

Universidad	Universidad Católica de Pereira
Programa Académico	Negocios Internacionales
Nombre del Semillero	Semillero de negocios internacionales
Nombre del Grupo de Investigación (si aplica)	
Línea de Investigación (si aplica)	
Nombre del Tutor del Semillero	Leandro Vivas - David Correa
Email Tutor	leandro.vivas@ucp.edu.co – david.correa@ucp.edu.co
Título del Proyecto	Marketing Experiencial y Ecoturismo en el corregimiento de la Florida
Autores del Proyecto	Daniela Álvarez Cortés, Stehfanía Flórez Parra, Camila Gutiérrez Pérez
Ponente (1)	Camila Gutiérrez Pérez
Documento de Identidad	99022807117
Email	camigutipe28@gmail.com
Ponente (2)	Daniela Álvarez Cortés
Documento de Identidad	1193433832
Email	danyac@hotmail.com
Teléfonos de Contacto	3125810246 – 3156493950 – 3127659056
Nivel de formación de los estudiantes ponentes (Semestre)	1er semestre
MODALIDAD	PÓSTER
Área de la investigación (seleccionar una- Marque con una x)	• Propuesta de Investigación
	• Ciencias Naturales
	• Ingenierías y Tecnologías
	• Ciencias Médicas y de la Salud.
	• Ciencias Agrícolas
	• Ciencias Sociales (x)
	• Humanidades
	• Artes, arquitectura y diseño

Marketing Experiencial y Ecoturismo en el corregimiento de la Florida

Álvarez Cortés, Daniela
Flórez Parra, Stehfanía
Gutiérrez Pérez, Camila

Resumen:

El presente trabajo tiene como objetivo identificar los sitios turísticos, que con una visión a largo plazo, se podrán potencializar a partir del marketing experiencial (sentir, percibir, actuar, relacionarse y pensar) y los módulos vivenciales estratégicos de mercadeo (sensorial, de sentimientos, de pensamientos de actuaciones y relaciones); adquiriendo seguidores, reconocimiento, formas de financiación y mejoras dentro del corregimiento de La Florida, de tal manera que se pueda elevar gradualmente el nivel de vida a través del buen desarrollo y el ecoturismo en las diferentes zonas que posee el lugar.

Palabras clave:

Ecoturismo, desarrollo, La Florida, marketing experiencial.

Problema de Investigación:

Este proyecto busca enfocarse en la protección del ambiente desde las prácticas y visitas turísticas por parte de personas pertenecientes a Colombia o el exterior y de qué manera pueden ser atraídas desde la experiencia y la inmersión en la vida de los habitantes de este lugar, a partir del marketing experiencial.

Así, se llega a cuestionar qué tanto conocimiento se tiene de esta zona aledaña y cuál es el impacto generado en el equilibrio de una sociedad y economía en crecimiento.

Por estos motivos, se ha decidido desarrollar la pregunta “¿Qué actividades ecoturísticas que se desarrollan en el corregimiento de La Florida pueden potencializarse a partir del marketing experiencial?”

Antecedentes:

- En el corregimiento de La Florida, se han hecho distintos proyectos y propuestas en pro de la protección del medio ambiente, encabezados por administradores ambientales, la Fundación Ecológica Autónoma (FEA), la CARDER, entre otros; estas propuestas, buscan intervenir en ese sector en específico para desarrollar un circuito de turismo sostenible en la cuenca del río. De esta manera se fomenta el turismo y la inversión por parte de organismos gubernamentales. Además, se han hecho distintos estudios de las rutas que ofrece y su viabilidad para que en un futuro lleguen a comercializarse por agentes de viajes y desarrollo turístico.
- El consumidor en la actualidad, ha desarrollado unas exigencias mayores y con expectativas más altas dado que ya conoce más fácilmente el producto que requiere o que desea pues tiene acceso a más medios, lo que lleva a que el mercado deba tratar de crear emociones y dirigir al cliente a una grata experiencia, "intenta crear un poco de magia" como dicen Lenderman y Sánchez (2008)
- Este tipo de marketing ha sido aplicado anteriormente en proyectos de Ecoturismo donde la sensación y las emociones del cliente juegan un papel fundamental.

Referentes teóricos:

Ceballos-Lascurain, H. (1987, enero). The future of ‘ecotourism’. Mexico Journal, 13-14.

Honey, M. (2008). Ecotourism and sustainable development: who owns paradise?, 2ª ed. Washington, DC: Island Press.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brand*. Nueva York: Free Press.

Vélez, C. P. (2014). *Diseño de rutas turísticas para el corregimiento de La Florida, municipio de Pereira, departamento de Risaralda*. Santa Rosa de Cabal.

El ecoturismo está guiado a la sensibilización del cliente no solo frente al paisaje con su flora y fauna sino también a las culturas que puedan encontrarse en la zona, de manera que no sea solo una forma de turismo donde se valoren factores materiales, sino que las emociones y sentimientos que se produzcan allí sean una verdadera experiencia que valga la pena recordar; y para esto se ha basado en los dos primeros referentes, Ceballos-Lascurain y Schmitt. Todo esto se aplica al corregimiento de La Florida en la ciudad de Pereira, el cual tiene un alto potencial aún sin haber sido explotado, lo que permite un trabajo casi desde cero para aplicar los módulos experienciales con el respectivo cuidado a todos estos atractivos turísticos que ya son recurrentes en visitantes locales, los cuales han de necesitar las respectivas rutas turísticas para servirse que es de lo que habla nuestro último referente, Vélez.

Objetivo general:

Identificar el potencial ecoturístico del corregimiento de La Florida para explotarse bajo el marketing experiencial

Objetivos específicos:

- Realizar un diagnóstico ecoturístico de las zonas aledañas o pertenecientes al corregimiento de La Florida.
- Proponer mecanismos que potencialicen el ecoturismo del lugar desde el marketing experiencial.
- Diseñar el plan de marketing experiencial para el ecoturismo del corregimiento de La Florida

Metodología:

Etapas 1: - Se realizará un diagnóstico del estado de los sitios turísticos de la zona a través de encuestas aplicadas a la población del corregimiento.

Etapas 2:- Se harán los debidos procesos para cumplir los requerimientos internacionales preestablecidos con apoyo en los diferentes módulos experienciales que el mercado experiencial puede ofrecer a turistas.

Etapas 3: - Con base a los resultados se implementarán estrategias para el mejoramiento y potencialización de la zona para el ecoturismo, cuyas evidencias se plasmarán en un cuadernillo.

Resultados esperados:

Desde el punto de vista ambiental y social, desarrollar un proyecto acorde a las políticas internacionales de protección del medio ambiente y de apoyo a comunidades desfavorecidas, en las que se segmenta el mercado hacia un público específico que ve en el ecoturismo una forma de vacacionar diferente y que lo ejerce como actividad social de apoyo a este lugar.

Es de recalcar que, en lo que se refiere al ecoturismo, en la zona de influencia del proyecto no tiene la suficiente fuerza ni el liderazgo para lograr encaminar los esfuerzos de todos los actores del sector, debido a las malas prácticas y a fenómenos como el turismo informal, que cada día hace más difícil la conservación eficiente de lugares ecoturísticos.

Por tanto, para este proyecto se espera poder dar a conocer de una forma más amplia las zonas aledañas al corregimiento de La Florida y enseñar la forma en que se aplica el Marketing Experiencial (cuyos pilares son la base para el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad) a los habitantes para así potencializar los sitios turísticos de la zona y de esta forma llegar, a cierto punto de conocimiento, en el cual se pueda lograr un equilibrio entre el turismo y la conservación ecológica, por medio del marketing mencionado anteriormente.

Impactos:

Como se ha dicho anteriormente, se espera que, desde los ámbitos sociales y económicos, haya una fuerte incidencia en los habitantes de la zona, trayendo así, mejoras y aumento en la calidad de vida de estos.

A la vez, desde la perspectiva ambiental, se logrará la protección y sostenibilidad de los recursos, ya que habrá un turismo guiado y cuidadoso para que así no hayan personas que por desconocimiento o falta de cuidado y por no haber una entidad vigilante, se contamine la cuenca del río Otún, del cual dependen miles de personas para sobrevivir.

Lo anterior está directamente relacionado con la esperanza y calidad de vida, puesto que si el agua llega a los humanos contaminada, se irán desarrollando progresivamente enfermedades que perjudiquen al hombre, disminuyendo su esperanza y aportando a la mortalidad de la ciudad. Con esto, menos personas visitarían el sector, afectando la estabilidad económica de la ciudad y sus zonas aledañas

Bibliografía:

Alcazar,B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico.* (p.44-49) Madrid ESIC Editorial.

Bennet, M. J. (1986). *A developmental approach to training for intercultural sensitivity*. International Journal of Intercultural Relations, 10(2), 179-196. Recuperado el ... de ... de ..., de: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0147176786900052>

Ceballos-Lascurain, H. (1987, enero). *The future of 'ecotourism'*. Mexico Journal, 13-14.

Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: who owns paradise?*, 2ª ed. Washington, DC: Island Press.

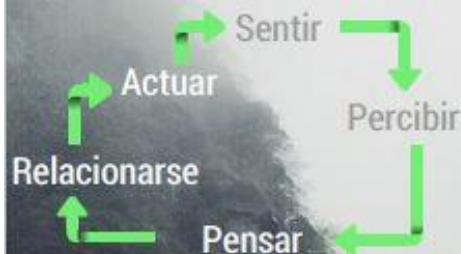
Kotler, P., y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*, 8ª ed. México: Pearson Educación.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brand*. Nueva York: Free Press.

Soto, D. (2006). *La identidad cultural y el desarrollo territorial rural, una aproximación desde Colombia*. Recuperado el 9 de febrero de 2016, de: recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Soto_URIBE_desarrolloterritorialrural.pdf

Vélez, C. P. (2014). *Diseño de rutas turísticas para el corregimiento de La Florida, municipio de Pereira, departamento de Risaralda*. Santa Rosa de Cabal.

MARKETING EXPERIENCIAL



OBJETIVO GENERAL

- Qué actividades ecoturísticas que se desarrollan en el corregimiento de la Florida tienen potencial para explotarse bajo el marketing experiencial.

MARKETING EXPERIENCIAL Y ECOTURISMO EN EL CORREGIMIENTO DE LA FLORIDA

¿QUÉ ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS QUE SE DESARROLLAN EN EL CORREGIMIENTO DE LA FLORIDA TIENEN POTENCIAL PARA EXPLOTARSE BAJO EL MARKETING EXPERIENCIAL?

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar el plan de marketing experiencial para el ecoturismo del corregimiento de La Florida
- Proponer mecanismos que potencien el ecoturismo del lugar desde el marketing experiencial.
- Realizar un diagnóstico ecoturístico de las zonas aledañas o pertenecientes al corregimiento de La Florida.

RESULTADOS ESPERADOS

Potencializar los sitios turísticos de la zona y de esta forma llegar, a cierto punto de conocimiento, en el cual se pueda lograr un equilibrio entre el turismo y la conservación ecológica

REFERENTES TEÓRICOS

- Ceballos-Lascurain, H. (1987, enero). The future of 'ecotourism'. Mexico Journal, 13-14.
- Vélez, C. P. (2014). Diseño de rutas turísticas para el corregimiento de La Florida, municipio de Pereira, departamento de Risaralda, Santa Rosa de Cabal.