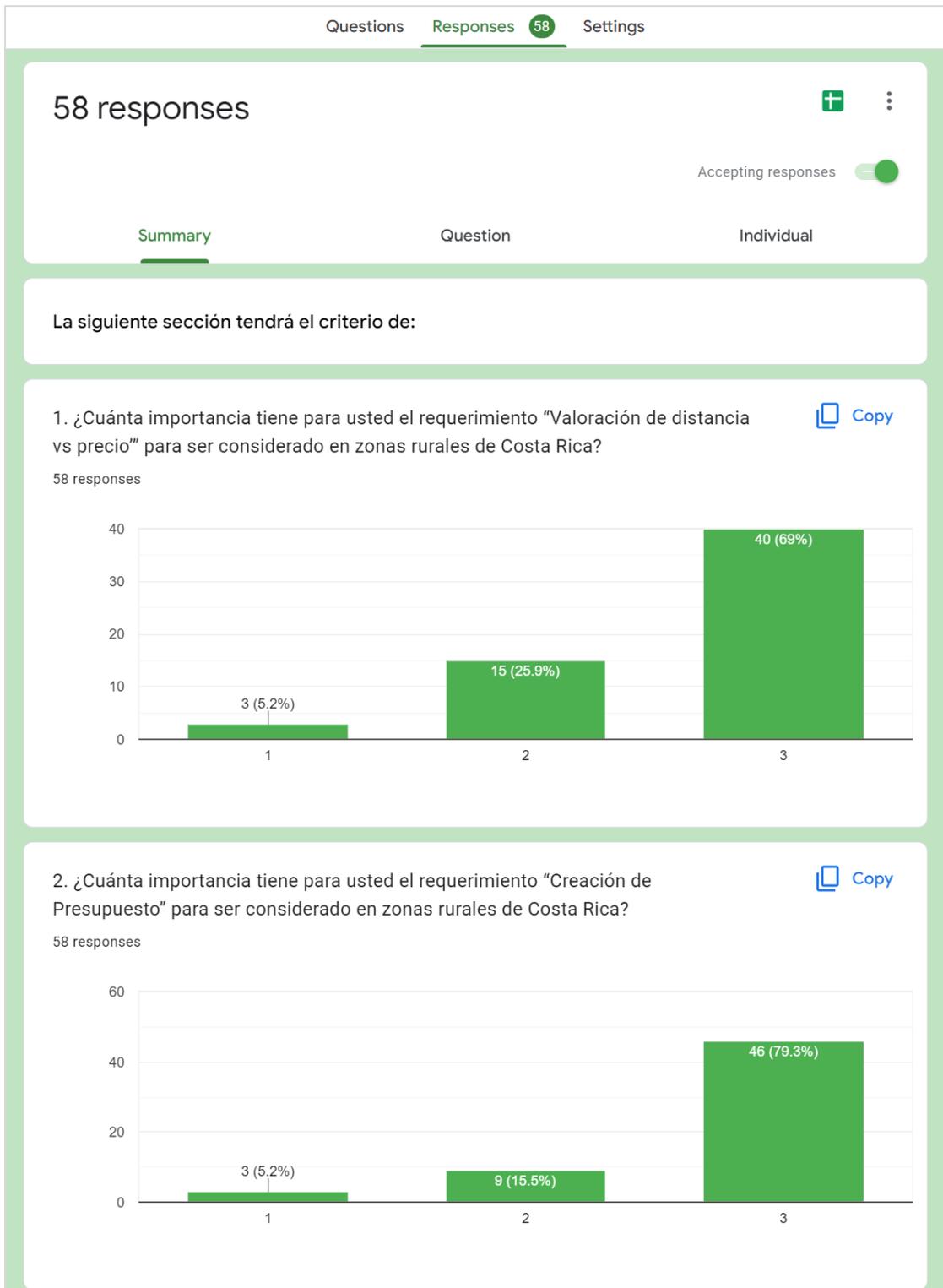
- ¿Cuál es su nivel educativo?
 - Solo primaria
 - Secundaria
 - Bachillerato universitario
 - Licenciatura o Maestría

- Otros estudios: _____
- ¿La empresa en la que trabaja, usted es?
 - Dueño de la empresa
 - Empleado de la empresa
- ¿Cuántos años de experiencia tiene?
 - De 1 a 10 años
 - De 11 a 20 años
 - De 21 a 30 años
 - De 31 a 40+ años
- ¿Cuál es el nombre de la empresa para la que labora?
 - _____ *“pregunta abierta para responder libremente”*

¡Gracias por su colaboración!

Anexo II

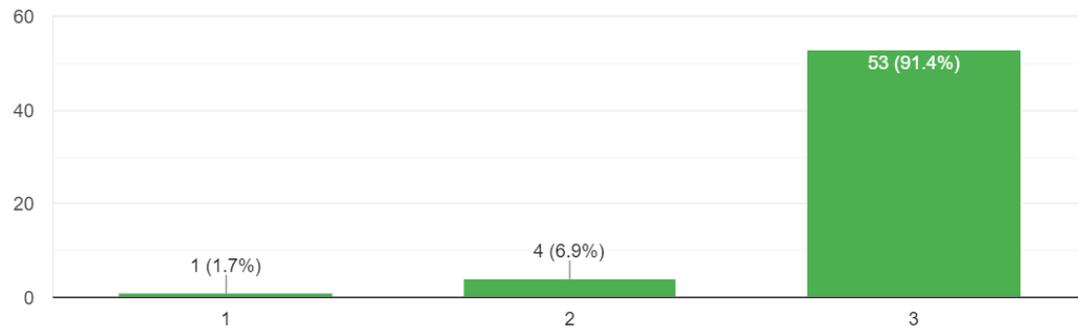
Datos recolectados de las respuestas de la encuesta Empresas del Sector Turismo de Paisajismo



3. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento "La calidad brindada" para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



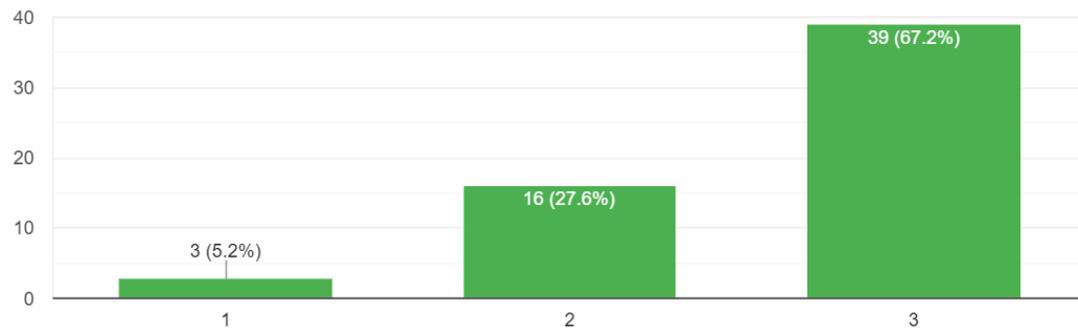
58 respuestas



4. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento "Dimensión / tamaño del trabajo" para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



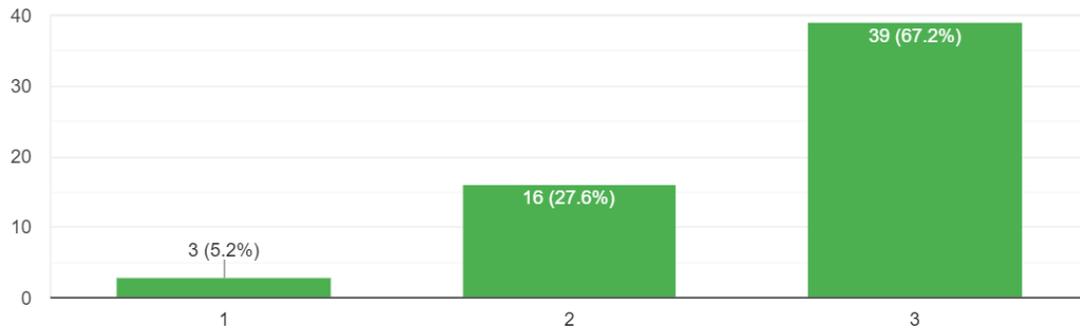
58 respuestas



5. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “Experiencia/ retroalimentación por parte del cliente” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



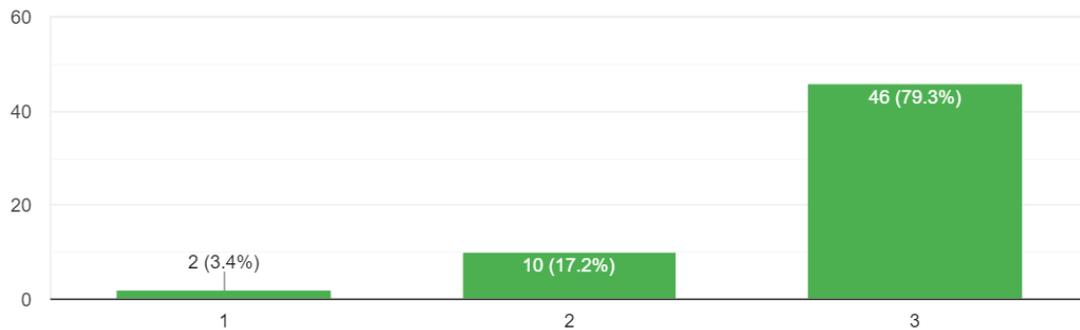
58 respuestas



6. ¿Cuánta importancia tiene para usted el requerimiento “Contar con personal capacitado para realizar los trabajos” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



58 respuestas

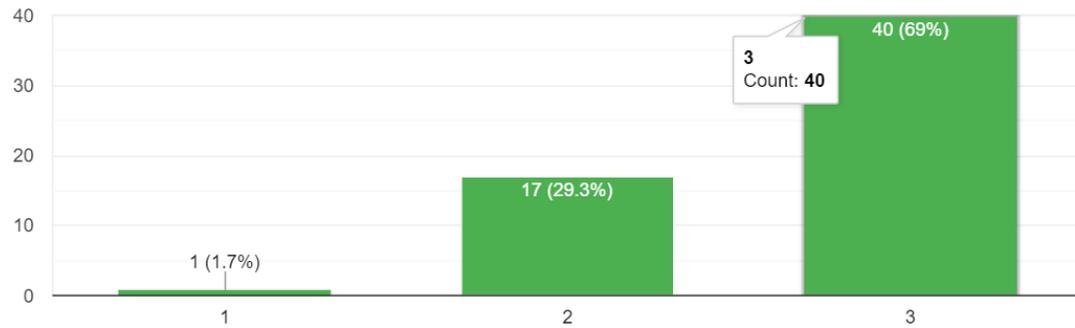


La siguiente sección tendrá el criterio de:

1. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “La cantidad de consumidores” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



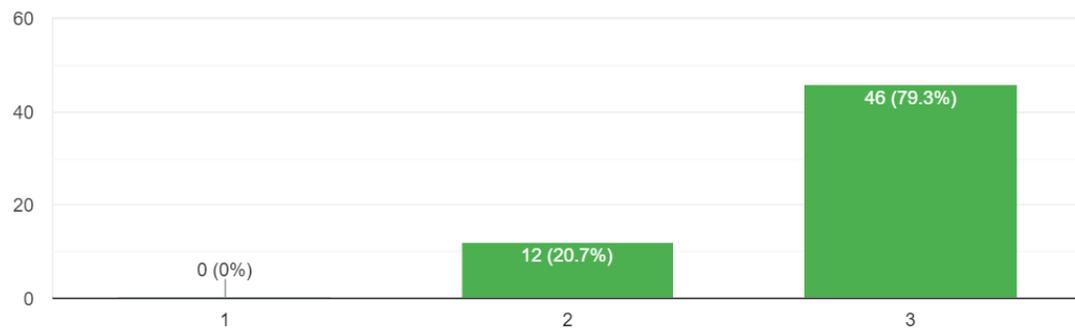
58 respuestas



2. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “La calidad del producto que se ofrece” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



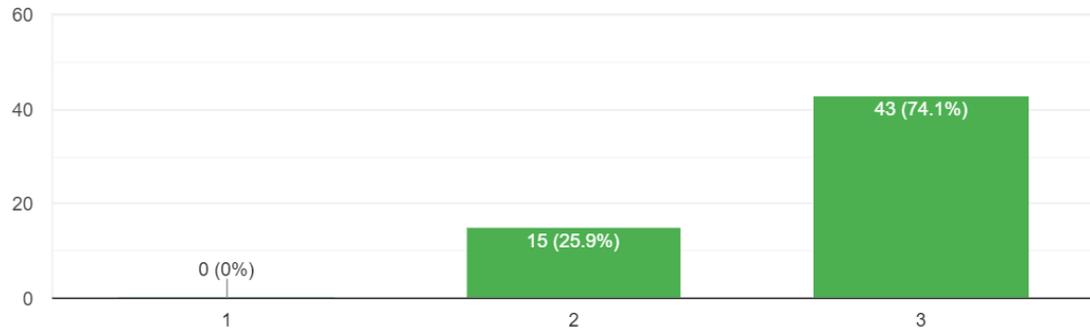
58 respuestas



3. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “El tipo de mercado/consumidor” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



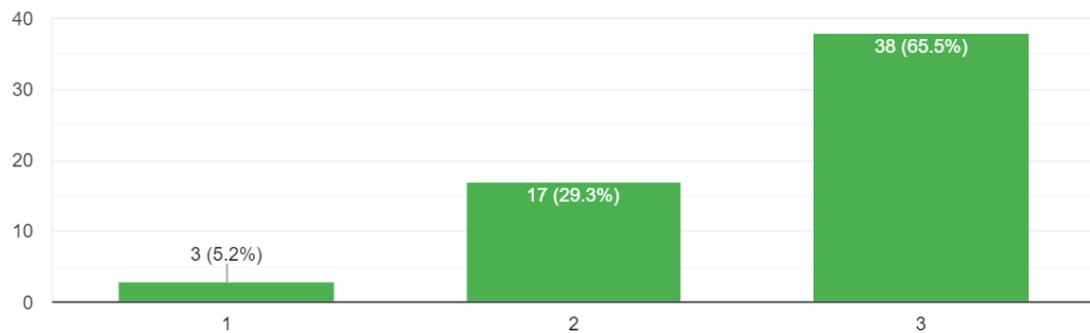
58 responses



4. ¿Qué tan necesario es el elemento de mercadeo “Análisis de la competencia” para ser considerado en zonas rurales de Costa Rica?



58 responses

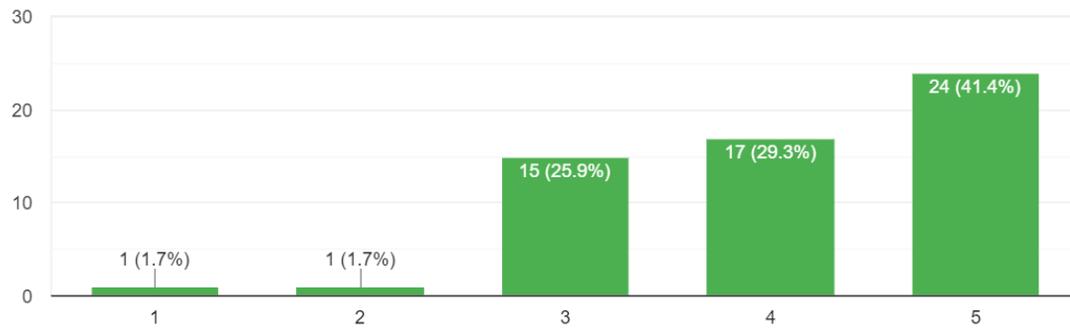


La siguiente sección tendrá el criterio de:

1. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa 'No lo recomiendo' y 5 significa 'Siempre lo recomiendo', cuanto recomienda la utilización del elemento de mercadeo "La cantidad de consumidores" para ser tomado en cuenta en las zonas rurales.



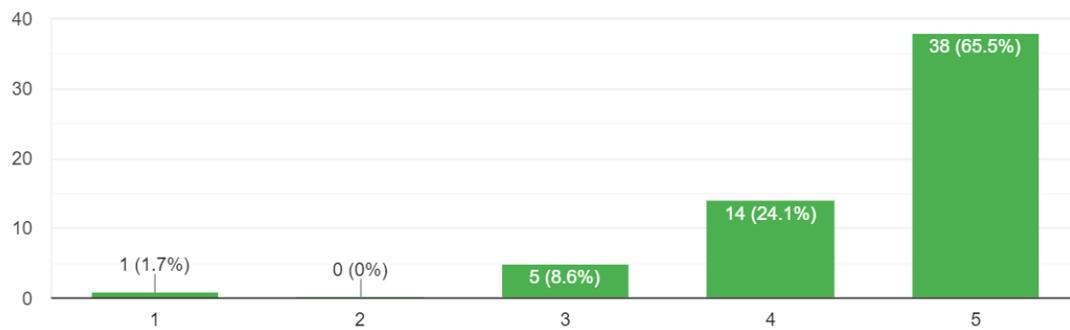
58 respuestas



2. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa 'No lo recomiendo' y 5 significa 'Siempre lo recomiendo', cuanto recomienda la utilización del elemento de mercadeo "La calidad del producto que se ofrece" para ser tomado en cuenta en las zonas rurales.



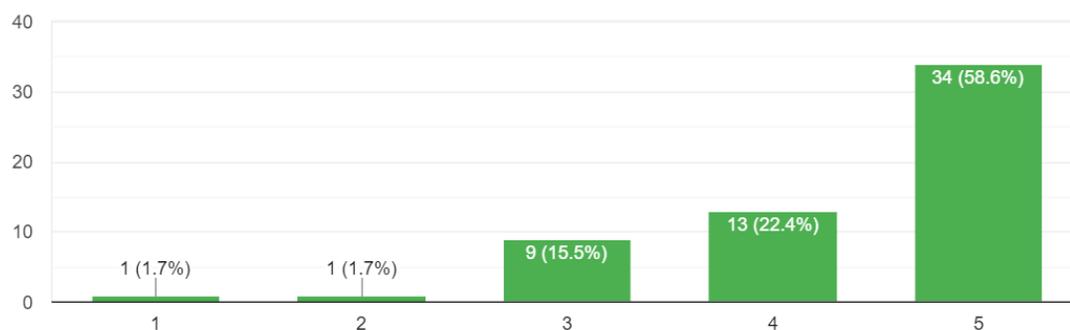
58 respuestas



3. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa 'No lo recomiendo' y 5 significa 'Siempre lo recomiendo', cuanto recomienda la utilización del elemento de mercadeo "El tipo de mercado/consumidor" para ser tomado en cuenta en las zonas rurales.



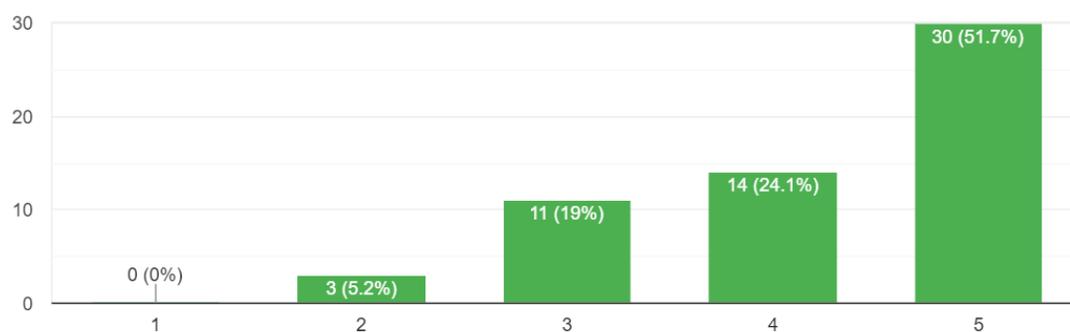
58 respuestas



4. En la escala del 1 al 5 donde 1 significa 'No lo recomiendo' y 5 significa 'Siempre lo recomiendo', cuanto recomienda la utilización del elemento de mercadeo "Análisis de la competencia" para ser tomado en cuenta en las zonas rurales.



58 respuestas

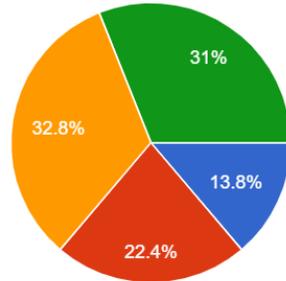


Por favor complete las siguientes preguntas demográficas:

¿Cuál es su rango de edad?

 Copy

58 responses

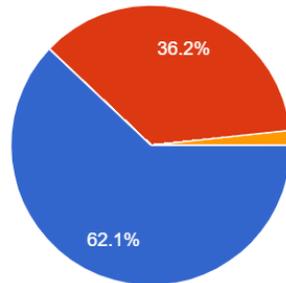


- De 18 a 24 años
- De 25 a 34 años
- De 35 a 44 años
- De 45 a 60 años

¿Cuál es su género?

 Copy

58 responses

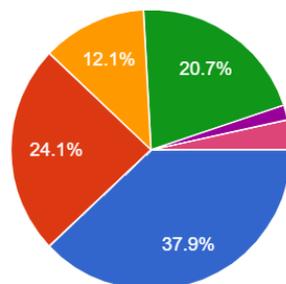


- Masculino
- Femenino
- Otro

¿Cuál es su ubicación geográfica?

 Copy

58 responses

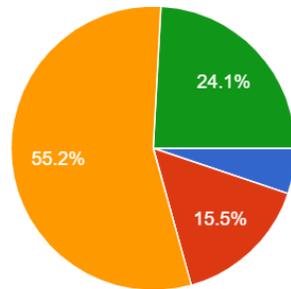


- San José
- Alajuela
- Heredia
- Cartago
- Limón
- Guanacaste
- Puntarenas

¿Cuál es su nivel educativo?

 Copy

58 responses

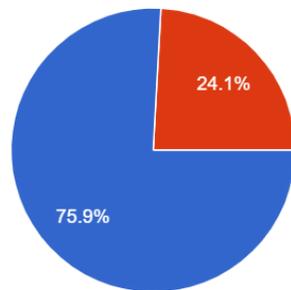


- Solo Primaria
- Secundaria
- Bachillerato Universitario
- Licenciatura o Maestría

¿La empresa en la que trabaja, usted es?

 Copy

58 responses

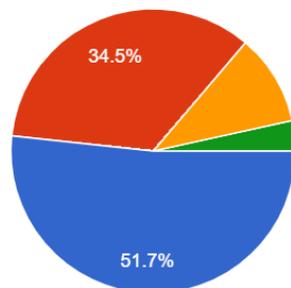


- Dueño de la empresa
- Empleado de la empresa

¿Cuántos años de experiencia tiene?

 Copy

58 responses



- De 1 a 10 años
- De 11 a 20 años
- De 21 a 30 años
- De 31 a 40+ años

Pregunta opcional: ¿Cuál es el nombre de la empresa para la que labora?

35 respuestas

Jardines y piedras del trópico

Decostelis Diseño Jardines

Jardines Verticales y Techos Verdes Costa Rica

ROMA Paisajismo Integral

www.agriculturaurbanacr.com

Flora Vitae

WV Estanques y Paisajismo

Anexo III

Carta-certificación del filólogo



M. L. Vilma Isabel Sánchez Castro
Bachiller y Licenciada en Filología Española. U. C. R.



A QUIEN INTERESE

Yo, Vilma Isabel Sánchez Castro, Máster en Literatura Latinoamericana, Bachiller y Licenciada en Filología Española, de la Universidad de Costa Rica; con cédula de identidad 6-054-080; inscrita en el Colegio de Licenciados y Profesores, con el carné N° 003671, hago constar que he revisado el siguiente documento. Y he corregido en él los errores encontrados en ortografía, redacción, gramática y sintaxis. El cual se intitula

RECOMENDACIONES DE MERCADEO PARA EMPRESAS DEL SECTOR TURISMO DE PAISAJISMO EN LAS ZONAS RURALES DE COSTA RICA DURANTE EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2022

CAROLINA SÁNCHEZ GONZÁLEZ
LICENCIATURA EN MERCADEO

ULACIT

Se extiende la presente certificación a solicitud de la interesada en la ciudad de San José a los diecinueve días del mes de agosto de dos mil veintidós. La filóloga no se responsabiliza por los cambios que se le introduzcan al trabajo posterior a su revisión.

Vilma Sánchez Castro
M.L. Vilma Isabel Sánchez Castro
Máster en Literatura Latinoamericana. UCR.
Bachiller y Licenciada en Filología Esp. UCR.
Cédula 600540080-Carné 003671

Teléfonos 2227-8513. Cel 8994-76-93 Apartado 563-1011 Y griega
Correo electrónico: vilma_sanchez@hotmail.com-info@chavesysanchezfilologos.com
Página Web: Chaves y Sanchez filólogos
Waze Chaves y Sánchez filólogos