

Facultad de Ciencias socioeconómicas y empresariales			
Programa de Marketing y Negocios internacionales por ciclos propedéuticos			
Nombre del Semillero: SEI+MARK			
Grupo de Investigación: GIMA			
Temática o Línea de Investigación: Marketing estratégico			
Nombre del Director del Proyecto: Cyril Castex			
Identificación: C.E.341.723			
Nivel formación Académica: Magister en Marketing			
Teléfono: 301.694.52.98			Email cgerard@correo.uts.edu.co
Nombre del Proyecto de Investigación: Diagnóstico del potencial de comercialización del ecoturismo en el departamento de Santander			CAMPO DEL SABER: Ciencias sociales
Autores del Proyecto	Dirección	Teléfono	Email
Rosa Angélica Duarte Cáceres	Carrera 8VA B#10-59 Favuis	3174507869	rosaduarte993@hotmail.com
Andrés Fernando Morales Valencia	Calle 9ª#39-48 Apto 301	3152670467	afmorales17@gmail.com
Olga Cecilia Villamizar Silva	Reserva San Jorge, Los Cedros, Torre 1, Apto 305	3015970309	olgavillamizars@gmail.com
Planteamiento y Formulación del problema de Investigación			
<p>La promoción y a la comercialización del turismo ecológico en Santander sufre de la misma problemática que se observa a nivel nacional (Falta de infraestructura, poca conciencia medioambiental, mala definición de los sitios protegidos) con algunos actores independientes que proponen actividades de ecoturismo. Pero al parecer, no existe una estrategia estructurada a nivel departamental y a nivel de las agencias de viajes y tour operadores locales. El propósito de la investigación que sigue es diagnosticar el estado del ecoturismo en el Departamento y evaluar su potencial de comercialización como producto turístico.</p> <p>De aquí surgen dos preguntas claves: ¿Una o varias de estas condiciones están reunidas para poder considerar el Ecoturismo como producto comercializable? ¿Qué se realizó a nivel de la implementación del Ecoturismo?</p>			
Objetivo General			
Diagnosticar el potencial de comercialización del ecoturismo en el departamento de Santander			
Objetivos Específicos			
- Aplicar el diagnóstico a 10 microempresas representativas del sector			

- Analizar los datos y emitir conclusiones y recomendaciones relacionadas
- Escribir un artículo de investigación

Antecedentes:

De acuerdo con (Rozemeijer, 2013), la promoción del ecoturismo es algo de muy recién en Colombia. En realidad, el crecimiento turístico pudo ser efectivo a partir del año 2003 donde se evidenció una recuperación de la economía en gran medida gracias a la mejora en las condiciones de seguridad. Esto tuvo como efecto una regeneración de la confianza y un aumento del número de turistas internacionales. Dentro de esta dinámica, se inició una puesta en marcha de algunas actividades relacionadas con el Ecoturismo: Observación de ballenas alrededor de la isla Gorgona, observación de migraciones (tortugas y aves por ejemplo), buceo, agroturismo, visita de sitios arqueológicos o naturales, caminatas ecológicas, visita a Parques Nacionales y fincas productivas y turismo rural.

Pero según (Ojeda, 2012), de las 56 áreas protegidas de Colombia, solo 24 se prestan para turismo ecológico o ecoturismo. Eso traduce dificultades estructurales como, por ejemplo, las limitaciones para la conservación medioambiental, por cuestiones de seguridad, por creación reciente. Pero para estos 32 sitios, se evidencia sobre todo falencias a nivel de las políticas de ecoturismo y de infraestructuras dedicadas a este tipo de turismo.

Además y para (Bellón, 2014), si bien la industria turística es muy dinámica, ofreciendo varias formas de viajar, comodidades a nivel de elección y reserva (predominancia del Internet) atendiendo a clientes cada vez más exigente, el enfoque de los proveedores de esta industria va principalmente hacia formas de turismo clásico de ocio y vacaciones y hacia servicios tales como transporte, alimentación, hospedaje y entretenimiento.

Justificación

Es necesario conocer el potencial de comercialización del ecoturismo en el Departamento de Santander, puesto que esto constituye el futuro del turismo. Muchos turistas están buscando alternativas al turismo clásico de ocio. Esto constituye una nueva tendencia, donde los turistas empiezan a tener consciencia de la importancia del medio ambiente, mientras que un número creciente de operadores turísticos incluyen el respeto de la biodiversidad en sus argumentaciones de ventas (Habibullah, 2016).

Impacto esperado

Conocimiento del potencial existente en Santander en aras de poder formular una oferta de ecoturismo adecuada

Marco teórico:

De acuerdo con (Fennell, 2014), el Ecoturismo se define como un concepto creado por biólogos de Costa Rica en los años 80: Proteger la naturaleza mediante la utilización de los ingresos del turismo. Mismo si la definición de la Sociedad Internacional de Ecoturismo constituye una referencia para los profesionales, no existe una declaración o marca registrada, y el término puede ser utilizado libremente para todos los integrantes de la industria turística, a veces de manera abusiva. Se promulgaron directrices internacionales (Declaración de Naciones Unidas de Quebec, 2002) y varios organismos de acompañamiento y de certificación en Ecoturismo han sido creados en diferentes países.

Si bien Costa Rica ha sido pionero en Ecoturismo, otros países de América Latina tales como Brasil o Chile implementaron acciones y estrategias para promoverlo. Según (Pegas, 2014), la mayoría de los turistas que visitan a Brasil buscan turismo clásico tal como turismo de sol, playa y balneario en temporadas altas. Muy pocos turistas tienen como objetivo el ecoturismo científico: Incursiones a atractivos naturales para hacer observaciones y estudios en los ecosistemas, los sitios arqueológicos la fauna y la flora.

Para (Nahuelhual, 2013), la situación en Chile parece más avanzada con un inicio de una planificación por parte de los diferentes actores turísticos, buscando una conversión, un posicionamiento y una promoción del Ecoturismo. Se están ejecutando instrumentos de mercado en la teoría de la modernización ecológica, con el objetivo de entender de manera crítica esta planificación.

No obstante, la comercialización del Turismo sustentable y del Ecoturismo puede estar puesta en marcha respetando condiciones fundamentales. En palabras de (Zhang, 2012), la protección de los sitios turísticos es la primera condición para poder poner en marcha una lógica de Ecoturismo: Se puede cumplir mediante la intervención del gobierno nacional y de los gobiernos locales que deben lanzar un análisis de las condiciones y modalidades de la creación de una zona de protección integral en los sitios turísticos de interés.

De acuerdo con (Camus, 2012) y en un segundo tiempo, es necesario analizar las condiciones de puesta en marcha del Ecoturismo. El análisis sistémico tiene la ventaja enfrentar de la mejor manera al sistema social complejo que constituye el turismo e imaginar soluciones en cuanto a un desarrollo sostenible prometedor y viable a largo plazo. Este análisis demuestra que una iniciativa turística sostenible puede enmarcarse en un círculo virtuoso bajo el efecto del aprendizaje y la retroacción. La adopción voluntaria de restricciones adicionales en relación con el desarrollo sostenible que no son sujetas a reglamentación o normas de un sector de actividad, demuestra que la empresa promueve ciertos valores. Es importante preguntarse si es un verdadero compromiso de la empresa o un enfoque marketing hacia las partes involucradas y los usuarios. Para contestar a esta pregunta, el análisis sistémico parece ser una solución adaptada a la complejidad del mundo turístico.

Según (Kafyri, 2012), el lado cultural y la gestión del patrimonio constituyen la tercera condición para poder llevar a cabo una política de Turismo Sustentable mediante el desarrollo del Ecoturismo. El hecho es saber si la promoción de los sitios de la lista del Patrimonio Mundial es compatible con un acercamiento de desarrollo sostenible y la protección de recursos

patrimoniales. Se sugiere tener en cuenta el atractivo de estos sitios porque eso es tributario del carácter excepcional de los bienes del patrimonio mundial. Los responsables de los sitios del patrimonio enfrentan la escasez de los recursos financieros y deberán encontrar nuevas fuentes de ingreso. Así, la promoción turística de los sitios del Patrimonio mundial es inevitable y es obligatorio entender de una mejor manera sus impactos a corto y largo plazo sobre el desarrollo sostenible.

A corto plazo, la protección de un sitio clasificado en la lista del patrimonio mundial podría tener efectos positivos sobre la dimensión medioambiental y económica. A largo plazo, esta protección podría tener impactos positivos en las tres dimensiones (económicas, medioambientales y sociales).

Para (Broadbent, 2012), la valorización del medio ambiente constituye la cuarta condición. Los destinos de turismo de masa están confrontados a una dificultad mayor que se refleja en el desarrollo del turismo sin destruir los recursos, a menudo frágiles que constituyen el origen de su atractivo. Se debe preguntar porque y como un destino turístico hace de la valorización y de la preservación de recursos naturales, un elemento central de su estrategia a partir de la teoría del recurso based view y con el apoyo de las partes involucradas e institucionales. Gracias a esta herramienta, se puede obtener una clasificación de los modos de valorización de los recursos naturales fuente de ventajas competitivas. El autor demuestra como la política de turismo sostenible se construye en el marco de redes de actores de política pública que gestionan los recursos naturales.

En palabras de (Leroux, 2010), se debe igualmente proponer una estrategia de turismo sostenible mediante el concepto de óptimo eco turístico que concilia el desarrollo económico del turismo de un sitio y el respeto de las dimensiones del desarrollo sostenible. El cálculo de este óptimo necesita la definición de indicadores pertinentes para cada una de las dimensiones de interés. Si un proyecto de desarrollo turístico debe tener en cuenta el conjunto de estos parámetros (indicadores socioeconómicos y de contexto geográfico), el contexto determina en gran medida la elección de los indicadores y permite entender el comportamiento del turista. En un primer tiempo, es necesario realizar entrevistas con expertos con el fin de alcanzar un conjunto de indicadores sobre parámetros del óptimo eco turístico y sobre los medios que permiten ponerlas en funcionamiento. En un segundo tiempo, el objetivo es dinamizar el óptimo y es necesario apoyarse con un baricentro como índice sintético construido a partir de un sistema de ponderación de índices.

Metodología:

Para el estudio se diseñó una investigación de mercados cuyo objetivo era obtener información que no se encontró en la revisión de literatura y que permite diagnosticar la potencialidad de comercialización del Ecoturismo en el Departamento de Santander. La investigación que se realizó fue de tipo exploratoria puesto que no se encontraron informaciones o artículos que permiten hacerse una primera idea del tema de interés.

Determinación de la muestra

Se eligió una muestra por conveniencia de 8 empresas representativas del sector turístico del Departamento de Santander. Las siguientes agencias de viajes y los siguientes tour operadores fueron seleccionadas:

- Universal de Turismo (Bucaramanga, 8 empleados)
- Portal Paraíso Natural (Bucaramanga, 4 empleados)
- CorpoSanturban (Vetas, 12 empleados)
- Hostal de la Prada (Zapatoca, 15 empleados)
- Nativos San Gil (San Gil, 2 empleados)
- Aventura Total Carrera (San Gil, 2 empleados)
- Verada Llano de Navas (Curiti, 8 empleados)
- Hotel Ecoturismo Villa Lucy (Curiti, 3 empleados)
-

Avances Realizados:

- Planteamiento del problema
- Objetivo general & objetivos específicos
- Justificación
- Determinación de las agencias de viaje representativas del sector
- Redacción del formato de entrevista en profundidad
- Inicio de la aplicación de la entrevista

Resultados esperados:

- Análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones
- Escritura de un artículo de investigación
- Publicación en revista indexada
- Participación en una ponencia nacional e/u internacional

Cronograma & lista de estudiantes: Ver cuadro Excel anexo

Bibliografía

- Bellón, E. R. (2014). Tourism in Colombia. Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study. *Bridging Tourism Theory and Practice*, 211-226.
- Broadbent, E. N. (2012). The effect of land use change and ecotourism on biodiversity: A case study of Manuel Antonio, Costa Rica, from 1985 to 2008. *Landscape ecology*, 731-744.
- Camus, S. H. (2012). Systemic analysis and model of sustainable tourism. *International Journal of Business*, 365-378.
- Fennell, D. A. (2014). *Ecotourism*. New-York: Routledge.
- Kafyri, A. H. (2012). Determinants of visitor pro-environmental intentions on two small Greek islands: Is ecotourism possible at coastal protected areas? *Environmental management*, 64-76.
- Leroux, E. (2010). *Vers un Tourisme Durable ou un écotourisme*. Paris: Management & Avenir.
- Nahuelhual, L. C. (2013). Mapping recreation and ecotourism as a cultural ecosystem service: An application at the local level in Southern Chile. *Applied Geography*, 71-82.
- Ojeda, D. (2012). Green pretexts: Ecotourism, neoliberal conservation and land grabbing in Tayrona National Natural Park, Colombia. *Journal of Peasant Studie*, 357-375.
- Pegas, F. D. (2014). Ecotourism as a conservation tool and its adoption by private protected areas in Brazil. *Journal of Sustainable Tourism*, 604-625.
- Rozemeijer, M. J. (2013). Marine and coastal ecological potential for the economic development of Colombia . *Imares*, 1-18.
- Zhang, H. &. (2012). A structural model of residents' intention to participate in ecotourism: The case of a wetland community. *Tourism Management*, 916-925.