

*HACIA UN MODELO DE ECOTURISMO
SOSTENIBLE, DESDE EL MARKETING DE
EXPERIENCIAS*

2013-I

Julián Enrique Durán Flórez

Coloquio: Maestría
en Gerencia
Estratégica Mercadeo

Trabajo de Investigación Tesina (Artículo Tipo Journal):

**“HACIA UN MODELO DE ECOTURISMO SOSTENIBLE, DESDE EL
MARKETING DE EXPERIENCIAS”**

Alumno: Julián Enrique Durán Flórez

Profesor: Pedro Julián Ramírez Angulo - Tutoría Temática

Maestría en Mercadeo Estratégico – Politécnico Gran Colombiano

Bogotá D.C., Julio de 2013

Contenido

1. Resumen	253
1.1 Abstract:	254
2. Metodología	254
3. Introducción	255
4. Abordaje Teórico	257
4.1 Hacia una definición de Eco – Turismo:	257
4.2 Ecoturismo, Experiencia y Marketing:	258
5. Propuesta de Investigación:	260
6. Referencias Bibliográficas utilizadas en este artículo	261
7. Anexos	262
7.1 Bibliografía escogida para abordar la investigación	262

“Hacia un Modelo de Ecoturismo Sostenible, desde el Marketing de experiencias”

Por: Julián Enrique Durán Flórez⁴⁶

Palabras Clave / Key Words: Ecoturismo, Sostenibilidad, Desarrollo, Experiencias, Marketing Experiencial, Marketing Relacional, Ecomarketing, Competitividad

1. Resumen

Con este trabajo se busca lograr un acercamiento exploratorio a las diferentes perspectivas que encierra el Concepto de Ecoturismo Sostenible y, a partir de allí, poder establecer diferentes enfoques de acción hacia un modelo aplicado a la realidad colombiana en sus diferentes contextos económico, político y social, de cara a la globalización del mercado turístico y al grado de atraktividad que representan los destinos naturales colombianos para el sector. Todo esto destacando a la cualificación de “La experiencia” como factor conector entre la actividad turística y su impacto en la realidad económica, ambiental y social de los destinos en los que se desarrolla.

En este sentido, desde la teoría, se abordará de manera general del tema para: Establecer una definición clara de lo que es Turismo Sostenible. A qué elementos

⁴⁶ **Julián Enrique Durán Flórez:** Estudiante Maestría Mercadeo Estratégico, Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano; Comunicador Social y Periodista de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, con énfasis profesional en Alta Gerencia y Mercadeo. Más de 11 años de experiencia en la Creación, Dirección, Ejecución y Monitoreo de Planes Estratégicos de Comunicaciones y Mercadeo para empresas de los sectores: Público, Privado y de Cooperación Internacional. Destacado como uno de los 100 Líderes de Colombia en 2010 (categoría Jóvenes Ejecutivos) por parte de la Revista GERENTE.

E-mail: duranjulian@hotmail.com

responde la clasificación de segmentos turísticos.Cuál es la diferencia entre Turista y Excursionista. Definir Ecoturismo y sus principales características. Cuáles son los principios del ecoturismo. Encontrar una conexión teórica entre el ecoturismo y la experiencia.

1.1 Abstract:

This work seeks to achieve an exploratory approaching, to different perspectives from the Sustainable Ecotourism concept and from there, to set different action approaches applied to different Colombian contexts: economic, political and social. All of that, considering the globalization of the tourism market and the attractiveness that represents Colombian natural destinations for the sector. The qualification of "Experience" is other important factor that is considered in the investigation as a connection factor between tourism and its impact on the economic, environmental and social destinations where it is practiced.

In this sense, this theoretical approach seeks: To establish a clear definition of Sustainable Tourism concept. To identify the elements that classifies the tourism segments. To recognize the difference between Tourist and Excursionist. To define Ecotourism, its main features and principles. To find a theoretical connection between ecotourism and experience.

2. Metodología

El presente artículo aborda, de manera general y primigenia, los conceptos básicos inherentes al Ecoturismo Sostenible consignados en publicaciones especializadas (Libros y Revistas), desde una perspectiva eminentemente consultiva resaltando la importancia del Ecoturismo, como motor de desarrollo social que respete el equilibrio ambiental.

A partir de esta exploración se pretende decantar el tema para establecer una conexión entre el Ecoturismo y el mejoramiento de la Experiencia Turística con la inclusión de criterios de Sostenibilidad en lo ambiental, lo económico y social.

3. Introducción

“El turismo, más que un simple descanso o una especie de evasión, es para el hombre una actividad compensadora y libre que debe ayudarlo a RE - CREARSE a través de nuevas experiencias”.

Juan Pablo II.

La vida implica en sí un acto de conocimiento, de experimentación y de consciencia, en este sentido el turismo reivindica esa premisa como un ejercicio de intercambio compartido de percepciones, valores y cultura. En su condición de actividad económica que integra diferentes actores en cuanto a la generación y distribución de ingresos se hace necesario observar el impacto que se deriva de este ejercicio en áreas naturales especialmente protegidas.

Es allí donde entra el concepto de **Turismo Sostenible** como una tendencia que propende por el equilibrio de las zonas visitadas en sus aspectos ambientales y sociales, al respecto la Organización Mundial del Turismo OMT define:

“El turismo sostenible es el que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. (OMT, Definición Turismo Sostenible. Recuperada de: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>)

Estos principios de sostenibilidad abogan por el equilibrio entre las dimensiones medioambiental, económica y sociocultural del sector turístico que debe velar por el seguimiento constante de sus incidencias para: garantizar el mayor bienestar posible a las comunidades, dar un uso óptimo, racional y conservacionista a los recursos medioambientales, respetar los valores socioculturales de las comunidades anfitrionas, asegurar actividades económicas viables a largo plazo y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

En cuanto a encontrar una definición de las tipologías de Turismo de acuerdo con sus diferentes segmentos es una tarea algo más difícil ya que existen amplias y diferentes perspectivas que se debaten si la clasificación de segmento turístico se da:

- En términos del objetivo del viajero (conocimiento geográfico, gastronómico, negocios, salud, aventura, ecología, investigación científica, entre otros).
- En términos de la oferta de actividades económicas que sustentan el ejercicio turístico.
- Una combinación entre oferta y elección.
- El resultado de la circunstancia que lleva a consumir un producto y/o servicio asociado al turismo por parte de un “visitante” que puede ser:
Turista: si pernocta por más de 24 horas en el lugar de destino o
Excursionista: si su permanencia es menor (Aguí, 1994).

Por dichas razones y en atención a que este trabajo pretende establecer un puente entre la práctica Eco-turística, mediatizada por una cualificación de la experiencia⁴⁷ en pro de la Sostenibilidad, abordaremos teóricamente cada uno de estos términos para establecer su significado y sus puntos de interrelación.

Finalmente, teniendo en cuenta las oportunidades que se abren para Colombia en materia Ecoturística gracias a su maravilloso entorno natural, abordaremos aspectos generales de contexto del sector para analizar qué aspectos deben ser tenidos en cuenta a la hora de plantear un modelo sostenible.

⁴⁷ En el aparte de abordaje teórico definiremos la Experiencia como componente de estudio del Marketing Experiencial.

4. Abordaje Teórico

4.1 Hacia una definición de Eco – Turismo:

(ONU, 1987) Existen varias definiciones sobre lo que significa el Ecoturismo en general como una práctica que promueve la sostenibilidad: definida como la integración de la viabilidad ambiental, económica y social. Sin embargo, existe una un poco más completa elaborada en 1983 por Héctor Ceballos- Lasuraín (Arquitecto y ambientalista mexicano) que lo enmarca como:

“Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que pueden encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”. (Recuperado de: <http://www.planeta.com/ecotravel/weaving/hectorceballos2.html>)

De igual forma, (Drumm & Moore, 2005) señalan que la práctica ecoturística debe seguir los siguientes principios:

- Tener un bajo impacto sobre los recursos pertenecientes a las áreas naturales protegidas.
- Involucrar grupos de atención (individuos, comunidades, ecoturistas, operadores turísticos, gobiernos e instituciones) en la planeación, desarrollo, implementación y monitoreo de sus diferentes fases.
- Respetar las cultura local y sus tradiciones

- Generar ingresos sostenibles y equitativos para las comunidades locales y muchos otros actores como sea posible, incluyendo operadores turísticos.
- Generar ingreso para proteger y conservar el área
- Educar a todos los involucrados en su rol de conservación.

En este primer acercamiento al término, es importante destacar como la Experiencia juega un papel muy importante ya que involucra todo un proceso educativo y de concientización de acciones hacia todos los elementos que hacen parte de la cadena ecoturística. Por tal razón, y como eje central de nuestra propuesta, observaremos las posibles confluencias entre ecoturismo y marketing experiencial.

4.2 Ecoturismo, Experiencia y Marketing:

Como en todo ecosistema, en donde existe una interrelación de causa efecto entre todos los procesos y las acciones, la experiencia como forma de conjunta conocimiento, creación y participación, es un campo de estudio que influye no sólo en la oferta del servicio ecoturístico, sino en la satisfacción del viajero en sus expectativas.

De acuerdo con lo anterior, surgen varias inquietudes sobre cómo integrar los procesos educativos de concientización ambiental, el diseño de procesos de integración socio - económica y cultural sostenibles con la parte vivencial de la experiencia:

¿Es algo que podemos influir?, ¿a partir de qué momento?, ¿se puede formular un modelo para el acompañamiento de la experiencia tanto para los viajeros como para los integrantes de la cadena de servicio ecoturístico?.

Crear una percepción a partir de la vivencia, es un proceso complejo y subjetivo que depende no sólo de los motivantes que se utilicen esa actividad de creación,

comunicación, entrega e intercambio de ofertas de valor entre grupos sociales, parafraseando la definición de Mercadeo de la AMA (American Marketing Association, aprobada en 2007), sino de los valores y referentes emocionales de los individuos.

Al respecto Bernd Schmitt, profesor de la Universidad de Columbia y estudioso de las interacciones entre mercados y consumidores, propuso:

(Schmitt, 2000) “Peter Drucker⁴⁸ escribió: “Sólo hay una definición válida para el propósito de un negocio: crear clientes”. De manera similar, sólo hay una definición válida para el propósito del mercadeo: crear una experiencia valiosa para el cliente. Con estos buenos oficios, sus clientes agradecerán, permanecerán fieles a su negocio y lo premiarán por ello”

Así mismo, el autor afirma que el ser humano basa sus decisiones en sus sentimientos aspecto que sumado a la gran cantidad de estímulos inmersos en las tecnologías de la información y la cultura del entretenimiento agrega una oferta de valor que va más allá de las bondades del servicio o producto ofrecido para generar escenarios adicionales en donde la experiencia del cliente es el principal factor de influencia a la hora de decidir.

Respecto a la definición de Marketing Experiencial, existe mucha divergencia de opiniones y clasificaciones de lo que enmarca a la experiencia como mecanismo de identificación íntima entre los productos/servicios y los consumidores, que van desde: análisis psicológicos-comportamentales para establecer motivaciones desde el arraigo cultural y cognitivo, hasta estudios que involucran el estudio los mecanismos de interrelación de los individuos con su entorno a partir de los sentidos obteniendo un sinnúmero de aproximaciones a las motivaciones de compra y su explotación desde al marketing. De acuerdo con la International Experiential Marketing Association (IXMA) EL Marketing Experiencial podría definirse como:

⁴⁸ Biografía Peter Drucker, recuperada de: <http://www.cgu.edu/pages/292.asp>

“Es una parte integral del diseño de experiencia para los consumidores o la gestión de la experiencia de los consumidores. Es una estrategia que intenta estimular los sentidos del consumidor, emocionarles, dar vida intencionadamente a las promesas que hace la marca a los consumidores por medio de experiencias únicas y auténticas organizadas que tienen lugar antes de comprar, durante el proceso de compra y en todas las posibles interacciones posteriores” (IXMA, Recuperado de: <http://ixma.org/articles.htm>).

Finalmente, resulta muy interesante encontrar conectores entre el Ecoturismo Sostenible y el Marketing de Experiencias para poder encontrar problemáticas de estudio que, en esta materia, apliquen al entorno colombiano y brinden una lectura sobre sus aplicaciones y posibilidades de desarrollo.

5. Propuesta de Investigación:

Teniendo en cuenta las diferentes aplicaciones del marketing de experiencias, la propuesta investigativa identifica los siguientes ejes de acción posibles:

- Observar cómo inciden las nuevas tendencias del Marketing Experiencial en materia de Ecoturismo en Colombia a la luz de la Nueva Ley de Turismo 1558 del 10 de julio de 2012. (Congreso de la República de Colombia & Ministerio de Industria y Comercio, 2012)
- Determinar las posibles variaciones del Ecoturismo, con respecto a sus actividades y públicos, generando un perfil y un modelo de acción de acuerdo con los sectores involucrados.
- Visualizar cómo se articula el impacto turístico, desde la cualificación de la experiencia, a la realidad ambiental y social de los territorios desde una perspectiva ética y responsable.

- Identificar mecanismos de formulación de iniciativas ecoturísticas formales que articulen principios de responsabilidad social y ambiental.

6. Referencias Bibliográficas utilizadas en este artículo

Páginas WEB:

1. Definición Turismo Sostenible, recuperada de:
2. <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
3. Biografía Peter Drucker, recuperada de: <http://www.cgu.edu/pages/292.asp>
4. Definición Ecoturismo: (Héctor Ceballos, 1983), recuperada de:
<http://www.planeta.com/ecotravel/weaving/hectorceballos2.html>
5. Definición Marketing Experiencial, recuperada de:
<http://ixma.org/articles.htm>

Documentos:

1. Aguí, Jose Luis (1994). Definiciones de Turismo. Papers de Turisme, Instituto de Estudios Turísticos de Valencia, Págs 14(15), 17.
2. UNWTO, (1995). Technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics. World Tourism Organization. Recuperado de:
<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>
3. Andy Drumm and Alan Moore (2005). Ecotourism Development: A Manual for Conservation Planners and Managers. 2nd Edition 2005 by The Nature Conservancy Institute, Arlington, Virginia, USA.
4. Bernd H. Schmitt (2000). Experiential Marketing. Ed. Deusto, Barcelona.

5. Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo – ONU (1987). Informe: “Nuestro futuro común” (Our Common Future). Oxford: University Press.
6. Congreso de la República de Colombia & Ministerio de Industria y Comercio, (2012). Nueva Ley de Turismo 1558 del 10 de julio de 2012, por la cual se modifica la ley 300 de 1996-ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial. Recuperado de: <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=3597>

7. Anexos

7.1 Bibliografía escogida para abordar la investigación

De acuerdo con las temáticas expuestas en la propuesta investigativa, presento la siguiente bibliografía escogida para abordar la investigación (en archivo Excel anexo – 64 referencias) así:

- 27 Artículos de Revistas Especializadas e Indexadas
- 21 Publicaciones Especializadas
- 10 documentos oficiales
- 6 Libros