



UNIVERSIDAD LIBRE DE COLOMBIA

Seccional Socorro

*La Calidad académica
un compromiso institucional*



«SENDERO ECOLOGICO DEL CAFÉ HACIENDA MAJAVITA SOCORRO SANTANDER»



*Daniela Andrea Ruiz González
Estudiante VIII Semestre
Email: andrearuizg94@Hotmail.com*



SEMILLERO SIDEC-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS





ACERCA DEL CAFÉ MAJAVITA



EL Café Majavita, es el resultado de un proceso organizado y planificado. Este se constituye como el primer producto de los contemplados en la línea de investigación Universidad Empresa.

- Café 100 por ciento orgánico.
- Calidad organoléptica.
- 100 años de historia: La Hacienda Majavita
- Compromiso social.
- Triple certificación de calidad.



(Sanmiguel,2015)



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



- Se estima un bajo conocimiento del producto café Majavita en los Socorranos, turistas y estudiantes Unilibristas.
- ¿Es viable la creación de un sendero ecológico de café en la hacienda Majavita como estrategia de conocimiento & promoción y posicionamiento de la marca café Majavita?



JUSTIFICACIÓN



Actualmente nuestras organizaciones deben estar al tanto de los cambios que suceden en el entorno, especialmente lo que los consumidores quieren, desean, ven y les gusta. En Colombia el Mercado turístico ha tenido gran acogida, al indagarse sobre actividades que se pudieran utilizar como estrategia de conocimiento- promoción de la marca se ha encontrado una nueva modalidad llamada “ECOTURISMO” como una experiencia de descanso cerca de la naturaleza, y encontrándose dentro de esta modalidad los “SENDEROS ECOLOGICOS”, por esta razón se determinará si por medio de un sendero ecológico en la hacienda Majavita como estrategia de posicionamiento se aumentaría el nivel de conocimiento del producto Café Majavita.



ETAPAS DE DESARROLLO





OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de la creación del sendero ecológico del café en la hacienda Majavita de la Universidad Libre Seccional Socorro, utilizándolo de igual forma como estrategia de conocimiento de la marca Café Majavita



OBJETIVOS ESPECIFICOS



- Determinar el conocimiento sobre el café Majavita en los Socorranos y analizar si el sendero del café aumentaría el nivel de conocimiento del producto
- indagar si la creación de un sendero ecológico del café podría ser utilizado como estrategia de conocimiento y de la marca café Majavita y Analizar si los Socorranos estarían dispuestos de conocer y recorrer el sendero y de igual manera consumir el café Majavita
- Investigar sobre el sentido de pertenencia y el hábito de consumo de los estudiantes de la universidad libre con respecto al café Majavita
- Identificar los diferentes aspectos que influyen al momento de la compra de café en los hogares Socorranos
- Desarrollar la factibilidad Económica, financiera y técnica de la creación del sendero ecológico del café en la hacienda Majavita



MARCO TEORICO



- Estrategias de marketing "consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado". K, Arturo. (2013)
- El ecoturismo el cual según la unión internacional para la conservación de la naturaleza (UICN) señala que es "Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza" K. Arturo. (2013).
- sendero ecológico, éstos se definen como "Rutas internas, largas o cortas, a través de las cuales se muestran elementos naturales o culturales de interés para el público. (Mateo, J. (2004). Conceptos de Ecoturismo. Sr futuro.)
- "Teoría del Posicionamiento", dice: "El posicionamiento no se refiere al producto, sino a lo que se hace con la mente de los probables clientes o personas a las que se quiere influir; o sea, cómo se ubica el producto en la mente de éstos. El posicionamiento es lo primero que viene a la mente cuando se trata de resolver el problema de cómo lograr ser escuchado en una sociedad sobre comunicada".(A,Ries;J,Trout, 1981).



ANTECEDENTES



- **Parque Nacional del Café “QUINDIO”:**

Sendero Ecológico es una de las atracciones más importantes del parque nacional del café en el cual los visitantes conocen los diferentes procesos del cultivo y producción del café y de esta manera aumenta el consumo de este producto. (PARQUENALCAFECOLOMBIA, s.f.)

- **Sendero del fique Curiti Santander**

Curiti ofrece espectaculares senderos ecológicos para que los visitantes disfruten de las caminatas eco turísticas como lo es el nuevo **“Sendero del Fique”** con gran variedad de flora y fauna y excelente clima, Obra que busca fortalecer el turismo y promover los productos elaborados con fique propios de la región con los cuales se favorece la economía local.

(SA, 2013; Ramirez, 2013)



METODOLOGIA



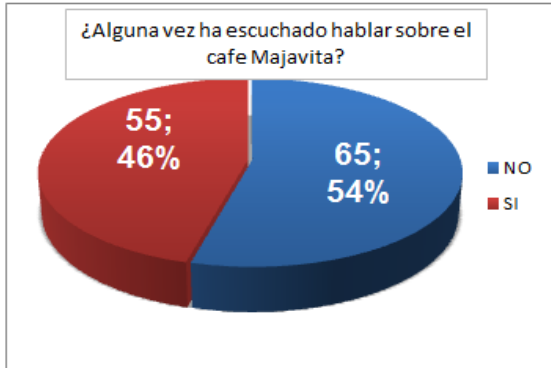
Característica	Encuesta
Tipo de investigación	Descriptivo y de campo
Diseño de investigación	Investigación cuantitativa
Población	Población total del socorro: 30.142 (DANE, 2011) y entre las edades de 15 a 55 años existe una población de 7728 habitantes Población de estudiantes Universidad Libre Población turistas
Muestra	Muestreo aleatorio SIMPLE, Ciudadanos Socorranos y estudiantes Universidad Libre de Colombia
Técnica de recolección de datos	Entrevista personalizada, encuesta Y estudio técnico de campo
Tamaño de la muestra	$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$ Muestra socorro: 120 Muestra Unilibrista: 129



RESULTADOS ENCUESTA SOCORRANOS



RESULTADOS ENCUESTA SOCORRANOS



NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS SOCORRANOS «CAFÉ MAJAVITA»

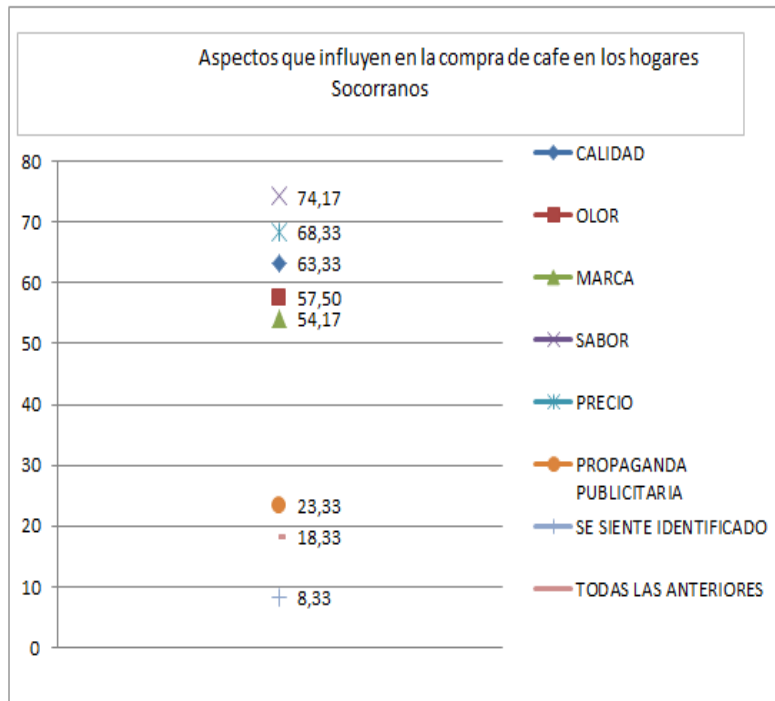
EL 54,2% NO HAN ESCUCHADO SOBRE EL CAFÉ MAJAVITA, PERO EL 45,8 RESTANTE SI HAN ESCUCHADO HABLAR



EL 99,2% ESTARIAN DISPUESTOS DE IR A CONOCER EL SENDERO ECOLOGICO, JUNTO A SU FAMILIA, AMIGOS Y PAREJA, PARA OBTENER UNA EXPERIENCIA DE RELAJACION

PERO DE ESE 45,8% QUE SI HAN ESCUCHADO HABLAR SOBRE EL CAFÉ SOLO EL 27,5% LO HA CONSUMIDO Y LO CONSUMEN MUY RARA VEZ, PERO EL 98% DEL TOTAL DE LOS ENCUESTADOS QUISIERAN CONOCER MAS SOBRE ESTE.

RESULTADOS ENCUESTA SOCORRANOS



ASPECTOS DE LA COMPRA DEL CAFÉ EN LOS HOGARES SOCORRANOS

El 95,8 de los encuestados compran y consumen café en sus hogares

El aspecto que tiene mayor influencia al momento de la compra es el **sabor**, seguidamente de la **calidad** y el **olor**.

Por lo cual si se realiza el **sendero ecológico** durante el recorrido se debe influir directamente por medio de estrategias **neuroológicas** a los visitantes por medio de estos aspectos



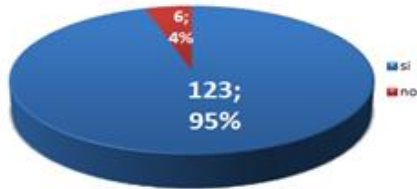
RESULTADOS ENCUESTA ESTUDIANTES



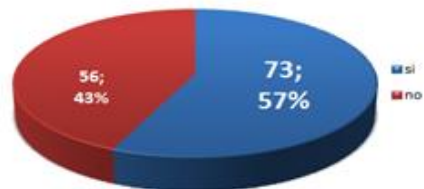
RESULTADOS ENCUESTA ESTUDIANTES



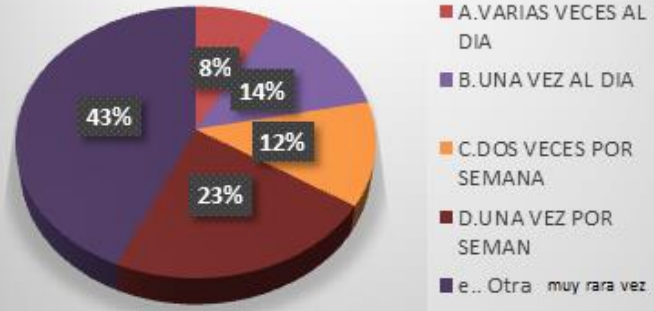
Alguna vez ha escuchado hablar sobre el Cafe Majavita?



Alguna vez ha consumido Cafe Majavita?



EVENTUALIDAD



El 95,3% de los encuestados han escuchado hablar sobre el café Majavita y el 71,3% se siente identificado con la marca

pero solo el 56,6% lo ha consumido y en promedio lo consumen una vez por semana y solamente en un 22,5% se consume café Majavita en sus hogares

El 100% de los encuestados están dispuestos de ir a conoce el sendero ecológico, junto a su familia, amigos y pareja con el fin de obtener una experiencia de integración y diversión



RESULTADOS PREVIOS



Respecto al nivel de conocimiento acerca de la marca Café Majavita en los Socorranos existe un nivel medio-bajo, pero un gran porcentaje de estos están dispuestos a conocer más sobre marca . Con relación a los estudiantes de la universidad libre en un alto porcentaje se sienten identificados con el producto, además existe un alto nivel de aceptación acerca de la creación del sendero ecológico en la hacienda Majavita y basándonos en este porcentaje los encuestados están dispuestos a ir y conocer el sendero ECOLOGICO.

Está en proceso la recolección de información respecto a la experiencia de los turistas y las opiniones acerca de la creación del sendero, adicionalmente el estudio de factibilidad y viabilidad Técnica, Económica-Financiera, y legal de la creación del sendero ecológico, así mismo el análisis de los diferentes factores que influyen en la compra de café en el mercado objetivo como base para estipular las diferentes estrategias de atracción, conocimiento & promoción del producto café Majavita así mismo el análisis de correlación frente a las variables de nivel de conocimiento y nivel de consumo del producto.



BIBLIOGRAFIA



- PARQUENALCAFECOLOMBIA, A. s. (s.f.). *Colombia TURISMO PARQUENALCAFE*. Obtenido de http://www.colombia.com/turismo/sitio/parque_cafe/sendero.asp
- Trout, A. R. (1981). Posicionamiento. En A. R. Trout, *teoría del posicionamiento* (pág. 1).
- DANE. (12 de 2011). *www.DANE.gov.co*. Obtenido de Poblacion total por genero y grupos de edad a 2012.
- Ramírez, G. (03 de 03 de 2013). *Vanguardia.com*. Obtenido de <http://www.vanguardia.com/santander/guanenta/198411-sendero-del-fique-aun-no-ha-sido-recibido-por-la-administracion-municipal>
- *Ecolombiano*. (2014). Recuperado el 07 de febrero de 2015, de http://www.soyecolombiano.com/site/Portals/0/documents/biblioteca/A_PUBLICACIONES/I_FASCICULOS_COLECCIONABLES_EL_ESPECTADOR/Fasciculo_16_Soy%20Ecolombiano_FINAL_121-128_BAJA.pdf
- (K, Arturo. (2013). *Concepto y ejemplos de estrategias de marketing. Crecenegocios*. <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>)
- (Mateo, J. (2004). *Conceptos de Ecoturismo. Sur futuro*. [http://www.surfuturo.org/proyectos/enejecucion/educacion/modulo_iii/conc_de_ecositurismo_aplicacion_e_n_el_pais_13-9-04.pdf](http://www.surfuturo.org/proyectos/enejecucion/educacion/modulo_iii/conc_de_ecositurismo_aplicacion_en_el_pais_13-9-04.pdf))

"UNILIBRISTAS CONSUMEN LIBRE"

EL SOCORRO CONSUME LIBRE





