



Trabajo Fin de Grado

Turismo en el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia Tourism in Coffee Cultural Landscape of Colombia

Autor

Juan Felipe Olivar Londoño

Director

Raúl Postigo Vidal



Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza

02 de diciembre de 2016

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	3
INTRODUCCIÓN	4
JUSTIFICACIÓN	5
1.1. Historia	5
1.2. Antecedentes	6
1. OBJETIVOS	7
2. EL PAISAJE CULTURAL CAFETERO COLOMBIANO	9
3. PLAN MANEJO DEL PCC	12
4. MODELO TURÍSTICO DEL PCC	16
4.1 Política sectorial en el modelo turístico del PCC. (CONPES 3397 - CONPES 3803) ...	17
5. LA RIOJA, ESPAÑA & EL PAISAJE CULTURAL CAFETERO COLOMBIANO	24
6. COMPARACIÓN DE LAS ACCIONES TURISTICAS	26
7. DIAGNÓSTICO SOBRE LA ESTRATEGIA DAFO DEL PCC.....	29
7.1 PREPARACIÓN DE LA MATRIZ DOFA	34
1.1. PLAN DE ACCION PCC	37
8. CONCLUSIONES.....	40
9. RECOMENDACIONES	41
10. ANEXOS	42
11. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS	44

RESUMEN

El plan estratégico vinícola en la Rioja (España) fue concebido para desarrollar el enoturismo ofreciendo un producto turístico de alta calidad, de otro lado, el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia fue ideado como ejemplo sustentable y productivo único de una región, para lo cual las entidades gubernamentales han desarrollado algunos aspectos que le permitirán acercarse al fomento turístico.

La presente investigación se traduce inicialmente en documentar cada uno de estos dos aspectos turísticos para tener bases comparativas entre buenas prácticas del Plan estratégico de la Rioja y de adecuarlo en el Paisaje Cultural Cafetero.

De otro lado, se pudo concluir que los estamentos gubernamentales en Colombia no están seriamente comprometidos con el desarrollo turístico de la región Cafetera, esto se debe a la falta de buenas políticas públicas en concordancia con los agentes privados que permitan el auge turístico; por lo tanto el diagnóstico realizado permitió determinar las falencias de la región para poder recomendar las acciones hacia el crecimiento del turismo.

PALABRAS CLAVES: Plan estratégico, Paisaje Cultural Cafetero, la Rioja, destino turístico.

INTRODUCCIÓN

En el último lustro, desde la declaración por la UNESCO en el 2011 al Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio Mundial, se ha intensificado las labores por parte del gobierno colombiano en promocionar los valores y la identidad de la región; la ordenación del territorio juega un papel vinculante actualmente y sus proyectos van encaminados a los valores que se especifican en su Plan Manejo del PCC.

Altimira Y Muñoz (2007) Describen el turismo como una fuente clave en el desarrollo futuro de la economía de una región; existen suficientes elementos que pueden avistar un crecimiento turístico en el Eje Cafetero, pero es necesario analizar diferentes modelos que se puedan adaptar como posibles caminos de actuación en él, respetando siempre la sostenibilidad del propio destino, (Florez Ruiz, 2008 CITANDO Crouch y Ritchie, 1999)

El objetivo de esta investigación es el de aportar al Plan Manejo del Paisaje Cultural Cafetero acciones turísticas desde un enfoque Público siguiendo las directrices específicas en el nuevo modelo de turismo en el territorio nacional según CONPES 3397 (2005).

Crosby (1996) describe en su libro “El desarrollo y gestión del turismo en áreas rurales y naturales”, la necesidad de Identificar los rasgos del producto turístico y sus formas de diseñar planes estratégicos para la calidad de ellos; así como la importancia de combinar la información de los mercados turísticos.

Las acciones turísticas a presentar estarán basadas según la comparación de las buenas prácticas que se han realizado por parte del gobierno de La Rioja según El Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo del Vino; sabiendo de ante mano que esta tipología ha sufrido un alto nivel de crecimiento desde la última década, contribuyendo a la despolarización del turismo masificado en el litoral español; por lo tanto las similitudes entre estos destinos del interior como productos turísticos a través de una plantación, con unos valores culturales propios, permitirán comparar y dotar nuevas acciones gubernamentales que puedan beneficiar al Eje Cafetero como destino turístico.

Para llevar a cabo la investigación se ha empleado fuentes secundarias, partiendo de la escasa bibliografía en el estudio turístico del Eje Cafetero, analizando fuentes políticas y actuaciones desarrolladas en lo que conforma el PCC y su plan manejo.

JUSTIFICACIÓN

1.1. Historia

La conformación del Paisaje Cultural Cafetero ha sido una constante evolución en el tratamiento del café por un tejido social estable, hasta llegar a la tecnificación actual en la elaboración del producto. Comprende cuatro etapas en las cuales el ser humano ha ido interactuando con el medio natural, hasta concebir lo que hoy llamamos el Paisaje Cultural Cafetero. (PCC). Estas etapas son:

Época prehispánica o precolombina: Este periodo comprende el desarrollo de los primeros pobladores indígenas en la región, su interrelación con el medio es de manera natural, no existe una interacción con el café ya que las primeras semillas de café no son llevadas hasta 1730, pero si existía una interacción con el medio natural pre-cafetero.

Colonización antioqueña: Esta etapa es clave para el desarrollo del café como industria, la región cafetera estaba totalmente aislada geográficamente, durante el proceso de colonización se fundarían ciudades que aportarían a la económica colombiana nuevas hectáreas cultivables; el café se transformaría rápidamente en una gran industria de explotación que formaría nuevas capitales en el interior del país.

Expansión de la producción cafetera: la economía de la región obtendría un incremento notable gracias a la fundación de nuevas capitales (Actuales municipios que conforman el PCC), nuevos medios de transporte para las mercancías y el inicio de las primeras carreteras del interior; todo esto contribuyo para que se pusiese en el mapa la industria cafetera.

Tecnificación del café: Con la tecnología se incrementaría la productividad del cultivo de café. En 1938, se creó el Centro Nacional de Investigaciones de Café, **Cenicafé**, con el objetivo de estudiar todo el proceso productivo desde la conservación de los recursos naturales, hasta la explotación y la mejora en la calidad del grano de café. El proceso de tecnificación de los cafetales iniciaría en la década de los 70, y la introducción de la variedad Caturra (Café originario de Brasil) en los años 80.

A estas cuatro etapas en la evolución del PCC se puede agregar una quinta, refiriéndose a la **declaración por parte de la Unesco el 25 de junio de 2011**, como **Patrimonio Mundial el Paisaje Cultural Cafetero**. Gracias a esta declaración el estado colombiano y la comunidad internacional están obligados a prestar una correcta protección de la región, siguiendo los lineamientos sostenibles para su preservación.

1.2. Antecedentes

El café actualmente es una parte integral en la dieta de muchos países en el mundo.

A lo largo de las últimas décadas, el Eje Cafetero o el “café” se ha posicionado en la mente de los consumidores directamente con Colombia, es innegable esta asociación comercial entre el destino y el producto; siendo la marca Juan Valdez el máximo difusor publicitario de reconocimiento a nivel internacional del café.

La política de turismo en Colombia se basa en fortalecer la competitividad de los destinos turísticos del país. La Ley 300 de 1996 -Ley de Turismo-, exige políticas de promoción y mercadeo sostenibles con el medio Natural, cultural y social CONPES 3397 (2005).

1.OBJETIVOS

El trabajo de investigación sobre el Eje Cafetero y sus posibles medidas turísticas a adoptar por parte de la administración pública, se compone de tres objetivos generales; la primera parte se centra en el analizar el contexto actual del PCC y sus actividades turísticas en el territorio, la segunda realizar una comparativa entre la Rioja como modelo de un destino turístico enológico y líder en crecimiento como turismo de interior en España; por último el fruto del trabajo será el dotar al plan manejo del PCC aquellas medidas turísticas más viables para el crecimiento del sector turístico en la región cafetera.

1. Análisis y contexto actual del PCC

Este objetivo general aportara la contextualización integral de todos los proyectos asociados al turismo en el Eje Cafetero; el análisis se centrara exclusivamente desde la declaración del patrimonio por la UNESCO en el 2011 hasta la actualidad y sus connotaciones previas al ingreso.

Objetivos específicos:

- Definir el Paisaje Cultural Cafetero, su Plan Manejo y sus actuaciones en el territorio.
- Describir el modelo turístico del PCC según las estrategias delimitadas en el ámbito nacional “*Conpes 3397*”.
- Identificar los aspectos relevantes en la formación del PCC con el turismo según el “*Conpes 3803*”

2. Comparación de destinos turísticos (la Rioja, España)

La comparación entre las buenas prácticas de un destino turístico como la Rioja, aporta la visión futura en los posibles modelos de desarrollo turístico de interior en Colombia, siendo el PCC un posible producto dinamizador dentro del País.

Objetivos específicos:

- Justificar el modelo de turismo de interior en la Rioja como posible guía en las acciones turísticas del Eje Cafetero.
- Analizar las acciones turísticas por parte del gobierno de la Rioja
- Delimitar las similitudes entre los destinos (La Rioja & PCC).
- Desarrollar una comparación exhaustiva entre los dos destinos, a través de tablas comparativas y matriz DAFO.

3. Acciones turísticas – Plan Manejo del PCC

Por último el aporte al plan manejo del PCC medidas específicas en turismo, favorecerá la conservación y explotación del territorio; por medio de una industria económica que actualmente está polarizada en el litoral del país.

Objetivos específicos:

- Aportar Acciones turísticas más acordes a los lineamientos planteados en el plan manejo del PCC.
- Desarrollar recomendaciones extras a tener en cuenta en el Plan Manejo del PCC en materia turística.

2. EL PAISAJE CULTURAL CAFETERO COLOMBIANO

El paisaje cultural cafetero de Colombia, representa un modelo de desarrollo regional con condiciones y elementos específicos (climatológicas, geográficas, recursos naturales, arquitectura, elementos socioeconómicos, etc.) Que han sabido combinarse en el tiempo y así constituir un caso excepcional en el mundo. Este peculiar paisaje ha sido capaz de crear una identidad propia gracias a la combinación entre el esfuerzo humano, familiar y generacional de los caficultores en la región y la cooperación con la administración y su institucionalidad, CONPES 3803 (2014).

Así pues, el modelo de desarrollo socioeconómico ha creado una zona con una homogeneidad cultural material (viviendas cafeteras rurales) así como un patrimonio cultural inmaterial (fiestas, carnavales, Industria, etc.) Sostenible por más de un siglo desde las primeras siembras del grano de café. Por lo tanto podemos decir que la acción colectiva en la región del ser humano con el entorno natural, ha demostrado en términos económicos, sociales y ambientales que han sabido perpetuar y salvaguardar la identidad cafetera, posicionando el producto del café colombiano como uno de los máximos exponentes a nivel mundial.

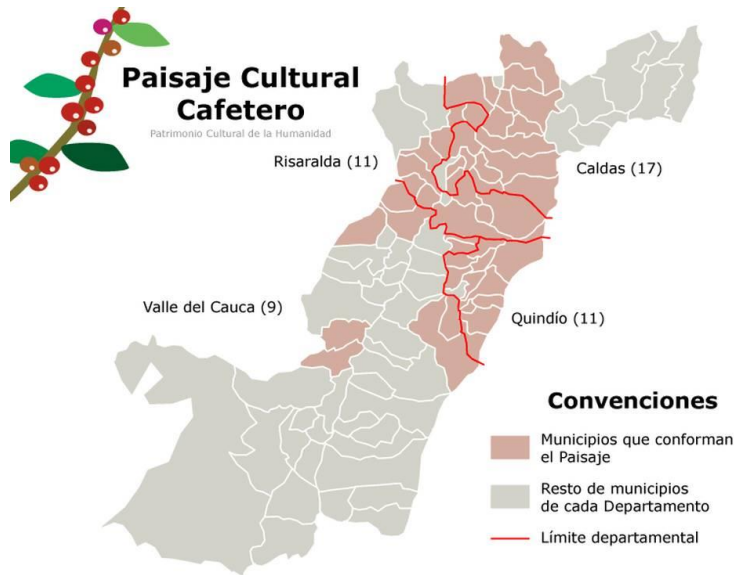
El Paisaje Cultural Cafetero Colombiano está ubicado en la cordillera Central y Occidental de los Andes, dividido en dos zonas, la principal se compone de 47 municipios y 411 veredas, mientras que el área de amortiguamiento está conformada por 4 municipios y 447 veredas; todos pertenecientes a los departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío y Valle del Cauca.

Gracias a estos sistemas montañosos del Paisaje Cafetero se ha podido crear zonas de producción del café expandiendo las relaciones entre sus habitantes con una característica cultural heredada entre las familias generación tras generación.

Atributos del PCC

El Eje Cafetero cuenta con una serie de atributos que fueron claves para la declaración de la UNESCO, siendo estas, huellas suficientemente atractivas permitiendo el desarrollo de una cultura excepcional. Estos atributos actúan en manera conjunta generando un atractivo basado en la mezcla experiencial con el medio natural y cultural. (**Ver ANEXO 1.**)

Ilustración 1 Paisaje Cultural Cafetero



Fuente Imagen www.fincasquindioya.com

Con base a estas características, se delimitaron aquellas zonas principales a las cuales contenían mayores unidades de atributos y para aquellas áreas de amortiguamiento tendrían un menor porcentaje de los atributos pero que deben ser protegidas.

Cronología para la declaración del PCC

La declaración del PCC se viene trabajando formalmente a partir del 2001 (**ver ANEXO 1.**) Con la colaboración entre los diferentes agentes del sector y la administración pública; en las primeras acciones se buscó la colaboración supra departamental por parte del ministerio de cultura, con el fin de la unificación en las planificaciones y gestiones estratégicas en el patrimonio cafetero. En esta etapa se solicita por primera vez la inscripción en la Unesco.

En los siguientes años las iniciativas departamentales conforman nuevos convenio de trabajo, que harían frente a las modificaciones pertinentes sobre los modelos en la gestión del patrimonio; así pues, se complementarían el Plan Manejo del PCC, y se capacitaría sobre el caso de estudio en el paisaje cultural cafetero.

El año 2007 es clave para la organización que conformaría lo que hoy es el PCC, gracias a la unificación de criterios y metodologías entre las diferentes administraciones departamentales, se obtendría el esquema de trabajo en la constitución del hábitat tradicional cafetero y sus usos de la tierra.

A este enorme avance se le sumaría dos grandes convenios con el Ministerio de Cultura, la Federación Nacional de Cafeteros FNC. Y Red Alma Máter, ambos entes ligados al Eje Cafetero, uno enfocado al bienestar del caficultor colombiano y el otro en la formación académica y su investigación respectivamente.

En el 2009 se entregarían las directrices sobre el Plan Manejo del PCC y su sociabilización se haría en febrero del siguiente año. Por último la inscripción en la Lista de Patrimonio Mundial de la Unesco se haría oficial el 25 de junio de 2011.

Los objetivos para llegar a esta declaración, fueron los de conservar y desarrollar los valores productivos del Eje Cafetero. Para la inclusión en la Lista de Patrimonio Mundial, fue necesario demostrar sus valores excepcionales y universales.

De los diez criterios que propone la Unesco en su evaluación, se tuvieron en cuenta los números (V, y VI); criterios que valoran el establecimiento humano tradicional o del uso de la tierra, siendo este lo suficientemente representativo de una cultura; Y Estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, con una importancia universal excepcional. UNESCO (2005)

3. PLAN MANEJO DEL PCC

Según CONPES 3803 (2014). El Plan Manejo del PCC es un documento en el que se especifica las políticas y modos de actuar en el territorio cafetero; delimita la protección, planeación y gestión del paisaje. Por lo tanto, podemos decir que la finalidad del Plan es la búsqueda entre la armonía de las actividades económicas de la región con las prácticas sostenibles que beneficien el bienestar del paisaje, sus habitantes y el patrimonio cultural cafetero.

Gracias a la cooperación entre las diferentes entidades de orden nacional (Actores regionales y locales, Ministerios, Federación de Cafeteros, Universidades de los cuatro departamentos, etc.) se ha podido constituir un camino de preservación y difusión del territorio cafetero en el que se puede asegurar la implementación del Plan de Manejo del PCC.

OBJETIVOS DEL PLAN MANEJO Y SUS ACTUACIONES EN EL TERRITORIO

En el Plan Manejo del PCC se definen seis objetivos basados en cuatro valores (**ver ANEXO 3**), dichos objetivos buscan especificar las líneas estratégicas para lograr acciones más acertadas respecto a las necesidades e inconvenientes que surjan en cada uno de los municipios del territorio. Las Cifras corresponden al “Informe Resultados de Indicadores Plan de Manejo PCC 2012 – 2015”. Estos objetivos son:

A. EL ESFUERZO HUMANO, FAMILIAR, GENERACIONAL E HISTÓRICO PARA LA PRODUCCIÓN DE UN CAFÉ DE EXCELENTE CALIDAD.

1. OBJETIVO. Fomentar la competitividad de la actividad cafetera.

La Federación Nacional de Cafeteros lidera este objetivo con el fin de mantener la capacidad competitiva que tiene la caficultura en la región; para ello han destinado parte de la inversión de sus proyectos en la renovación de 92.937 Hectáreas para el 2015. Datos proporcionados por el gremio cafetero, y sus cuatro comités departamentales.

Para que la industria cafetera Colombiana continúe siendo rentable, se han aumentado las coberturas de servicio para dar solución a los problemas con los que conviven los campesinos del PCC, llegando a las 263.269 caficultores atendidos según los 4 comités departamentales.

Es importante proteger el modo productivo tradicional de la caficultura colombiana, para ello el Comité Técnico de Turismo del PCC ha destinado 117 planes de negocio para jóvenes, con el fin de incentivar en programas de relevo generacional la trascendencia mundial de esta industria.

2. OBJETIVO. Promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno.

La Inversión en las técnicas educativas relacionadas con el café busca la mejora en la formación de la industria y su proceso productivo; para ello se diseñó el programa de Gestión Empresarial obteniendo un total de 20.033 beneficiados entre el 2012 y 2015.

La Federación Nacional de Cafeteros junto con las Gobernaciones de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca han destinado en la inversión social para el mejoramiento de la infraestructura del PCC \$ 146.452.000.000 Pesos Colombianos (48.847.333€) durante el 2012 y 2015; esto ha contribuido para una mayor gestión de los proyectos que mejoren los servicios de la comunidad.

Gracias a las políticas para el desarrollo de proyectos productivos y turísticos, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo junto con la Federación Nacional de Cafeteros y las gobernaciones del PCC han sabido promover de manera estratégica la oferta turística como herramienta clave a la economía del país.

B. VALOR. Cultura Cafeteara para el Mundo.

3. OBJETIVO. Conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articularlo al desarrollo regional.

Por medio del Ministerio de Cultura, las gobernaciones del PCC, Alcaldías y Universidades del Paisaje Cultural Cafetero, se ha desarrollado varios planes y programas para fomentar la investigación, valoración y conservación del patrimonio cultural de la zona.

Con una inversión de \$ 36.500.000.000 Pesos (12.160.000 €) entre el 2012 y 2015, se han desarrollado diferentes planes para la promoción del patrimonio cultural “Planes Nacionales de Artes, Música para la Convivencia; el Plan Nacional de Lectura y Escritura; los Programas Nacionales de Estímulos, Fortalecimiento de la Infraestructura Cultural, Concertación Cultural. Y el programa para Emprendimiento y Patrimonio”. Informe Resultados de Indicadores Plan de Manejo PCC 2012 – 2015. A ellos podemos agregar los 88 proyectos de investigación regional del patrimonio cultural o los 93 proyectos de arqueología preventiva, como planes de conservación cultural.

Además se han inscrito 332 BIC, según la lista actualizada del 15 de abril de 2016 de bienes declarados bien de interés cultural del ámbito nacional; y 22 bienes de interés cultural con proyectos de intervención.

C. VALOR. Capital social estratégico construido alrededor de una institucionalidad.

4. OBJETIVO. Fortalecer el capital social cafetero.

Según el informe de resultados del Plan Manejo, 74,355 Caficultores han participaron en las diferentes reuniones gremiales y talleres de liderazgo impartidos en el Eje Cafetero; con el fin de contar con la población local en la toma de decisiones estratégicas.

Según la Encuesta Nacional Cafetera. (1997) las mujeres en la economía cafetera tiene una mayor notabilidad, aproximadamente 2 millones de personas que dependen de la industria del café, el 45.9% son mujeres. Además, cerca del 20% de las fincas en el Eje Cafetero son las mujeres cafeteras que se encargan de su sustento. Encuesta de Calidad de vida (2006)

Gracias al Plan Manejo se ha desarrollado un programa de fortalecimiento a la mujer cafetera, con el fin de promover la equidad en la participación social y en sus procesos de valoración; actualmente existen 2 representantes en comités departamentales y 177 en comités municipales. La participación de la mujer aún es baja, pero gracias a las 4 asociaciones de mujeres cafeteras se consigue un mayor empoderamiento femenino. Cifras según los cuatro comités departamentales y comités municipales del PCC.

5. OBJETIVO. Impulsar la integración y el desarrollo regional.

Con el fin de constituir lineamientos de conservación y promoción del Paisaje Cultural Cafetero a la política regional, nacional e internacional, se han desarrollado una serie de acciones estratégicas territoriales. Las cuales podemos destacar:

La conformación de la **Mesa técnica de turismo del PCC** cuyo objetivo se basa en gestionar los proyectos que puedan beneficiar a la comunidad que hace parte de la declaratoria.

La creación de la **Plataforma Rutas del Paisaje Cultural Cafetero** ha sido uno de los proyectos más ambiciosos de la región; gracias a esta plataforma se podrá promover el turismo con un mayor grado de difusión en los valores, productos y experiencia del destino. Además la plataforma obtuvo un reconocimiento internacional por parte de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

Colombia y Ecuador acuerdan el programa de Cooperación Técnica y Científica para el desarrollo económico nacional y regional “Cooperación Sur-Sur” (Ecuador)

Se han otorgado más de 180 licencias para los diferentes establecimientos del sector turístico.

Por último el Departamento Nacional de Planeación en el 2014 creó el “**Conpes 3803**” para la preservación del Paisaje Cultural Cafetero en Colombia.

D. VALOR. Relación entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto.

6. OBJETIVO. Apoyar la sostenibilidad productiva y ambiental del PCC

La Federación Nacional de Cafeteros y Cenicafe promulgan las buenas prácticas para asegurar un impacto positivo en el medio ambiente, proporcionando los conocimientos científicos y tecnológicos oportunos para la sostenibilidad del Paisaje Cultural Cafetero; Como ejemplo se renovaron 16.085,38 hectáreas según el Comité Técnico de Turismo del PCC de café con variedades resistentes, para garantizar la producción de calidad del café.

4. MODELO TURÍSTICO DEL PCC

La actividad turística es una herramienta clave para el desarrollo de un país; gracias al turismo se desarrollan las actividades económicas conjuntamente, se modifica la gestión de los recursos naturales y permite dar valor a la identidad cultural del destino. Altimira Y Muñoz (2007)

El turismo en Colombia según el Registro Nacional de Turismo, ha contribuido aproximadamente un 2.3% del PIB durante el inicio del siglo XXI; esto puede ser explicado por la mejora en la seguridad del país, la promoción de los grandes atractivos naturales y culturales que posee, o bien por la inercia generada del crecimiento en otros sectores económicos, que ayudan a difundir una imagen de prosperidad a la nación.

En el marco mundial Colombia apenas ha crecido en materia turística Según la Organización Mundial del Turismo (2004), continúa polarizando el turismo los destinos tradicionales de sol y playa como Cartagena de Indias o el archipiélago de san Andrés y Providencia. Por otra parte, el crecimiento turístico en el interior del país aflora por medio de pequeñas entidades privadas o acciones institucionales muy puntuales, es decir, existe un avance en materia turística dentro del país, pero con matices que determinan la falta de trabajo para desarrollar en él.

Aun con todo esto, el futuro del turismo en Colombia puede cambiar, como destino turístico tiene una gran diversidad de recursos. Según el Ministerio de Cultura, en la lista de declaración de los bienes de interés cultural del ámbito nacional en su Última actualización (15 de abril de 2016), se han logrado declarar 1.101 lugares en todo el país; Colombia posee una gran riqueza en fauna y flora y todo desarrollado en una gran variedad de ecosistemas únicos y particulares.

Para que este cambio se iniciara ha sido necesario la actuación directa por parte del gobierno colombiano, creando un documento sobre el desarrollo de políticas sectoriales del turismo en la nación.

4.1 Política sectorial en el modelo turístico del PCC. (CONPES 3397 - CONPES 3803)

El Consejo Nacional de Política Económica y Social. CONPES, fue creado mediante la Ley 19 de 1958 y representa la máxima autoridad nacional de planeación; es un organismo asesor del gobierno en los diferentes temas relacionados con el desarrollo socioeconómico del país, ejecutando su planeación a través del estudio y aprobación de documentos sobre políticas generales.

El 28 de Noviembre de 2005 se creó el *CONPES 3397* como política sectorial del turismo, en él se definen los lineamientos en la política turística del país; Este documento recoge el nuevo modelo de desarrollo que deben seguir los diferentes agentes económicos.

Con el fin de garantizar la preservación del Paisaje Cultural Cafetero mediante una política regional, el 13 de febrero del 2014 se creó el *CONPES 3803*, en este documento se matizan las actuaciones específicas en el territorio, contribuyendo así en el diseño del modelo turístico del PCC.

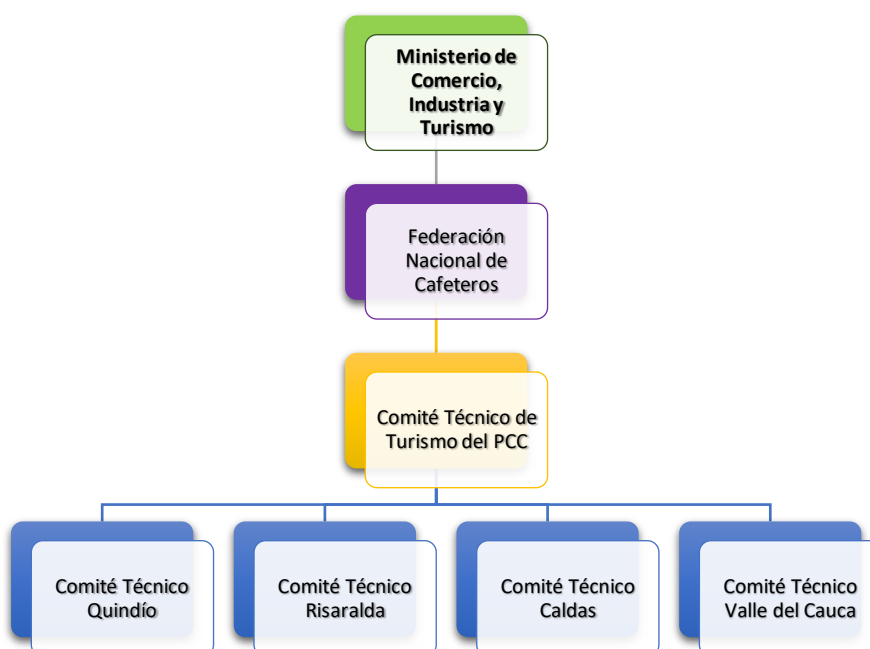
Las estrategias a desarrollar están ligadas al ámbito nacional, sin embargo son las regiones las que deben responsabilizarse como actores principales en el desarrollo del turismo. “No es el país el que atrae turistas, son las regiones” *CONPES 3397* (2005).

1. Fortalecimiento institucional necesario para el desarrollo de la actividad.

La Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). “Organización del Estado colombiano”, determina que la estructura política está totalmente centralizada, este poder delegado la actividad turística del PCC al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT).

La consolidación del sector turístico en la región cafetera cuenta con una institucionalidad coordinada para los planes y proyectos de todo el territorio, siendo constituido alrededor de un órgano representado por la Federación Nacional de Cafeteros, órgano por el cual la Unesco decreto uno de sus valores excepcionales con 88 años en el fortalecimiento de la actividad.

Ilustración 2 Jerarquía Institucional del PCC



Elaboración propia, Información tomada por los Componentes estructurales CONPES (3803- 3397)

Según CONPES 3803 (2014. P.53) el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha determinado una serie de componentes con la finalidad de fortalecer la institucionalidad en el desarrollo turístico del Paisaje Cultural Cafetero. Entre ellos podemos destacar:

Buen gobierno en el sector: La creación del Comité técnico de turismo del PCC, articulado entre las Gobernaciones de Risaralda, Quindío, Caldas y Valle del Cauca, todas sus Cámaras de Comercio y la Federación de Cafeteros; El objetivo es el de relacionar las actividades gubernamentales y ofrecer diagnósticos generalizados para el apoyo de los diferentes agentes turísticos de la región cafetera.

Existe una contradicción en el desarrollo de las prácticas sociales en el eje cafetero, “interesan más los bienes culturales (objetos, leyendas, músicas), que los actores que los generan y consumen” (Ramírez y Saldarriaga 2013, CITANDO García, 2001”).

El desarrollo turístico aun no es evidente en el Eje Cafetero y el centrarse en la elaboración de proyectos, más por la cantidad que por un estudio profundo genera una fragmentación entre la institución y la solución de los problemas de la población local, por ende es necesario realizar un mayor control en los proyectos turísticos y destinar mayor inversión en mejorar la calidad turística actual, en vez de bombardear con iniciativas que no terminan

cumpliendo las expectativas planteadas y que en muchos casos no hay un estudio de evaluación posterior a su puesta en marcha.

Estudios e investigaciones: El estudio de los elementos que componen el mercado turístico del PCC es necesario para conocer las oportunidades y debilidades que tiene el destino.

Los registros estadísticos de los puntos de información turística del PCC diciembre 2015 a enero 2016. FONTUR (2016) dio como resultado un flujo de 14.461 turistas con un incremento porcentual del 25% respecto al año anterior.

Otro resultado de interés es el registro de los extranjeros, según la ciudad de hospedaje Cifras de Migración Colombia, con un total de 6.421 entradas en el 2015, siendo Risaralda el departamento del PCC que más entradas obtuvo (3287 personas).

2. Mejoramiento de las condiciones de seguridad para los viajeros.

Es una realidad que existe un grado de inseguridad en el país, por ello el gobierno ha desarrollado diferentes planes para la seguridad de los residentes y no residentes en Colombia.

Actualmente existe una encuesta de Convivencia y Seguridad Ciudadana - ECSC la cual se realiza en 28 municipios del país (contando con las capitales del PCC). Según las cifras del 2015 se ha reducido la tasa de victimización respecto al 2013 en un 1.05%

Respecto a las vías en el país, continua vigente el Programa de seguridad en carreteras nacionales del 2002, esta estrategia apoya las diferentes labores de inteligencia para prevenir eventos monitoreando la Red Vial Nacional.

3. Establecimiento de una campaña agresiva y sostenida de promoción y mercadeo

Juan Valdez

La campaña por excelencia de la caficultura colombiana a nivel mundial es la de Juan Valdez. Góndola (2007).

La figura de este personaje se crea en 1957, evolucionando hasta conseguir el posicionamiento de marca actual, siendo una referencia mundial como café de alta calidad con un alto valor agregado. KRC (2006). Según el resultado del estudio, el reconocimiento de Juan Valdez como marca es de un 95% concretamente en los Estados Unidos, esto demuestra como la marca tiene un alto nivel de asociación con el Café Colombiano en la mente de los consumidores norte americanos.

Aunque no existan estudios de caso en España sobre Juan Valdez que demuestren como la marca está asociada al Café colombiano, es una realidad que la gente reconoce el personaje y diferencia el café de Colombia con el resto del mundo; esto puede explicarse por los factores que influyen en el éxito de una campaña. PAJUELO DE ARCOS (1993 p.242) “factores de éxito y fracaso en el lanzamiento y sostenimiento de una campaña publicitaria”. Los factores más influyentes para el caso Juan Valdez son:

“La creatividad de la campaña es el principal factor para el éxito de la misma, pues así lo consideran el 80% del total de las agencias entrevistadas” PAJUELO DE ARCOS (1993).

El darle nombre y cara al proceso del café por medio de Juan Valdez fue una clave exitosa para la promoción del destino; refleja una asociación inmediata del producto con una marca. Esta ventaja es una acción que se incrementa con el pasar del tiempo, siendo la primera promoción internacional del café a nivel mundial.

El producto que realiza La industria del café en Colombia es un referente a nivel mundial, podemos afirmar que detrás de Juan Valdez hay más de medio millón de cafeteros trabajando, según las cifras de la Federación Nacional de Cafeteros. Este trabajo constituye una parte esencial del producto, ya que sin ellos el café de Colombia no tendría su valor agregado. A esto podemos añadirle que la entidad Procafecol realiza una clara difusión de la variación de productos del café a los diferentes consumidores.

Colombia es Realismo Mágico

Como promoción Turística el Eje Cafetero aún no tiene una campaña publicitaria propia, las acciones para la difusión del PCC están ligadas a una promoción nacional; gracias a la coordinación entre ProColombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, presentan la nueva campaña internacional de turismo de Colombia en el exterior, “Colombia es Realismo Mágico”.

Actualmente el país busca un desarrollo del turismo basado en un conjunto de experiencias, para lograr el objetivo se realizó un caso de estudio, realizado por la consultora de turismo THR, sobre la oferta colombiana.

El estudio dio como resultado que Colombia cuenta con un sello de inolvidable gracias a la amplia diversidad cultural y a los diferentes ecosistemas que la componen. Las regiones colombianas, ofrecen una gran variedad de productos turísticos, siendo los más claros los atractivos de naturaleza, cultura, bienestar, sol y playa. THR, Innovative Tourism Advisors (s.f)

“Desarrollo de experiencias turísticas únicas en Colombia” – Recuperado de <http://www.thr.es/desarrollo-de-experiencias-turisticas-unicas-en-colombia#.WEBO7fnhBRY>

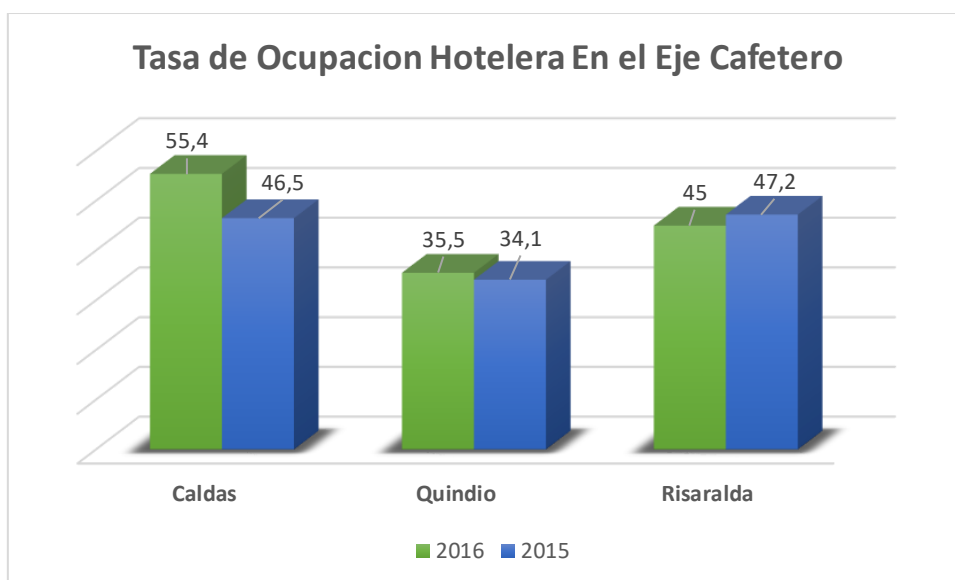
Este nuevo modelo promocional sobre el Realismo Mágico, cambia la dirección con la que el país decide transmitir la imagen del destino; Además de esta campaña publicitaria se complementa con ferias, exposiciones y eventos en el país y fuera de él, buscando posicionarse en la mente de los extranjeros como un lugar que no puede dejar de conocer.

4. Preparación de la oferta turística

Alojamiento

Según el Sistema de Información Turística Regional del Paisaje Cultural Cafetero. SITUR-PCC (Diciembre 2015-Enero 2016) en colaboración con COTELCO (Asociación Hotelera y Turística de Colombia), el paisaje cultural cafetero cuenta con 1.483 Establecimientos de alojamientos hoteleros.

Ilustración 3 Tasa de ocupación hotelera en el Eje Cafetero



Elaboración propia. Información tomada del Boletín Económico Regional Eje cafetero

De acuerdo al boletín Económico Regional en el Eje Cafetero para el segundo Trimestre del 2016, la tasa de ocupación hotelera en el departamento de Caldas fue de 55,4%, teniendo una tasa de crecimiento de un 8.9 interanual, seguida por la de Risaralda con un 45% con un crecimiento de -2.2 y por último la del Quindío con un 35.5%.

Agencias de viajes

Según el último Censo de Agencias de viajes en Colombia, junto con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia y FONTUR, Determinaron que para enero del 2016 la región cafetera cuenta con 606 Agencias de viajes y operadoras turísticas.

Restauración

La plataforma “Rutas del paisaje Cultural Cafetero” ofrece un listado actualizado de la restauración en la región, contando con 117 establecimientos gastronómicos, bares y restaurantes.

Parques temáticos

Respecto a la oferta en los parques temáticos la plataforma de rutas del paisaje cultural cafetero, ha decretado que la región cuenta con 49 parques, destacando por encima el “Parque del café”.

El ministerio de cultura, en su trabajo sobre el “Paisaje Cultural Cafetero, un paisaje productivo en permanente desarrollo”, describe como el Parque nacional de la cultura cafetera ha tenido un gran éxito en el turismo de la región, contando con 500.000 visitantes al año, siendo un atractivo referente en el PCC.

Esta entidad se ha puesto en marcha gracias a las iniciativas del gremio caficultor, cuenta con diferentes actividades en el entorno natural y cultural cafetero, desde un museo interactivo donde se puede visualizar el proceso productivo, a partir de la recogida del grano hasta que se puede consumir, también cuenta con atracciones mecánicas, un teleférico, todo desarrollado en un paisaje único como lo es el PCC.

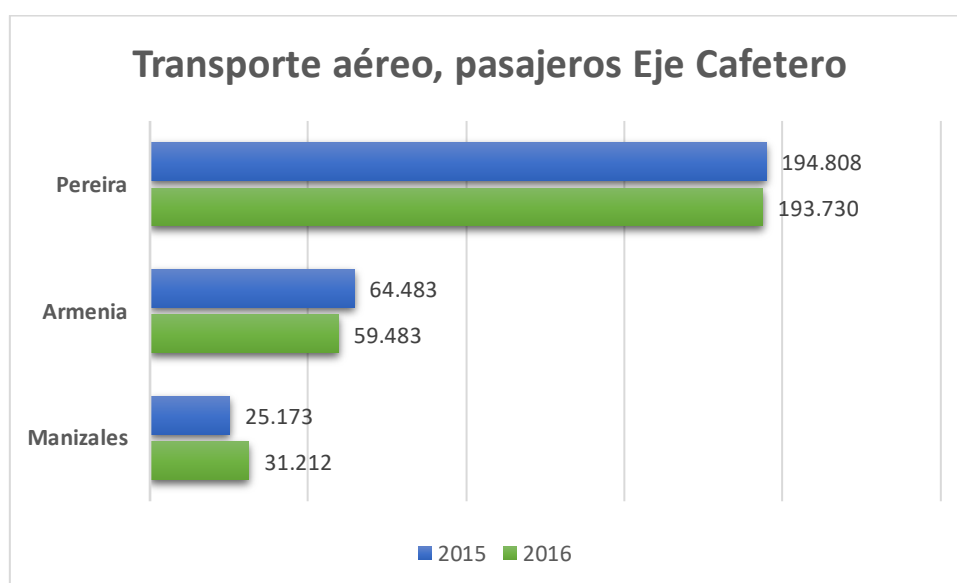
Transporte

En su informe SITUR-PCC (Diciembre 2015 - Enero 2016) con la colaboración de LINTURCOL (Líneas Turísticas colombianas) determinan que la región cuenta con 32 empresas de transporte terrestre, que van desde Buses, mini buses, Vans y Automóviles destinados al servicio de transporte terrestre turístico en Colombia.

En el transporte aéreo, la Aeronáutica Civil Unidad Administrativa Especial menciona que El Eje Cafetero cuenta con 4 aeropuertos activos y uno en construcción:

- Aeropuerto de La Nubia (Aeropuerto de la ciudad de Manizales, capital del departamento de caldas).
- Aeropuerto Internacional El Edén (Aeropuerto de la ciudad de Armenia, capital del departamento del Quindío).
- Aeropuerto Internacional Matecaña (Aeropuerto de la ciudad de Pereira, capital del departamento de Risaralda).
- Aeropuerto Santa Ana (Aeropuerto de la Ciudad de Cartago, no existen vuelos comerciales, solo está destinado a vuelos chárter y deportivos)
- El aeropuerto Internacional del Café se está construyendo en el municipio de Palestina, Caldas, (Ciudad intermediaria entre Manizales y Pereira)

Ilustración 4 Transporte aéreo, pasajeros Eje cafetero



Elaboración propia. Información tomada del Boletín Económico Regional Eje cafetero

El Aeropuerto Internacional Matecaña sigue siendo el terminal aéreo con mayor flujo de viajeros del Eje Cafetero con 193.730 pasajeros, sin embargo sufrió una reducción respecto al año anterior de 1.078 personas.

Según la Aeronáutica Civil, para el segundo trimestre del 2016 el Eje Cafetero transportó a 576.740 personas con un crecimiento del 5,3% Interanual, crecimiento que esperan que continúen en el siguiente trimestre.

5. LA RIOJA, ESPAÑA & EL PAISAJE CULTURAL CAFETERO COLOMBIANO

La eficacia en el diseño de los planes estratégicos turísticos y la eficiencia en su aplicación deciden en si un destino puede crecer turísticamente o no. López y de Esteban (2010) “El nacimiento de un destino turístico es un proceso complejo. Las dificultades que tiene que afrontar un destino turístico emergente, hacen que éste, muchas veces, no llegue a su etapa de madurez”.

Con el fin potenciar aquellos destinos Enoturisticos en la comunidad riojana, se diseñó el Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo del Vino. La esencia del plan es crear un producto turístico de calidad, que pueda guardar en su producción la identidad de su territorio.

El desarrollo del turismo enológico se ha visto en aumento gracias a la cooperación entre las iniciativas gubernamentales y el sector privado, este rol en gestionar el territorio buscando la conservación, ha permitido que aquellos territorios vitivinícolas mantengan viva su cultura y su modo de producción regional.

Actualmente el turismo de vino en la rioja se basa en explotar el consumo del territorio y la búsqueda de sensaciones basadas en una experiencia cultura; por ello se han diseñado rutas específicas que creen una experiencia in situ, como visitas a bodegas con catas; con esta primera idea se puede crear un paralelismo con el turismo del Eje Cafetero; Sin cultura del vino, no habrá una ruta del vino y sin esa ruta no existiría el producto turístico, así mismo si no existe la caficultura no existe el desarrollo de la cultura que se ha creado alrededor de ella, como consecuencia no se podrá crear el producto turístico cafetero.

Ambas tipologías turísticas se basan en una plantación que da una Identidad propia en el modo de producir ese cultivo; esa forma de producir da una cultura específica, y por medio del turismo encuentran una oportunidad ligada a la sostenibilidad y a la conservación del medio en el que se desarrolla.

Otro puente para asociar las dos tipologías turísticas es que ambas surgen en espacios rurales del interior creando una dinamización del turismo tradicional (Sol y Playa). En Colombia sigue estando polarizado el turismo al caribe, el Eje cafetero puede ser una herramienta turística potencial en el desarrollo económico del interior.

Por ultimo podemos destacar que la Rioja como destino turístico se ha podido desarrollar gracias a la delegación del turismo hacia las Comunidades Autónomas, desde el

estado se dan algunas directrices nacionales pero son las propias regiones las que destinan hacia dónde va su inversión en los proyectos; mientras que en Colombia el poder está centralizado, gracias a la declaración del paisaje cultural cafetero, se han desarrollado organismos regionales que toman decisiones tácticas en el PCC, de este modo se elimina el camino tradicional entre los ministerios y las localidades dando así un eslabón intermediario.

6.COMPARACIÓN DE LAS ACCIONES TURISTICAS

Tabla de comparaciones de las actividades entre el plan estratégico de la Rioja (España) y el paisaje cultural cafetero – PCC- de Colombia

LA RIOJA	P C C
1 Promoción turística de la región a través de la campaña, La Rioja, la tierra con nombre de vino.	Sólo vienen desarrollándose por el sector privado quienes buscan exenciones fiscales, proximidad a los puestos marítimos, cercanías a los aeropuertos y proximidad a las áreas metropolitanas más importantes del territorio nacional.
2 Estudio de satisfacción e imagen de La Rioja como destino turístico atraídos por el turismo enológico y la gastronomía	Es incipiente por falta la planeación en las vías, aeropuertos, telecomunicaciones, centros educativos entre otros que sirvan de impulso para el desarrollo económico de la región.
3 Programa de visitas turísticas a las bodegas	Los planes de comercialización de la región no se han implementado por parte de los gobiernos locales.
4 Planes de Dinamización con acciones como: esculturas de oficios, el carnaval del vino, el barco del vino y la mejora de la accesibilidad al barrio de las bodegas	La Gobernación de Caldas, por medio de la Secretaría de Desarrollo Económico y en alianza con el Centro Nacional de Investigación de Café y Cenicafé, presidieron el comité operativo regional del Paisaje Cultural Cafetero para dinamizar el proyecto “Implementación de la Denominación de Origen del Café Regional y Marca del PCC”, que espera terminarse en 2017.
5 Salón Internacional de Turismo del Vino para la difusión de la oferta turística	Actualmente el departamento de Caldas cuenta con 35 Cafés de Alta Calidad que hacen parte del Programa “Origen Caldas”, además se planean estrategias para mejorar la comercialización de cafés especiales y fomentar el turismo.

6	Carnaval del vino de Haro que incluye la tematización de la ciudad con la cultura del vino y el enoturismo	Dentro del eje cafetero se encuentran escenarios como el parque nacional de la cultura agropecuaria, el parque del café, el zoológico de matecaña y la feria de Manizales, los cuales son atractivos turísticos
7	Centro Sensorial del Vino La Vista de San Asensio, dispone de área de audiovisuales, paneles explicativos, exposición fotográfica, zona de tienda y sala de catas	Existen pocos parques temáticos, es incipiente la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico.
8	Red social www.winesandblogs.com , para divulgar de forma interactiva los atractivos turísticos de la Rioja	La Federación Nacional de cafeteros de Colombia a través de la marca Juan Valdés, promociona a nivel mundial el café colombiano.

ANALISIS

Teniendo en cuenta la matriz de comparación de las actividades analizadas entre El Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo del Vino de La Rioja con referencia al enoturismo y la región Paisaje Cultura Cafetero, se puede colegir de acuerdo a cada actividad:

1. El estado debe preocuparse de la región con un centro atractivo para el turismo y adelantar una estrategia que permita a la infraestructura adaptarse al plan de desarrollo económico.
2. Debe mirarse el PCC como escenario de destino posible de la inversión.

3. Debe implementarse el aumento del nivel de la capacidad de la infraestructura local para que se pueda desarrollar con eficiencia del plan de comercialización.
4. Las embajadas y los consulados colombianos alrededor del mundo deben convertirse en un factor dominante para mostrar la cara económica del Eje cafetero.
5. Las estrategias para mejorar la comercialización de cafés especiales deben generar mayores ingresos para los productores, mejorando la calidad de vida con la venta del café a precios considerables al tener en cuenta que se eliminan los intermediarios.
6. Para facilitar la accesibilidad a estos escenarios, se debe procurar el aumento del nivel de la capacidad de la infraestructura local, vías, hoteles etc.
7. Se debe diversificar la oferta turística, por medio de la construcción de más parques temáticos, la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico, creación de un Observatorio de Turismo para la región y promover el bilingüismo, entre los prestadores de servicios turísticos.
8. Posicionar las marcas asociadas con el café de Colombia en el mercado mundial.

7. DIAGNÓSTICO SOBRE LA ESTRATEGIA DAFO DEL PCC

El diagnóstico sobre la estrategia DAFO se puede definir como el enfrentamiento de factores internos y externos, con el propósito de generar un diagnóstico que sirva de base para determinar estrategias alternativas. En la mayoría de las situaciones, las relaciones internas y externas son mucho más complicadas y el proceso de cotejamiento requiere mayor reflexión y en este caso, lo que se pretende es mejorar la oferta turística, por lo que se determinarán los factores que más influyen para su desarrollo.

La matriz DAFO es una importante herramienta de formulación de estrategias que conduce al desarrollo de cuatro tipos de estrategias: FO, DO, FA y DA. Las letras D, A, F y O representan debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Las estrategias FO se basan en el uso de las fortalezas internas con el objeto de aprovechar las oportunidades externas. Sería ideal para el destino poder usar sus fortalezas y así mismo explotar sus oportunidades externas. Ella podría partir de sus fortalezas y mediante el uso de sus recursos aprovecharse del mercado para sus productos y servicios.

De igual manera, las estrategias DO se basan en potencializar las oportunidades con el fin de minimizar, reducir o eliminar las debilidades internas y de esta manera lograr que las debilidades de la empresa se puedan convertir en fortalezas, lo cual sería el ideal¹.

Las estrategias FA se utilizan aprovechando las fortalezas internas para contrarrestar las amenazas externas tratando en lo posible que estas amenazas se reduzcan o se conviertan en fortalezas.

1

http://www.uventas.com/ebooks/Analisis_Foda.pdf <http://dofamatrix.blogspot.com/> <http://www.angelfire.com/ca3/blueiguana/herr3.htm>

Las estrategias DA pretenden establecer mecanismos que permitan bien sea reducir las debilidades internas con el aprovechamiento de algunas amenazas externas y viceversa.

Los pasos para construir la matriz DAFO del PCC son los siguientes:

1. Hacer una lista de las fortalezas internas:

- F.1. La calidad de vida de los habitantes de la región
- F.2. Buena oferta hotelera y gastronómica.
- F.3. El parque nacional de la cultura agropecuaria, el parque del café, el Zoológico de matecaña y la feria de Manizales

- F.4. El PCC tiene una gran diversidad del paisaje
- F.5. La cercanía entre los departamentos que conforman el PCC: Caldas, Risaralda, Quindío y Valle
- F.6. Existe una cultura cafetera propia de la región
- F.7. La gente se caracteriza por su amabilidad.
- F.8. Clima variado

2. Hacer una lista de las debilidades internas:

- D.1. Falta diversificación de la oferta turística
- D.2. Deficiente nivel de la infraestructura vial de la región
- D.3 Falta difusión de la oferta turística actual
- D.4 es incipiente la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico.
- D.5 No se fomenta el turismo
- D.6 La deficiente conectividad hacia Colombia y entre los Departamentos que conforman el PCC.
- D.7 Son muy precarias las estadísticas del sector turismo
- D.8 Falta cultura hacia el turista
- D.9 El bilingüismo

3. Hacer una lista de las oportunidades externas:

- O.1. Excelente disponibilidad de la comunidad para conocer la oferta turística.
- O.2 Interés del turista por conocer los productos turísticos
- O.3 La marca Juan Valdés, promociona a nivel mundial el café colombiano.

4. Hacer una lista de las amenazas externas claves:

- A.1. Amenaza de deterioro del medio ambiente.
- A.2 Amenaza de deterioro del patrimonio histórico y cultural
- A.3. Competencia privada agresiva
- A.4 El estado no hace promoción turística adecuada
- A.5 Falta planeación en las vías que permitan el desarrollo económico de la región.
- A.6 Los planes de comercialización no se han implementado por parte de los gobiernos locales.

5. Comparar las fortalezas internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias FO resultantes en la casilla apropiada.

Al comparar las fortalezas con las oportunidades se pueden determinar las siguientes estrategias:

- F2O1. Aprovechar la excelente disponibilidad de la comunidad para dar a conocer la buena oferta hotelera y gastronómica.
- F6O1. Aprovechar la cultura cafetera de la región y la disponibilidad de la comunidad para diversificar la dieta gastronómica.
- F4F8O2 Aprovechar el interés del turista y el clima variado de la región para dar conocer la diversidad del paisaje que tiene el PCC.
- F5O1. Aprovechar la disponibilidad que tiene la comunidad para conocer la oferta turística y la cercanía entre los departamentos que conforman el PCC: Caldas, Risaralda, Quindío y Valle para mejorar la infraestructura local, hoteles etc. para el desarrollo del turismo cafetero.

- F4O3. Aprovechar que el PCC tiene una gran diversidad de paisaje para que la marca Juan Valdés, intensifique la promoción a nivel mundial el café colombiano.

Las estrategias FO usan las fortalezas internas del PCC para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas. De allí que debe ser un deseo de la alta gerencia del PCC que la región esté en una posición donde puedan usar las fuerzas internas para aprovechar las tendencias y los hechos externos. Por regla general, las organizaciones siguen a las estrategias DO, FA o DA para colocarse en una situación donde puedan aplicar estrategias FO. Cuando una organización enfrenta amenazas importantes, tratará de evitarlas para concentrarse en las oportunidades.

6. Cotejar las debilidades internas con las oportunidades externas y registrar las estrategias DO resultantes:

- D7D9O1. Aprovechar la disponibilidad de la comunidad para conocer la oferta turística para crear una de datos turística de la región y adelantar campañas para promover el bilingüismo con el fin de potenciar la comunidad.
- D8O2 Aprovechar el Interés del turista por conocer los productos turísticos de la región para mejorar la cultura turística de la comunidad hacia el turista.
- D3D4O3 Aprovechar que la marca Juan Valdés promociona a nivel mundial el café colombiano para aumentar la difusión de la oferta turística y la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico e implementar estrategias para mejorar la comercialización de cafés especiales que generen mayores ingresos para los productores.
- D1O2 Se debe diversificar la oferta turística, por medio de la construcción de más parques temáticos, la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico, creación de un Observatorio de Turismo para la región.

Las estrategias DO pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. En ocasiones existen oportunidades externas clave, pero un destino tiene debilidades internas que le impiden explotar dichas oportunidades.

Cuando un territorio tiene debilidades importantes, luchará por superarlas y convertirlas en fortalezas.

7. Comparar las fortalezas internas con las amenazas externas y registrar las estrategias FA resultantes:

- F4F6A1 Al existir mucha cultura cafetera en la región y tener un PCC con una gran diversidad de paisaje se debe contrarrestar el deterioro del medio ambiente implementando políticas de protección y recuperación.
- F5A4A5. La cercanía entre los departamentos que conforman el PCC, el estado debe preocuparse de la región con un centro atractivo para el turismo y adelantar una estrategia que permita mejorar la infraestructura vial para adaptarse al plan de desarrollo económico y así considerar el PCC como escenario de destino posible de inversión.
- F6A2. Al existir mucha cultura cafetera en la región se debe frenar la amenaza de deterioro del patrimonio histórico y cultural, a través de estrategias de recuperación del mismo de modo que sean una fortaleza para el futuro.
- F2A3. Aprovechar la buena oferta hotelera y gastronómica que tiene el PCC para contrarrestar la competencia privada agresiva para que las embajadas y los consulados colombianos alrededor del mundo muestren la cara económica del Eje cafetero.
- F2A6. Debe implementarse el aumento del nivel de la capacidad de la infraestructura local para que se pueda desarrollar con eficiencia el plan de comercialización

Las estrategias FA pretenden aprovechar las fortalezas del PCC para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas. Esto no quiere decir que una organización fuerte siempre deba enfrentar las amenazas del entorno externo.

8. Comparar las debilidades internas con las amenazas externas y registrar las estrategias DA resultantes:

- D2A3. Debe implementar el mejoramiento del nivel de la infraestructura vial de la región como una estrategia para poder enfrentar la competencia privada.
- D3A4. Debe masificar la difusión de la oferta turística para que su promoción permita mejorar el turismo cafetero en la región.
- D4A2 Debe implementar la recuperación de escenarios con valor histórico para evitar el deterioro del patrimonio histórico y cultural.
- D6A4A6. Debe fortalecer la conectividad hacia Colombia y entre los Departamentos que conforman el PCC como una estrategia que facilite la promoción turística y los planes de comercialización.

Las estrategias DA son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno. En el caso del PCC que enfrenta amenazas externas y debilidades internas de hecho podría estar en una situación muy precaria sino las afronta.

7.1 PREPARACIÓN DE LA MATRIZ DOFA

En esta parte del análisis los cuatro componentes de la matriz se dividen en los aspectos de índole interno que corresponden a las fortalezas y las debilidades al interior del PCC y los aspectos externos, de contorno, o del medio en el que se desenvuelve el PCC. Estos últimos se refieren a las oportunidades y las amenazas.

De esta forma se debe construir una matriz de acciones y estrategias que se relacionan con cada una de las celdas de la matriz DOFA:

MATRIZ DOFA

ANALISIS DAFO PCC

Factores Internos/Externos	Fortalezas	Debilidades
<p>PAISAJE CULTURAL CAFETERO</p>	<p>F.1. La calidad de vida de los habitantes de la región.</p> <p>F.2. Buena oferta hotelera y gastronómica.</p> <p>F.3. El parque nacional de la cultura agropecuaria, el parque del café, el Zoológico de matecaña y la feria de Manizales.</p> <p>F.4. El PCC tiene una gran diversidad del paisaje.</p> <p>F.5. La cercanía entre los departamentos que conforman el PCC: Caldas, Risaralda, Quindío y Valle.</p> <p>F.6. Existe mucha cultura cafetera en la región.</p> <p>F.7. La gente se caracteriza por su amabilidad.</p> <p>F.8. Clima variado</p>	<p>D.1. Falta diversificación de la oferta turística</p> <p>D.2. Deficiente nivel de la infraestructura vial de la región</p> <p>D.3 Falta difusión de la oferta turística</p> <p>D.4 es incipiente la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico.</p> <p>D.5 No se fomenta el turismo</p> <p>D.6 La deficiente conectividad hacia Colombia y entre los Departamentos que conforman el PCC.</p> <p>D.7 Son muy precarias las estadísticas del sector turismo</p> <p>D.8 Falta cultura hacia el turista</p> <p>D.9 El bilingüismo</p>
Oportunidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<p>O.1.Excelente disponibilidad de la comunidad para conocer la oferta turística.</p> <p>O.2 Interés del turista por conocer los productos turísticos</p> <p>O.3 La marca Juan Valdés, promociona a nivel mundial el café colombiano.</p>	<p>F2O1.Aprovechar la excelente disponibilidad de la comunidad para dar a conocer la buena oferta hotelera y gastronómica.</p> <p>F6O1. Aprovechar la cultura cafetera de la región y la disponibilidad de la comunidad para diversificar la dieta gastronómica.</p> <p>F4F8O2 Aprovechar el interés del turista y el clima variado de la región para dar conocer la diversidad del paisaje que tiene el PCC.</p>	<p>D7D9O1. Aprovechar la disponibilidad de la comunidad para conocer la oferta turística para crear una de datos turística de la región y adelantar campañas para promover el bilingüismo con el fin de potenciar la comunidad.</p> <p>D8O2 Aprovechar el Interés del turista por conocer los productos turísticos de la región para mejorar la cultura turística de la comunidad hacia el turista.</p>

	<p>F501. Aprovechar la disponibilidad que tiene la comunidad para conocer la oferta turística y la cercanía entre los departamentos que conforman el PCC: Caldas, Risaralda, Quindío y Valle para mejorar la infraestructura local, hoteles etc. para el desarrollo del turismo cafetero.</p> <p>F403. Aprovechar que el PCC tiene una gran diversidad de paisaje para que la marca Juan Valdés, intensifique la promoción a nivel mundial el café colombiano.</p>	<p>D3D403 Aprovechar que la marca Juan Valdés promociona a nivel mundial el café colombiano para aumentar la difusión de la oferta turística y la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico e implementar estrategias para mejorar la comercialización de cafés especiales que generen mayores ingresos para los productores.</p> <p>D102 Se debe diversificar la oferta turística, por medio de la construcción de más parques temáticos, la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico, creación de un Observatorio de Turismo para la región.</p>
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA
<p>A.1. Amenaza de deterioro del medio ambiente.</p> <p>A.2 Amenaza de deterioro del patrimonio histórico y cultural</p> <p>A.3.Competencia privada agresiva</p> <p>A.4 El estado no hace promoción turística adecuada</p> <p>A.5 Falta planeación en las vías que permitan el desarrollo económico de la región.</p> <p>A.6 Los planes de comercialización no se han implementado por parte de los gobiernos locales</p>	<p>F4F6A1 Al existir mucha cultura cafetera en la región y tener un PCC con una gran diversidad de paisaje se debe contrarrestar el deterioro del medio ambiente implementando políticas de protección y recuperación.</p> <p>F5A4A5. La cercanía entre los departamentos que conforman el PCC, el estado debe preocuparse de la región con un centro atractivo para el turismo y adelantar una estrategia que permita mejorar la infraestructura vial para adaptarse al plan de desarrollo económico y así considerar el PCC como</p>	<p>D2A3. Debe implementar el mejoramiento del nivel de la infraestructura vial de la región como una estrategia para poder enfrentar la competencia privada.</p> <p>D3A4. Debe masificar la difusión de la oferta turística para que su promoción permita mejorar el turismo cafetero en la región.</p> <p>D4A2 Debe implementar la recuperación de escenarios con valor histórico para evitar el deterioro del patrimonio histórico y cultural.</p>

	<p>escenario de destino posible de inversión.</p> <p>F6A2. Al existir mucha cultura cafetera en la región se debe frenar la amenaza de deterioro del patrimonio histórico y cultural, a través de estrategias de recuperación del mismo de modo que sean una fortaleza para el futuro.</p> <p>F2A3. Aprovechar la buena oferta hotelera y gastronómica que tiene el PCC para contrarrestar la competencia privada agresiva para que las embajadas y los consulados colombianos alrededor del mundo muestren la cara económica del Eje cafetero.</p> <p>F2A6. Debe implementarse el aumento del nivel de la capacidad de la infraestructura local para que se pueda desarrollar con eficiencia el plan de comercialización</p>	<p>D6A4A6. Debe fortalecer la conectividad hacia Colombia y entre los Departamentos que conforman el PCC como una estrategia que facilite la promoción turística y los planes de comercialización.</p>
--	---	--

<p>1.1. PLAN DE ACCION PCC</p>
<p>ESTRATEGIAS DA (Debilidades-Amenazas)</p>
<p>Necesidad de realizar acciones defensivas de forma inmediata</p>
<p>D2A3. Debe implementar el mejoramiento del nivel de la infraestructura vial de la región como una estrategia para poder enfrentar la competencia privada</p>
<p>D3A4. Debe masificar la difusión de la oferta turística para que su promoción permita mejorar el turismo cafetero en la región.</p>
<p>D4A2 Debe implementar la recuperación de escenarios con valor histórico para evitar el deterioro del patrimonio histórico y cultural.</p>
<p>D6A4A6. Debe fortalecer la conectividad hacia Colombia y entre los Departamentos que conforman el PCC como una estrategia que facilite la promoción turística y los planes de comercialización.</p>

ESTRATEGIAS FA (Fortalezas-Amenazas)
Refuerzo de los aspectos positivos para combatir las amenazas
F4F6A1 Al existir mucha cultura cafetera en la región y tener un PCC con una gran diversidad de paisaje se debe contrarrestar el deterioro del medio ambiente implementando políticas de protección y recuperación.
F5A4A5. La cercanía entre los departamentos que conforman el PCC, el estado debe preocuparse de la región con un centro atractivo para el turismo y adelantar una estrategia que permita mejorar la infraestructura vial para adaptarse al plan de desarrollo económico y así considerar el PCC como escenario de destino posible de inversión.
F6A2. Al existir mucha cultura cafetera en la región se debe frenar la amenaza de deterioro del patrimonio histórico y cultural, a través de estrategias de recuperación del mismo de modo que sean una fortaleza para el futuro.
F2A3. Aprovechar la buena oferta hotelera y gastronómica que tiene el PCC para contrarrestar la competencia privada agresiva para que las embajadas y los consulados colombianos alrededor del mundo muestren la cara económica del Eje cafetero.
F2A6. Debe implementarse el aumento del nivel de la capacidad de la infraestructura local para que se pueda desarrollar con eficiencia el plan de comercialización.
ESTRATEGIAS DO (Debilidades-Oportunidades)
Sugerencia de medidas correctivas o de mejoras para aprovechar las oportunidades
D7D9O1. Aprovechar la disponibilidad de la comunidad para conocer la oferta turística para crear una de datos turística de la región y adelantar campañas para promover el bilingüismo con el fin de potenciar la comunidad.
D8O2 Aprovechar el Interés del turista por conocer los productos turísticos de la región para mejorar la cultura turística de la comunidad hacia el turista.
D3D4O3 Aprovechar que la marca Juan Valdés promociona a nivel mundial el café colombiano para aumentar la difusión de la oferta turística y la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico e implementar estrategias para mejorar la comercialización de cafés especiales que generen mayores ingresos para los productores.
D1O2 Se debe diversificar la oferta turística, por medio de la construcción de más parques temáticos, la promoción del ecoturismo y la recuperación de escenarios con valor histórico, creación de un Observatorio de Turismo para la región.
ESTRATEGIAS FO (Fortalezas-Oportunidades)
Camino para aprovechar las oportunidades
F2O1. Aprovechar la excelente disponibilidad de la comunidad para dar a conocer la buena oferta hotelera y gastronómica.

F601. Aprovechar la cultura cafetera de la región y la disponibilidad de la comunidad para diversificar la dieta gastronómica.

F4F802 Aprovechar el interés del turista y el clima variado de la región para dar conocer la diversidad del paisaje que tiene el PCC

F501. Aprovechar la disponibilidad que tiene la comunidad para conocer la oferta turística y la cercanía entre los departamentos que conforman el PCC: Caldas, Risaralda, Quindío y Valle para mejorar la infraestructura local, hoteles etc. para el desarrollo del turismo cafetero

F4O3. Aprovechar que el PCC tiene una gran diversidad de paisaje para que la marca Juan Valdés, intensifique la promoción a nivel mundial el café colombiano.

8. CONCLUSIONES

1. Los Gobiernos de la región no se han comprometido con la implantación de un plan de desarrollo turístico con el fin de hacer más atractiva la región; es necesario realizar proyectos que impulsen el eje cafetero, para no sólo dar estabilidad laboral sino también alcanzar la productividad y la competitividad de las actividades económicas que le permitan a la región proyectarse en la conquista de mercados nacionales y extranjeros.
2. La región del PCC adolece de una infraestructura local adecuada en cuanto a planeación de vías, aeropuertos, conexión interactiva que permitan desarrollar el plan de desarrollo económico para la región.
3. La difusión y comercialización de la región del PCC es precaria, lo que no permite que se conozca ampliamente como destino turístico y como escenario atractivo para la posible inversión.
4. Los Gobiernos locales no están comprometidos con un adecuado desarrollo turístico y en la construcción de una política de desarrollo empresarial con metas y manejo eficiente, con proyección a la internacionalización del PCC como destino turístico que genere inversión.

9. RECOMENDACIONES

1. Las instituciones gubernamentales encargadas de prestar asesoría técnica a los productores de café, deben fortalecer y dirigir el apoyo a los caficultores en el PCC los cuales son los más vulnerables a los cambios estructurales del mercado internacional por su ineficiencia técnica, teniendo en cuenta que industria del turismo en la región está ligado con el café.
2. Los Gobiernos locales deben facilitar y mejorar el acceso a la región del PCC mediante una adecuada infraestructura no sólo local sino también vial y que, además, facilite la adquisición de maquinaria que permita el desarrollo turístico de la región.
3. Las embajadas y los consulados colombianos alrededor del mundo deben comprometerse en la difusión de las bondades del Eje Cafetero como destino turístico, aumentando la publicidad y atracción de la inversión en la región que repercuta en la promoción del PCC en misiones comerciales sobre todo en turismo.
4. Los Gobiernos locales deben procurar el desarrollo técnico de la región para atraer nuevas inversiones y la consecuente generación de mejores condiciones de trabajo, con labores más productivas y por ende para ser más competitivos a través de la reducción de los costos totales, lo que brindará condiciones a los inversionistas como atractivo turístico para la región. Obviamente esto se logrará dando oportunidades y facilidades de capacitación a los productores para que no sólo logren una eficiencia técnica superior sino que aumenten su grado de escolaridad, lo que contribuirá necesariamente al mejoramiento de la oferta turística.

10. ANEXOS

Anexo 1. Atributos del Paisaje Cultural Cafetero.

Café de montaña: Condición óptima para el cultivo del café en zonas de alta montaña, oscilan entre 1000 y 2000 metros.

Predominio de café: El cultivo del café sobresale respecto a los otros productos cultivables.

Cultivo en ladera: Peculiaridad paisajística en la adaptación del cultivo del café en pendientes con más de 25% de inclinación.

Edad de la caficultura: Renovación constante en las plantaciones de café, posibilitando el rejuvenecimiento del PCC.

Influencia de la modernización: Armonía entre el paisaje Rural y las condiciones de la vida moderna.

Institucionalidad cafetera y redes económicas afines: Tejidos Institucionales en el desarrollo del Paisaje cultural cafetero como garantía de la sostenibilidad patrimonial.

Tradición histórica en la producción de café: Permanencia en un modelo propio de producción del café Colombiano.

Estructura de pequeña propiedad cafetera: La prevalencia del minifundio como sistema de propiedad, es otro elemento que configura el paisaje cafetero.

Cultivos múltiples: Es la multiplicidad de cultivos que conforman una “colcha de retazos” elemento característico del Paisaje Cultural Cafetero.

Tecnologías y formas de producción sostenibles en la cadena productiva del café: La actualización del trabajo tradicional con los cultivos de café han estado determinados por la sostenibilidad paisajística y su control en lo impactos medioambientales.

Patrimonio arquitectónico: El PCC posee un patrimonio arquitectónico único que ha sido desarrollado exclusivamente por los pueblos de la zona.

Patrimonio urbanístico: La forma de nuestros pueblos ha sido una adaptación del modelo hispánico de trazado en cuadrícula.

Patrimonio arqueológico: Desde hace más o menos diez mil años, se tiene conocimiento de la presencia humana en el Eje Cafetero. Se han dado a conocer hallazgos de vestigios arqueológicos.

Patrimonio natural: la caficultura del PCC se encuentra en una posición estratégica “Andes Tropical”; por sus condiciones de localización, relieve, clima y suelos, presenta un elevado número de hábitat de interés estratégico para la conservación de la diversidad biológica. (Rangel 1995; Andrade 1992, en: Rodríguez y Osorio 2008)

Disponibilidad hídrica: Los riegos y la humedad son condicionantes esenciales para el cultivo en el Eje Cafetero.

Anexo 2. Cronología para la declaración del PCC

Año 1995

1. Primera iniciativa de solicitud de inscripción en la Lista de Patrimonio Mundial del Centro Histórico de Salamina, Caldas.

Año 2001

2. Inclusión del PCC en la Lista Indicativa de UNESCO.
3. Ministerio de Cultura convoca a los Departamentos de Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío, Valle del Cauca y Tolima.
4. Se conforman grupos con el sector académico, las Corporaciones Autónomas Regionales, administraciones municipales y departamentales.
5. Primer Taller internacional Cátedra UNESCO, en “Gestión Integral del Patrimonio en Centros Históricos”.
6. Primera solicitud de inscripción a la UNESCO.

Año 2004 y 2005

1. Convenio Ministerio de Cultura y los departamentos de: Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca.
2. Segunda solicitud de inscripción. La respuesta: es necesario complementar la planimetría, descripción y plan de manejo.

3. 2º Curso taller internacional Cátedra UNESCO "Diseño y elaboración de planes de manejo para paisajes culturales, Estudio de caso paisaje cultural cafetero".

Año 2006

1. Preparación de informes en los (4) departamentos.
2. Selección de criterios de delimitación del área principal del PCC.

Año 2007

1. Unificación de criterios y metodologías con los equipos departamentales.
2. Convenio Ministerio de Cultura y Federación Nacional de Cafeteros FNC.
3. Convenio Ministerio de Cultura - Red Alma Máter

Año 2008

1. Unificación de informes departamentales a cargo de la FNC a través del CRECE (Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Regionales).

Año 2009

2. Avance de las directrices del plan de manejo.
3. Edición del documento y plan de comunicaciones.
4. Envío de pre dossier a UNESCO.

Año 2010

1. Febrero: Entrega del expediente a UNESCO.
2. Marzo: plazo máximo para que la UNESCO informe si recibió la información completa en el plazo establecido.
3. Febrero a diciembre: socialización del proceso y desarrollo del plan de manejo.

Año 2011

1. Enero: plazo máximo para que el equipo de expertos de la UNESCO pueda requerir información adicional para la evaluación.
2. Marzo: plazo máximo para el envío de la información adicional solicitada por el equipo de expertos.
3. Mayo: plazo para evaluación de expertos UNESCO.
4. Junio - julio: sesión anual del Comité de Patrimonio Mundial y notificación de las decisiones. Unesco envía observaciones.

FUENTE: Paisaje cultural Cafetero Edición Nº 2 - Mejorada y ajustada

Anexo 3. Valores excepcionales del Plan Manejo del PCC

Las operaciones del Plan manejo están basadas en cuatro valores excepcionales que conforman el Eje Cafetero; estos reflejan la esencia de la región y la condición como Patrimonio Mundial.

1. **El Esfuerzo humano, familiar, generacional e histórico para la producción de un café de excelente calidad.** Gracias al compromiso de las generaciones cafeteras en mantener vivo su legado histórico, se puede producir un café de montaña con un alto nivel de calidad reconocido a nivel mundial; el café arábico se cultiva aplicando nuevas técnicas de sembrado, siendo adaptadas específicamente a las grandes laderas que condicionan los cultivos en los Andes colombianos.
2. **Cultura Cafeteara para el Mundo.** El Eje Cafetero Colombiano refleja la máxima expresión cultural desarrollada con el café, en el podemos observar como a partir del propio cultivo y su respectiva comercialización se ha moldeado una serie de manifestaciones artísticas que hacen únicos este lugar; la arquitectura en bahareque, la cocina típica y los personajes representativos son algunos ejemplo de la especial evolución que ha sufrido
3. **Capital social estratégico construido alrededor de una institucionalidad.** La caficultura lleva siendo la principal actividad económica en el Paisaje Cultural Cafetero, pero aún más importante su institucionalidad única en el mundo, lleva forjando las líneas de actuación para el beneficio de todos los caficultores por más de 88 años.
4. **Relación entre tradición y tecnología para garantizar la calidad y sostenibilidad del producto.** El equilibrio entre la producción y la conservación del medioambiente es uno de los condicionantes más significativos para mantener el PCC. El mejoramiento de las diferentes técnicas de cultivo que se realizan en la región, son el producto de un "círculo del conocimiento" alrededor del caficultor y su actividad productiva.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Perdomo Jorge Andrés, HUETH Darrell, Mendieta Juan Carlos. Factores que afectan la eficiencia técnica en el Sector Cafetero Colombiano: una aplicación con análisis envolvente de datos.

Cano, C; vallejo, C; caicedo, E; amador, J; tique, E (2012). *El mercado mundial de café y su impacto en Colombia. Borradores de Economía. Banco de la República de Colombia.*

Unesco (2008). *Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención de Patrimonio Mundial. Grupo Intergubernamental de protección del patrimonio mundial cultural y natural. Centro del Patrimonio Mundial. París.*

Federación nacional de cafeteros (2012). *“Sostenibilidad en Acción 2011”.* Bogotá

Ministerio de cultura (2011). *Paisaje Cultural Cafetero: un paisaje cultural productivo en permanente desarrollo. Dirección de Patrimonio. Bogotá. MINISTERIO DE CULTURA (2011). Legislación y Normas Generales para la Gestión, Protección y Salvaguardia del Patrimonio Cultural en Colombia. Dirección de Patrimonio. Bogotá.*

Echtner y Ritchie (1991) *Percepciones de los atributos individuales del destino turístico junto con la impresión holística sobre éste último.*

Altamira Vega R., Muñoz Vivas X. (2007) *El turismo como motor de crecimiento económico*

Flores Ruiz D. (2008) *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos*

CONPES 3397 (2005) *Política sectorial de turismo*

CONPES 3803 (2014) *Política para la preservación del paisaje cultural cafetero de Colombia*

De Esteban Curiel J., López López A. (2010) *El turismo sostenible como dinamizador local*

Góndola (2007) *Juan Valdez: Caso de Éxito*

Diez Fernandez L. (s.f.) *El Enoturismo en España. Análisis de un estudio de caso en la rioja.*

Salazar Sicachá L, Gomez Marin N, (s.f.) *Turismo regional: un cambio para la economía del Eje Cafetero*

Boletín Económico Regional (2016) *II trimestre de 2016*

Boletín Económico Regional (2015) *II trimestre de 2015*

Larreina Díaz M. (2011) *El vino rioja: ¿un modelo de éxito sostenible en el futuro?*

Gómez Ramírez A., Restrepo Quintero G., González Gómez P. (2004) *Turismo en el eje Cafetero*

Ministerio de cultura de Colombia (s.f.) *Paisaje cultural cafetero un paisaje productivo en permanente desarrollo.*

Mejía Gaviria A., Zuluaga Bedoya Y. (s.f.) *Aciertos y desaciertos en las estrategias de promoción turística del eje cafetero durante los años 2010 y 2011*

PAGINAS WEB

El Paisaje cultural del café de Colombia UNESCO. (s.f.) Recuperado el 02 de diciembre de 2016 de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=45692&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Desarrollo de experiencias turísticas únicas en Colombia THR, Innovative Tourism Advisors (s.f) Recuperado EL 02 de diciembre de 2016 <http://www.thr.es/desarrollo-de-experiencias-turisticas-unicas-en-colombia#.WEBO7fnhBRY>

Paisaje cultural cafetero (s.f.) Recuperado EL 02 de diciembre de 2016 <http://paisajeculturalcafetero.org.co/>