

CARACTERIZACIÓN DE LOS FACTORES DETERMINANTES PARA EL POSICIONAMIENTO DE PEREIRA COMO DESTINO COMERCIAL

Alejandra Marcela Peláez Murillo*

Hugo Bedoya Romero**

Resumen

Introducción: *la caracterización de los factores determinantes para el posicionamiento de Pereira como Destino Comercial, busca brindar un norte a la construcción de Planes de Desarrollo Municipal y de Mercadeo de Ciudad.*

Métodos: *se desarrollará una investigación cualitativa de corte descriptivo. Para la investigación se requieren fuentes primarias de información obtenidas de las personas involucradas con la cultura material e inmaterial y los sectores productivos de Pereira, además de información secundaria otorgada por diferentes entidades gubernamentales.*

Resultados: *se busca la generación de información que ayude al sector gubernamental en la construcción de los planes de desarrollo municipal y los planes de mercadeo de ciudad; además de la generación y apropiación social del conocimiento, que permita la construcción de la imagen de Pereira como destino comercial.*

Palabras clave: posicionamiento en el mercado; estrategia de mercados; imagen de marca; desarrollo comercial; apertura comercial; promoción comercial; vida y hábitos sociales; cultura.

* Estudiante de octavo semestre de Mercadeo y Publicidad

** Director del programa de Mercadeo y Publicidad

CHARACTERIZATION OF THE DETERMINANT FACTORS IN THE POSITIONING OF PEREIRA AS A COMMERCIAL DESTINY

Abstract

Introduction: *Pereira on the verge of its 150 years and according with the development of its city brand must have clarity about the importance of being aware of the factors that have an impact in its development. For this reason, through the characterization of the determinant factors in the positioning of Pereira as a commercial destiny, we strive to provide a north to building municipal development marketing plans for the city.*

Methods: *a qualitative investigation of a descriptive manner will be developed. Primary sources of information are required for the investigation, obtained from people involved with the material and immaterial culture and the productive sectors of Pereira, as well as secondary information obtained from different government entities.*

Results: *the investigation is in the process of being developed and expects to have some results by November of 2009. The expected findings: The generation of information that will help the government sector in the construction of the municipal development plans and marketing plans for the city, as well as the generation and social appropriation of the knowledge that will allow for the image of Pereira as a commercial destiny to be built.*

Keywords: market positioning, market Strategy, brand image, trade development, trade liberalization, trade promotion, social life & customers, culture.

Introducción

La conmemoración de eventos históricos se presenta como una costumbre de profundas connotaciones en el sentir colectivo de una localidad o región. Estos eventos no sólo poseen una reivindicación con la memoria colectiva sino que también prevalecen como sucesos significativos en la “genética cultural”¹. Cada grupo o colectivo se reivindica en sus fiestas que no son más que una representación de la memoria.

La celebración del sesquicentenario de la ciudad de Pereira que se llevará a cabo en el año 2013, se ha convertido en una oportunidad para que las instituciones, comunidades, grupos étnicos, se confronten con relación a interrogantes inherentes a su identidad, sus fortalezas, sus rasgos particulares y colectivos.

En el marco de esta celebración las instituciones de los sectores público y privado, la academia y en especial las empresas del sector comercial de Pereira, han planteado múltiples reflexiones sobre identidad, patrimonio, cultura y desarrollo. ¿Qué es la ciudad? ¿Cuál es su identidad? ¿Cuáles son sus perspectivas de desarrollo? Dichos planteamientos se encuentran plasmados en documentos relacionados en la construcción de la marca ciudad para Pereira. (Documento preliminar - Plan de City marketing y proyección internacional).

La propuesta de investigación tiene como objetivo la caracterización de factores considerables de Pereira para la estructuración de Planes de Desarrollo y futuros planes de mercadeo, que posibiliten el fortalecimiento de su vocación comercial; todo esto considerando la relación del desarrollo en

cuanto las posibilidades incluidas dentro del territorio y el contexto, entendiendo este último no sólo como un límite geográfico sino como una interacción entre los aspectos culturales tangibles e intangibles, las manifestaciones humanas y el patrimonio.

Métodos

El estudio propuesto es de tipo cualitativo de corte descriptivo, ya que se caracterizarán los factores determinantes de Pereira, con el fin de presentar hallazgos importantes para un análisis posterior.

El tipo de muestreo que será utilizado es no probabilístico - por juicio, teniendo en cuenta que la elección de la muestra será determinada por el investigador. Los elementos muestrales que se trabajarán para el desarrollo de la investigación serán las personas involucradas con la cultura inmaterial, la cultura material y los sectores productivos de la ciudad de Pereira.

Técnicas de recolección de la información

Para la recolección de información se utilizarán diferentes técnicas acordes al tipo de investigación: cualitativa de corte descriptiva.

Encuesta personal y Entrevista a profundidad: dirigida a empresarios, representantes gremiales y miembros de las cadenas productivas del sector comercio. La selección de las personas a entrevistar se hará mediante sugerencias de las Instituciones gremiales como ANDI, FENALCO y Cámara de Comercio de Pereira.

Observación natural con criterios de sensación – percepción: se observarán nichos de mercado, sectorización comercial, impacto del comercio en otras actividades cotidianas de la ciudad, ofertas turísticas y sus actividades complementarias (bancarias, salud, transporte, alojamiento y comercio en grandes superficies).

Resultados

Teniendo en cuenta que la investigación se encuentra en desarrollo, los resultados esperados son los siguientes:

- Fortalecimiento de la capacidad científica local, regional y nacional.
- Apropiación social del conocimiento.
- Productos generadores de estructuras planificadas, encaminadas a la ejecución de la comercialización de bienes y servicios para el sector comercial.
- Información secundaria para el sector gubernamental.
- Perspectiva de los pilares facilitadores de la economía local para la formulación específica de los planes de mercadeo.

BIBLIOGRAFÍA

1. http://www.etnografo.com/genetica_cultural.htm (Emilio García Gómez)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Revista- “Cultura y Trabajo” (Escuela Nacional Sindical, Medellín Colombia) N° 60, Mayo 2003.

Ohmae, K. *El próximo escenario global* (Desafíos y oportunidades en un mundo sin fronteras) Grupo Editorial Norma. Santafé de Bogotá. 1995.

Conferencia Internacional “Integración, desarrollo y democracia”. San José de Costa Rica. Noviembre 1991.

Sociedad al Desnudo 2. *Actores sociales antiguos y nuevos interrogantes*.

Política Educativa. Informativo de la central unitaria de trabajadores CUT. N° 8 Marzo 2003.

http://www.etnografo.com/genetica_cultural.htm