

Plan de Negocios de una  
Agencia de Viajes Operadora  
especializada en recorridos  
naturales y culturales



Liced Fernanda Mejia Rivera  
Laura Maritza Mendez Guerrero

**PLAN DE NEGOCIOS AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA  
EN RECORRIDOS NATURALES Y CULTURALES.**

**LICED FERNANDA MEJIA RIVERA**

**COD.1087490158**

**LAURA MARITZA MENDEZ GUERRERO**

**COD.1088325627**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR  
EL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE**

**DIRECTOR**

**SANDRA MILENA GOMEZ**

**PROFESIONAL EN ADMISNISTRACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE  
CANDIDATO A MAGISTER EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO**

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES  
ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE  
TECNOLOGIA EN GESTION DEL TURISMO SOSTENIBLE  
PEREIRA, JUNIO DEL 2016**



**PLAN DE NEGOCIOS AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA  
EN RECORRIDOS NATURALES Y CULTURALES.**

**LICED FERNANDA MEJIA RIVERA**

**COD.1087490158**

**LAURA MARITZA MENDEZ GUERRERO**

**COD.1088325627**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES  
ESCUELA DE TURISMO SOSTENIBLE  
TECNOLOGIA EN GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE  
PEREIRA, JUNIO DEL 2016**

## Tabla de Contenido

	Pagina
Tabla de Contenido.....	3
1. Introducción .....	7
2. Justificación .....	8
3. Objetivos .....	9
3.1 Objetivo General.....	9
3.1.1 Objetivos Específicos .....	9
4. Plan de negocios.....	10
4.1 Resumen Ejecutivo .....	10
4.2 Modulo de Servucción .....	11
4.2.1 Área de Influencia de la empresa .....	11
4.2.1.1 Matriz descriptiva de área de influencia de la empresa .....	13
4.2.2 Ficha técnica del Servicio turístico.....	17
4.2.2.1 Descripción de los servicios turísticos a ofrecer .....	17
4.2.2.2 Estado del arte de los servicios a ofrecer .....	24
4.2.2.3 Matriz de unidad de gestión para la organización de empresas turísticas .....	27
4.2.2.3.1 Recurso turístico.....	27
4.2.2.3.2 Actividad turística.....	28
4.2.2.3.3 Servicio turístico .....	32
4.2.2.3.4 Oferta turística .....	35
4.3 Módulo de Mercados .....	36
4.3.1. Objetivos.....	36
Objetivo General.....	36
Objetivos específicos.....	36
4.3.2 Análisis de la demanda.....	36
4.3.3 Descripción y delimitación del mercado.....	41

4.3.4 Análisis de la Oferta.....	44
4.3.4.1 Competencia.....	45
4.3.5 Estrategia de Comunicación.....	47
4.3.6 Estrategia Publicitaria.....	49
4.4 Módulo de Organización.....	51
4.4.1 Marco legal de la organización.....	51
4.4.2 Análisis estratégico organizacional.....	52
4.4.2.1 Matriz DOFA.....	52
4.4.2.2 Objetivos Organizacionales.....	54
4.4.2.3 Misión.....	54
4.4.2.4 Visión.....	55
4.4.2.5 Cuadro de mando integrado.....	55
4.4.2.6 Valores corporativos.....	56
4.4.2.7 Políticas empresariales:.....	58
4.4.3 Manual de estructuras.....	60
4.4.4 Manual de funciones.....	61
4.5 Sistema de Gestión para la sostenibilidad turística.....	69
4.5.2 Objetivo.....	70
4.5.3 Alcance.....	70
4.5.4 Términos o definiciones.....	70
4.5.7 Manual de gestión ambiental de sostenibilidad turística.....	76
4.6 Modulo de Finanzas.....	90
4.6.1 Inversiones.....	90
4.6.2 Financiamiento.....	91
4.6.3. Egresos e Ingresos.....	92
4.6.3.1 Gastos.....	92
4.6.3.2 Costos.....	92
4.6.3.3 Ingresos.....	93
5. Conclusiones.....	96
6. Bibliografía.....	97

7. Anexos.....	99
----------------	----

## Tabla de matrices y tablas

	Pagina
TABLA 1. MATRIZ DESCRIPTIVA DEL DMI PLANES DE SAN RAFAEL	13
TABLA 2. MATRIZ DESCRIPTIVA DE LA CABECERA MUNICIPAL DE SANTUARIO, RISARALDA	15
TABLA 3. MATRIZ DESCRIPTIVA FINCA EL CAMPAMENTO, VEREDA ALTA CAMPANA	16
TABLA 4. FICHA TÉCNICA PAQUETE I	17
TABLA 5. FICHA TÉCNICA PAQUETE II	19
TABLA 6. FICHA TÉCNICA PAQUETE III	21
TABLA 7. FICHA TÉCNICA PAQUETE IV	22
TABLA 8. FICHA TÉCNICA PAQUETE V	23
TABLA 9. LISTADO DE ATRACTIVOS	27
TABLA 10. LISTA DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS	28
TABLA 11. CAPACIDAD DE ATENCIÓN	34
TABLA 12. FICHA TÉCNICA PROCESOS DE ENCUESTAS	38
TABLA 13. MATRIZ DOFA	52
TABLA 14. CUADRO DE MANDO INTEGRADO	55
TABLA 15. ESQUEMA NÓMINA DE LA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	60
TABLA 16. MATRIZ DE REQUISITOS LEGALES	77
TABLA 17. MATRIZ DE IMPACTOS Y ASPECTOS	79
TABLA 18. PROGRAMA DE CAPACITACIÓN E INFORMACIÓN	83
TABLA 19. MATRIZ DE MEJORA CONTINÚA	84
TABLA 20. MATRIZ DE MONITOREO CONSUMO DE AGUA	86
TABLA 21. MATRIZ DE MONITOREO DE CONSUMO DE ENERGÍA	87
TABLA 22. MATRIZ DE GESTIÓN DE RESIDUOS	87
TABLA 23. INVERSIONES PARA LA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA	90
TABLA 24. GASTOS	92
TABLA 25. COSTOS	92
TABLA 26. INGRESOS	93
TABLA 27. FLUJO DE CAJA, PAQUETES	94
TABLA 28. FLUJO DE CAJA, PASADIAS	94

## Tabla de Ilustraciones

	Pagina
ILUSTRACIÓN 1. MAPA UBICACIÓN DEL MUNICIPIO RESPECTO RISARALDA. TOMADO DE ÁLBUM IMÁGENES GOOGLE .....	12
ILUSTRACIÓN 2. MAPA UBICACIÓN RISARALDA, ELABORACIÓN PROPIA ...	12
ILUSTRACIÓN 3. MAPA DE UBICACIÓN DEL DMI RESPECTO AL MUNICIPIO DE SANTUARIO .....	12
ILUSTRACIÓN 4. MAPA UBICACIÓN CABECERA MUNICIPAL EN SANTUARIO- RISARALDA. TOMADO DE PLAN DE MANEJO .....	12
ILUSTRACIÓN 5. MAPA DE REFERENCIA DEL PROYECTO.....	13
ILUSTRACIÓN 6. FLUJOGRAMA, SELECCIÓN DE PROVEEDORES .....	33
ILUSTRACIÓN 7. GRAFICO RESPUESTA 1.....	39
ILUSTRACIÓN 8. GRAFICO RESPUESTA 4.....	39
ILUSTRACIÓN 9. GRAFICO RESPUESTA 5.....	39
ILUSTRACIÓN 10. GRAFICO RESPUESTA 10.....	40
ILUSTRACIÓN 11. LOGOTIPO .....	48
ILUSTRACIÓN 12. IMAGEN EN REDES SOCIALES.....	50
ILUSTRACIÓN 13. PÁGINA EN FACEBOOK.....	51
ILUSTRACIÓN 14. ORGANIGRAMA AGENCIA DE VIAJES FEELING TRIPS.....	60

## Tabla de Anexos

	Pagina
ANEXO 1. DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES NATURALES Y CULTURALES .....	99
ANEXO 2. ENCUESTA PARA EL ESTUDIO DE MERCADOS .....	120



## **1. Introducción**

El municipio de Santuario en el departamento de Risaralda, conserva importantes elementos culturales y naturales como el Parque Nacional Natural Tatama, además por hacer parte de la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero, denominación que ha generado una visión de desarrollo turístico en el municipio.

En este marco se hace necesario trabajar en mejorar la cadena de valor en la prestación de servicios turísticos, que integre a las comunidades y potencialice el espectro de oportunidades de Santuario y Distrito de Manejo Integrado Planes de San Rafael como destino.

El plan de negocios, Agencia de Viajes Operadora Feeling Trips, se enfocará en la construcción de cinco paquetes turísticos, de los cuales para las comunidades aledañas presenta una oportunidad económica.

A continuación se presentaran una serie de pasos necesarios para la gestión del destino y ejecución del producto turístico, ordenado y sostenible, que brinde al turista experiencias definidas dentro de los ecosistemas cafeteros y naturales, previamente controlados para la conservación, que facilite el acceso a los diferentes atractivos, los cuales a su vez cuenten con las normas y políticas de la línea de gestión turística para Colombia.

El enfoque central de la operadora, es canalizar, articular y armonizar los diferentes componentes que hacen necesaria la afluencia de visitantes, teniendo en cuenta la salvaguarda de las áreas naturales y culturales. Santuario dentro de su plan de desarrollo del 2015 pretende en el sub programa 30.2 realizar la divulgación y promoción de la oferta de servicios ambientales de Santuario (Plan de Desarrollo 2012 – 2015 Unidos Por la Prosperidad de Santuario). Así se aportarán en las líneas de gestión de destino, consolidando la cabecera municipal en oportunidades económicas, sociales y de conservación.

## **2. Justificación**

Actualmente en el eje cafetero el turismo ha tenido una gran importancia y se ha ido potencializando cada vez con mayor fuerza, dado que cuenta con diversidad de atractivos turísticos tanto naturales como culturales, haciendo que este territorio tenga una amplia oferta turística.

Adicional a esto se encuentra dentro de la declaratoria del paisaje cultural cafetero, con una diversidad de municipios que poseen gran riqueza paisajística y de atractivos turísticos, tal es el caso de Santuario- Risaralda, acompañado de sus dos áreas de conservación las cuales proveen en gran parte el recurso hídrico para este territorio.

Pensando en aprovechar este gran potencial se planifica, proyecta e implementa una propuesta innovadora la cual consiste en la creación de una agencia de viajes operadora cuya área de influencia es el municipio de Santuario Risaralda, ya que cuenta con gran diversidad de paisaje, atractivos culturales y naturales, sin embargo no se tiene una buena operación turística ni tecnificación de los servicios turísticos prestados, por lo tanto se pretende mejorar la calidad de la prestación de los diversos servicios turísticos, apoyando procesos de desarrollo económico, a través de capacitaciones para la comunidad local, con el fin de que sean estos quienes presten dichos servicios.

Con esta propuesta innovadora de la creación de una agencia de viajes operadora, se busca afianzar los lazos con la comunidad y crear un proyecto donde la misma se vea beneficiada, donde al mismo tiempo tanto turista como visitantes puedan tener momentos experienciales, basados no solo en la fusión de actividades naturales y culturales, sino en la capacidad y disposición de utilizar sus cinco sentidos durante todo el viaje, desde el deguste de la mejor cocina tradicional, hasta la brisa del más cálido viento al volar sobre el paisaje cultural cafetero en globo aerostático, todo esto enfocado en una excelente prestación de servicios y al mismo tiempo que el municipio sea reconocido por el su potencial turístico tanto natural como cultural.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo General**

Diseñar un plan de negocios de una agencia de viajes operadora especializada en recorridos naturales y culturales, tomando como área de operación la cabecera municipal de Santuario (Risaralda) y el DMI Planes de San Rafael.

##### **3.1.1 Objetivos Específicos**

- I.** Proponer estrategias organizacionales, que permitan la estructuración de áreas técnicas, operativas y comerciales de una agencia de viajes operadora especializada en turismo de naturaleza y cultura, generando así una viabilidad financiera y operativa.
- II.** Diseñar recorridos especializados que contribuyan con la conservación ambiental, la salvaguarda del patrimonio cultural, la responsabilidad socio – económica y legal mediante el planteamiento técnico de una agencia de viajes operadora.
- III.** Realizar una investigación de mercados con el fin de identificar el público potencial para una agencia de viajes operadora especializada en recorridos naturales y culturales.

## **4. Plan de negocios**

### **4.1 Resumen Ejecutivo**

Se pretende generar un plan de negocios basado en la creación de un producto turístico experiencial donde se logre la integración de turismo natural y cultural en 5 paquetes operados en el municipio de Santuario Risaralda aplicando practicas sostenibles en la ejecución de los mismo, dado a que Santuario está dentro de la declaratoria de PCC ( Paisaje Cultural Cafetero) y actualmente existe un área de interés ambiental y turística que ha sido denominado distrito de manejo integrado “DMI” lo que hace muy llamativo para la empresa operar los paquetes turísticos en este municipio, además de integrar a la comunidad local en este proceso generando nuevas estrategias para el desarrollo económico del mismo.

Adicional a esto como se dijo anteriormente la agencia de viajes parte de la creación de 5 productos o servicios entre paquetes y pasadías queriendo generar una experiencia memorable a través de los sentidos los cuales no solo integran actividades relacionadas con los mismos, si no que integren el turismo cultural y natural.

A partir de esto se estructuran 5 etapas divididas en servucción, para la estructuración de producto y servicios, investigación de mercadeo, sostenibilidad turística, proceso organizacional y viabilidad financiera, donde cada una de estas es de vital importancia para el desarrollo y ejecución del mismo.

Para el desarrollo del plan de negocios, se comienza por la fase de servucción, ya que es la fase donde se genera el objetivo e idea principal del plan de negocios y que a la vez este sea innovador, apoyándose en la fase de mercados en la cual se analiza la competencia, la demanda, oferta, apuntando a que el producto cumpla con las expectativas del turista que visitara la agencia de viajes operadora.

Otra de las etapas más relevante es la fase de sostenibilidad, la cual será aplicada mediante la norma técnica sectorial 003 que cubre las agencias de viajes, la cual rige la normatividad enfocada a la sostenibilidad turística para empresas de este tipo, esta fomenta la elaboración de un sistema de gestión para asumir la responsabilidad ambiental, socio-cultural y económica de la empresa y el entorno, con el fin de que la organización genere un aporte ambiental y cultural involucrando a las comunidades en dicho proceso.

Adicionalmente sigue la fase organizacional la cual está fundamentado por el planteamiento de objetivos, constitución de la empresa y su esquema organizacional.

En cuarto lugar está la fase de análisis financiero, uno de los puntos más importantes del plan de negocios ya que esta es la que proyecta la viabilidad económica del plan de negocios.

Por ultimo cabe resaltar que Santuario es un municipio que tiene un gran potencial turístico tanto de atractivos naturales como culturales, es por esto que se pretenden fortalecer los procesos turísticos que permitan al visitantes vivir una experiencia diferente, con una excelente prestación de servicios y reconocimiento de la belleza reflejada no solo en este municipio si no en el paisaje cultural cafetero.

## **4.2 Modulo de Servucción**

### **4.2.1 Área de Influencia de la empresa**

El área de influencia de la agencia de viajes operadora, está definida por la cabecera municipal de Santuario (Risaralda-Colombia), el DMI Planes de San Rafael, junto con su centro de visitantes y la finca El Campamento ubicada en la vereda Alta Campana, Apia (Risaralda- Colombia). Estos tres puntos estratégicos caracterizan nuestra oferta turística, los cuales a su vez cuentan con un valor agregado que resalta los aspectos culturales y patrimoniales de los diferentes atractivos ya que pertenecen al Paisaje Cultural Cafetero, a continuación se establece la matriz de áreas de influencia del proyecto donde se especifica en detalle las características geográficas de cada uno.

En el siguiente grafico (ver Ilustración I, II, III, IV y V.) se observan las tres zonas de influencia en las cuales se plantea el desarrollo de las diferentes actividades turísticas propuestas a lo largo del plan de negocios de la agencia de viajes operadora, los cuales están definidos por la cabecera municipal de Santuario, el DMI Planes de San Rafael y por último la finca Alta Campana, adicionalmente se podrá ubicar de igual manera el municipio de Pereira como punto de referencia.



Ilustración 2. Mapa ubicación Risaralda, Google maps



Ilustración 1. Mapa ubicación del municipio respecto Risaralda. Tomado de álbum imágenes Google

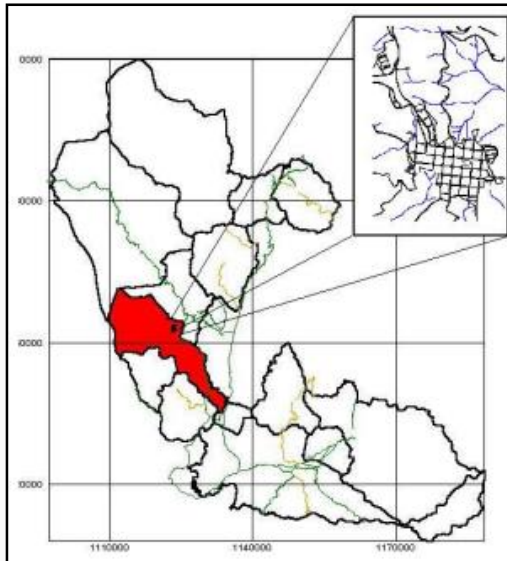


Ilustración 4. Mapa ubicación cabecera municipal en Santuario- Risaralda. Tomado de Plan de manejo



Ilustración 3. Mapa de ubicación del DMI respecto al municipio de Santuario

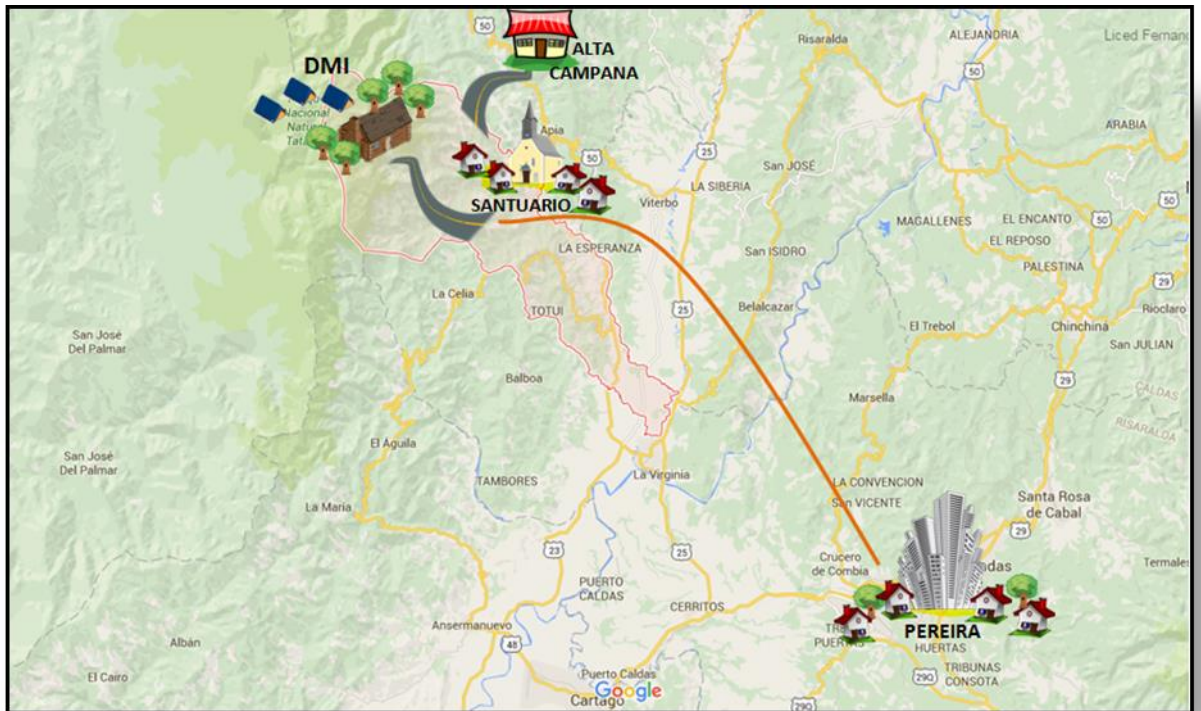


Ilustración 5. Mapa de Referencia del proyecto. Elaboración propia.

#### 4.2.1.1 Matriz descriptiva de área de influencia de la empresa

Tabla 1. Matriz descriptiva del DMI Planes de San Rafael

<b>Geográficas</b>	<p>Ubicado en el municipio de Santuario (Risaralda- Colombia), a 10 km del poblado, cuenta con 137 Ha, las cuales se dividen según el uso del suelo (producción, conservación y recreación)</p> <p>Exactamente en el extremo noroccidental del municipio de Santuario, entre los 1800 y 3000 msnm; a unos 45 minutos en el transporte de carretera; el distrito de manejo integrado está enmarcado entre los siguientes límites: por el oriente con el río San Rafael y la vereda La Campana del municipio de Apía Risaralda, por el occidente con el Parque Nacional Natural Macizo Tatamá, por el norte con la vereda la Cumbre del municipio de Apía Risaralda y por el sur con las veredas Alta Esmeralda y Baja Esmeralda del municipio de Santuario Risaralda.</p>
--------------------	--

<b>Climatológicas</b>	<p>La distribución de clima en el Distrito de Manejo Integrado Planes de San Rafael está entre 12°C y 18°C.</p> <p>Presenta la circulación de vientos cálidos y las masas de aire frío provenientes de los accidentes orográficos de la zona alta entre los que se destacan los Cerros Tatamá (3950 msnm), Tamaná (4200 msnm) y Caramanta en límites con el departamento de Antioquia (3900 msnm), lo que define un área de mayor precipitación entre 1450 y 1900 msnm que corresponde al área cafetera.</p>
<b>Ecológicas</b>	<p>Se caracteriza por poseer un bosque muy húmedo montano bajo ocupa una franja entre los 2000 y 3000 msnm.</p> <p>El área del Distrito Manejo Integrado corresponde en su mayoría a antiguos potreros en regeneración, con sucesiones de distintas edades a lo largo del cauce del río San Rafael. La parte baja es la más reciente, y en ella se observan potreros con alto nivel de vegetación, con algunos árboles aislados y cercas vivas de Eucalipto; la parte alta, en el sector encañonado tiene una sucesión con edades entre 15 y 25 años, algunos sectores de bosque relictual, plantaciones de Acacia y bosque de galería.</p>
<b>Sociales</b>	<p>Es igualmente importante mencionar que la población de la vereda presenta una dinámica donde el grupo de edad que presenta mayor número de personas es el rango que oscila entre los 40-57 años, presentando una disminución la población después de los 55 años, la población infantil entre 1 y 10 años es baja comparada con otras veredas del municipio y finalmente la población adolescente entre los 10 y los 23 años presenta un comportamiento estable.</p> <p>La siembra del café, mora y granadilla son las principales actividades económicas de la vereda, por otra parte existen diferentes agremiaciones como los cultivadores de mora (Mora Amorosa), la junta de acción comunal de Planes de San Rafael, grupos de madres cabeza de hogar, entre otros.</p>



<b>Usos Actuales</b>	<p>Los usos actuales del distrito están determinados por la protección de la cuenca media del Rio San Rafael (el cual sule el acueducto del municipio); la cual contribuye a la conservación de flora y fauna nativa, los recursos paisajísticos y el patrimonio cultural y arqueológico.</p> <p>La conservación y manejo de los ecosistemas naturales y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades asentadas en la zona de influencia del parque.</p> <p>Adicionalmente se identifica la relevancia del cultivo de mora, café y frijol que en ocasiones es sustituido por el cultivo de granadilla.</p> <p>El DMI cuenta con diferentes paquetes turísticos operados por la federación de áreas protegidas FECOMAR, junta de acción comunal y el grupo de intérpretes ambientales GAIA.</p>
----------------------	--

Tabla 2. Matriz descriptiva de la Cabecera municipal de Santuario, Risaralda

<b>Geográficas</b>	<p>El municipio de Santuario se encuentra ubicado en el departamento de Risaralda, Colombia en el continente Latinoamericano. A 64km de Pereira, capital del departamento, cuenta con superficie total de 201km<sup>2</sup> y su cabecera municipal cuenta con una superficie de 4Km<sup>2</sup>, ubicado a 1565 msnm.</p> <p>Localizado específicamente en la región centro occidental del departamento de Risaralda, en el flanco oriental de la cordillera occidental de los Andes, este colinda en el lado oriental de la cordillera occidental, limita con los municipios de Pueblo Rico, La Celia, Balboa y Apia, y los departamentos Valle del Cauca y Caldas.</p>
<b>Climatológicas</b>	<p>El municipio cuenta con una temperatura promedio de 20°C. Promedio de lluvias entre 2.000 a 4.000mm</p>
<b>Ecológicas</b>	<p>Se encuentra localizado en el piso térmico medio, en la formación vegetal de bosque húmedo pre montano.</p> <p>Este municipio cuenta con un área protegida el cual se denomina Parque Nacional Natural Tatama y el DMI (Distrito de Manejo Integrado) Planes de San Rafael.</p>

<b>Sociales</b>	<p>La población del municipio de Santuario muestra un crecimiento lento. Actualmente cuenta con una población de aproximadamente 14.736 personas, donde el 45.9% se ubica en la zona urbana y el resto en la zona rural y su cabecera municipal cuenta con una población de 7.258 personas.</p> <p>Existen diferentes grupos, agremiaciones como el Comité de Cafeteros, asociación de moreros, comercializadores de hortalizas, cafés especiales, café comercial, concejo municipal de Juventud.</p> <p>[Citado el 25 de Mayo de 2016] Disponible en &gt;<a href="http://www.municipios.com.co/risaralda/santuario">http://www.municipios.com.co/risaralda/santuario</a> &gt;</p>
<b>Usos actuales</b>	<p>Dentro de las actividades económicas del municipio actualmente se produce el café como cultivo y fuente de ocupación e ingresos mas importante.</p> <p>Adicionalmente el comercio de productos generales como ropa, cacharrería, comidas, entre otros.</p> <p>En términos turísticos Santuario solo cuenta con un punto de referencia que hace de veces de agencia de viajes y de punto de información turística, pero este no está muy bien equipado tanto a nivel físico como en prestación de servicios.</p> <p>Actualmente el municipio cuenta con una escasa capacidad de alojamiento y poca calidad en infraestructura en prestación de servicios turísticos.</p>

Tabla 3. Matriz descriptiva Finca el Campamento, vereda Alta Campana

<b>Geográficas</b>	<p>La finca el Campamento se encuentra ubicada a 61 Km2 de la capital del departamento de Risaralda, entre la vertiente de la cordillera occidental, aproximadamente a 1.630 msnm.</p> <p>Este limita al norte con Belén de Umbría y Pueblo Rico, al oriente con Belén de Umbría, al sur con Santuario y Viterbo Caldas y al occidente con Santuario y Pueblo Rico.</p> <p>Por último las vías municipales, comunica a todas las veredas entre sí, es decir las 44 veredas, a través de vías terciarias sin pavimentar.</p>
--------------------	---

<b>Climatológicos</b>	<p>Temperatura media de 19°C</p> <p>Clima cálido, medio y frío, característicos de las diferentes altitudes sobre el nivel del mar desde el Cerro Tatama.</p>
<b>Ecológicas</b>	<p>Clima cálido, medio y frío, característicos de las diferentes altitudes sobre el nivel del mar desde el Cerro Tatama.</p> <p>Se encuentra localizado en el piso térmico medio, en la formación vegetal de bosque húmedo pre montano.</p>
<b>Sociales</b>	<p>La agremiación de productores de mora es un referente de una de las actividades de producción a las cuales se dedica esta población actualmente, como ASOMORALCA, Asociación de moreros Alta Campana, La Cumbre y ASOPROMOLAC, Asociación productora de mora limpia de Alta Campana, La Cumbre, adicionalmente la finca el Campamento hace parte de la ECA como una de las Escuelas Agroecológicas Guillermo Castaño presente en la zona.</p>
<b>Usos actuales</b>	<p>Las actividades agropecuarias son el principal eje de desarrollo socio-económico en el sector, donde actividades diferentes a la agricultura pesan muy poco.</p> <p>Adicionalmente se están llevando a cabo actividades agroecológicas con la escuela “ECA Guillermo Castaño” y la celebración de festivales culturales en la vereda con el fin de reavivar las tradiciones culturales de la vereda.</p>

#### 4.2.2 Ficha técnica del Servicio turístico

##### 4.2.2.1 Descripción de los servicios turísticos a ofrecer

Tabla 4. Ficha técnica Paquete I

<b>PRODUCTO O SERVICIO</b>	<p>Paquete N°1: “Con sentido de Aventura”.</p> <p>Duración 2 noches, 3 días</p> <p>Diseñado tanto para niños desde 10 años, como para adultos mayores, con espíritu aventurero e interés por el patrimonio natural y cultural de un territorio.</p>
----------------------------	---

<b>TIPO DE PRODUCTO</b>	<p>El paquete “Con sentido de aventura”, incluye diferentes tipologías de turismo (cultural, natural, de aventura y descanso), las cuales se articulan y relacionan entre sí para formar uno de los paquetes más completos de nuestra oferta.</p>
<b>DESCRIPCION GENERAL</b>	<p><i>“Diseñado para todas aquellas personas con espíritu aventurero en donde podrán disfrutar de una buena caminata entre los verdes del Paisaje Cultural Cafetero y a su vez de la imponente cascada a 2600 metros sobre el nivel del mar y a los pies de uno de los Parques Naturales más vírgenes del país, después de esta experiencia el descenso será aún mejor pues tendrás la oportunidad de hacerlo sobre el dosel del bosque húmedo montano a través del Canopy. Pero aquí no termina, podrás disfrutar de una sesión de Spa en la vereda Alta Campana, en el cual se trabaja con los productos extraídos de las tierras que acobia el Tatama y resalta las técnicas ancestrales de los abuelos, en donde te consentirán las mejores manos de la zona, podrás realizar pequeños recorridos, aprender un poco más sobre los cultivos más sanos de la región y deleitarte con los mejores sabores ancestrales que caracterizan esta zona, todo esto acompañado del mejor servicio y calidad”</i></p> <p>El primer día se hará un recorrido por el municipio de Santuario y la Calle Real, visita a la casa de la cultura, desplazamiento hacia la truchera en el transporte tradicional “JEEP”, se realizara una actividad de pesca deportiva, adicional a esto una visita al orquidiario y cabalgata por los cultivos aledaños y caminos de herradura y para finalizar una fogata de integración de mitos y leyendas.</p> <p>El segundo día se llevara a cabo una actividad de senderismo hacia el sector cascada, donde tendrán la oportunidad de disfrutar de las aguas naturales de este afluente, por otra parte descenderán en cannopy, el cual hace parte de nuestra propuesta de inversión, hasta llegar al DMI Planes de San Rafael, en las horas de la noche se realizara el sendero de los anfibios y la visita a villa de los condenados.</p> <p>En el tercer y último día se visitara la finca el campamento en donde se dictara una charla sobre los procesos agroecológicos de Escuela Campesina Agroecológica, luego se hará un recorrido por los cultivos y la preparación de la receta tradicional, adicional a esto haremos un recorrido por el sendero de los sentidos y las aromáticas, y por últimos se realizara una sesión de SPA (la cual es opcional).</p>

<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>Capacidad de alojamiento en el centro de visitantes 40 camas, por otro lado el alojamiento de la truchera cuenta con capacidad aproximadamente para 8 personas por último se plantea la opción de alojarse en la zona de camping.</p> <p>El tipo de acomodación es a escogencia del visitante, esta será múltiple, de máxima capacidad para 4 personas en una habitación, en el centro de visitantes DMI y máximo de 8 personas en la cabaña ubicada en la Truchera de San Rafael, por otra parte la zona de camping ofrece un espacio para ubicar máximo 10, dividido en lotes de 3.10*3.40mt.</p> <p>La alimentación estará definida por la oferta gastronómica de esta zona y los productos cultivados dentro de la misma área (productos como la mora, la granadilla, el tomate de árbol, el café, tomate común, frijol, maíz entre otros y las huertas caseras) con el fin de resaltar y rescatar los valores y sabores ancestrales de la comida tradicional.</p> <p>Por último la guianza estará especializada según la tipología de turismo que se requiera en las diferentes actividades incluidas, teniendo en cuenta que nuestro segmento de mercado incluye personas extranjeras, es necesario contar con guías bilingües en lengua inglesa.</p>
------------------------	--

Tabla 5. Ficha técnica Paquete II

<b>PRODUCTO O SERVICIO</b>	<p>Paquete N°2: "Hazte caminante pues el sendero de los indios es el más gigante".</p> <p>Duración de 2 días y 1 noche.</p> <p>Diseñado para personas con buen rendimiento físico, especialmente grupos de caminantes, interesados en trekking y el contacto con la naturaleza y a su vez sienten interés por la cultura de un territorio.</p>
<b>TIPO DE PRODUCTO</b>	<p>El paquete N°2, combina tres tipologías de turismo aventura, cultura y descanso, con el fin de garantizar una experiencia optima a nuestros visitantes, ya que inicia en el recorrido de una de las rutas indígenas de la cultura Quimbaya y finaliza en el disfrute de las técnicas y productos agroecológicos para una sesión de Spa en la finca Alta Campana.</p>

<b>DESCRIPCION GENERAL</b>	<p><i>“Sin duda alguna, el mejor plan para excelentes caminantes, tendrás la oportunidad de ir de un municipio a otro caminando y a la vez conociendo la diversidad de flora y fauna que el Paisaje Cultural Cafetero tiene para ti, disfrutarás de un rico almuerzo elaborado con productos agroecológicos cultivados en la zona y para cerrar con broche de oro de una sesión de Spa en la vereda Alta Campana”</i></p> <p>El primer día se llega al municipio de Santuario más específicamente al DMI Planes de San Rafael, donde se tendrá una inducción y calentamiento, para comenzar con el recorrido por el sendero de los indios, donde se podrá hacer avistamiento de aves, de flora y fauna local y disfrutar de un almuerzo tradicional “Fiambre”, a través del cual se llega al municipio de Quinchia donde se retorna de nuevo al Centro de visitantes, en uno de los trasportes tradicionales “Jeep”.</p> <p>El segundo día se llevara a cabo el sendero de los sentidos en la Vereda Alta campana, seguido de una sesión de SPA y por último el sendero de las aromáticas.</p>
<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>La capacidad máxima para la realización de este sendero es de 15 personas por recorrido diario.</p> <p>El alojamiento estará determinado por la elección del visitante con las mismas características es decir tomar la opción de alojarse en el centro de visitantes, la zona de camping o la cabaña ubicada en la Truchera de San Rafael.</p> <p>La alimentación también estará definida por el rescate de las cocinas tradicionales, para especificar el “fiambre” que se llevara durante el recorrido consta de arroz, papa, yuca, huevo tibio, carne asada, todo envuelto en hoja biao y acompañado de jugo de mora.</p> <p>Se requiere para este recorrido un guía especializado en cultura (específicamente en la cultura Quimbaya), con conocimiento en la flora y fauna, avifauna del parque y bilingüe.</p>

Tabla 6. Ficha técnica Paquete III

<b>PRODUCTO O SERVICIO</b>	<p>Pasadía N°1: “Arquitectura vista y folclor hace de Santuario un lugar encantador”.</p> <p>Pasadía de 9 horas, iniciando desde las 8 am y finaliza a las 5pm. Diseñado para grupos familiares y de amigos, interesados por conocer la cultura y arquitectura de uno de los municipios que integra el Paisaje Cultural Cafetero.</p>
<b>TIPO DE PRODUCTO</b>	<p>Las tipologías que definen este pasadía es, turismo cultural y entretenimiento, ya que engloba actividades de esparcimiento y diversión en familia.</p>
<b>DESCRIPCION GENERAL</b>	<p><i>“Este plan está diseñado para todas aquellas personas que deseen conocer la cultura de este municipio, ya que se ofrece la mejor muestra cultural, en donde se ve reflejada la idiosincrasia de sus habitantes, recorridos por la Calle Real en donde podrás darte cuenta de cómo este municipio conserva con esfuerzo este patrimonio arquitectónico y deleitarte con el contraste de verdes que emanan estas montañas y por ultimo disfrutar de un delicioso almuerzo en medio de la tranquilidad que aporta la vereda”.</i></p> <p>Antes de iniciar el recorrido se tendrá una muestra cultural de bailes, representaciones musicales y declamaciones poéticas, luego se hará un recorrido donde se admira la cultura y arquitectura colonial de la Calle Real, luego se desplazaran hacia la truchera donde se podrá practicar pesca deportiva y tomar el almuerzo que ellos obtuvieron de la pesca y por último el recorrido por el orquidiario en el DMI.</p>
<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>El desayuno será en uno de los restaurantes del municipio, el cual estará compuesto por arepa, huevo al gusto, buñuelo, queso, chocolate o café, todo elaborado por las madres cabeza de hogar del municipio.</p> <p>El almuerzo estará basado en la trucha que cada visitante obtuvo durante la actividad de pesca, preparado a su gusto, acompañado de patacón, ensalada, arroz y jugo natural.</p> <p>En alternativa para los turistas que no deseen tomar el plato de trucha, se plantea una segunda alternativa, compuesta por arroz, carne al gusto, ensalada y patacón, acompañada por un jugo natural.</p> <p>Por último se requiere dos tipos de guías diferentes, el primero especializado en la cultura, arquitectura e historia de Santuario y otro guía especializado en botánica específicamente en los diferentes tipos de orquídeas endémicas de Colombia.</p>

Tabla 7. Ficha técnica Paquete IV

<p><b>PRODUCTO O SERVICIO</b></p>	<p>Pasadía N°2: “Si te gusta comer sano y prefieres la meditación, el spa de Alta Campana es la mejor opción”. Duración de 10 horas, desde las 7:00 am, hasta las 8:30pm. Diseñado para todo tipo de personas, atraído por el cuidado personal y que presentan la necesidad de descanso y que adicionalmente tienen preferencia por productos naturales o agroecológicos.</p>
<p><b>TIPO DE PRODUCTO</b></p>	<p>Este pasadía está enfocado turismo de descanso.</p>
<p><b>DESCRIPCION GENERAL</b></p>	<p><i>“Este plan está dirigido a todo tipo de personas, ofrecemos recorridos por senderos llenos de vida, alimentación sana, terapia de Reiki en donde los expertos en el tema te harán olvidar de la rutina y por ultimo podrás tomar una sesión de Spa en donde te consentirán las mejores manos”</i></p> <p>Luego de llegar a Alta Campana, se les dará una bienvenida a los turistas con un desayuno tradicional, para luego seguir con el recorrido por los senderos agroecológicos, terminada dicha actividad se hará una integración y adicionalmente el recorrido por el sendero de los sentidos, por otra parte se tendrá una terapia de reiki y una sesión de spa y para finalizar en el sendero de las aromáticas.</p>
<p><b>CARACTERISTICAS</b></p>	<p>La alimentación de este paquete está determinada por comidas livianas y saludables, el desayuno estará compuesto por porciones de frutas acompañado de jugo natural, por otra parte el almuerzo estará definido por una receta tradicional saludable.</p> <p>Es necesario contar con guías bilingües, con buen manejo de grupos que permitan el buen desarrollo de las actividades, el cual servirá de acompañante para el grupo, pero la guianza en el sendero de los sentidos, las aromáticas y el de los cultivos agroecológicos se realizara por uno de los integrantes de la ECA quienes están empoderados de las temáticas a tratar en cada sendero.</p>



Tabla 8. Ficha técnica Paquete V

<p><b>PRODUC TO O SERVICIO</b></p>	<p>Paquete N°3: “Visita a Santuario si en globo quieres montar, para que desde las alturas el PCC puedas contemplar”. Paquete 2 días y 1 noche. Diseñado para grupos familiares y de amigos que están en busca de un poco de aventura y descanso.</p>
<p><b>TIPO DE PRODUCTO</b></p>	<p>Este paquete reúne dos tipologías de turismo de descanso y aventura, las cuales están reflejadas en las actividades en el Spa y el vuelo en globo sobre los cultivos del PCC.</p>
<p><b>DESCRIPCION GENERAL</b></p>	<p><i>“En este paquete ofrecemos la posibilidad a nuestros turistas de disfrutar y conocer un poco más sobre los cultivos agroecológicos, degustando las mejores cocinas tradicionales que nos ofrece nuestra Cultura Cafetera, asistir y disfrutar de las terapias que el Spa de Alta Campana ofrece y lo más emocionante de nuestro plan, un recorrido en globo aerostático por las montañas de nuestro Paisaje Cultural Cafetero, en donde podrás tener una vista privilegiada y a la vez vivir una experiencia única”</i></p> <p>El primer día se llega a la vereda Alta Campana en transporte tradicional “Jeep” donde se lleva a cabo una actividad de olfaterapia<sup>1</sup> tanto para niños como para adultos en el sendero de las aromáticas, luego se realiza una caminata por los monocultivos y policultivos de la finca Alta Campana, adicionalmente se aprenderá y se practica la terapia del Reiki y por último se toma el “Algo” (merienda compuesta por un postre a base de una de las frutas cultivadas de manera agroecológica) típico de la cultura cafetera, acompañada de fogata, cuentos, mitos y leyendas en las horas de la noche.</p> <p>El segundo día se inicia con el vuelo en globo sobre el PCC, una vez se realice el descenso se aborda el vehículo tradicional con el fin de iniciar el recorrido por las principales veredas de Santuario realizando avistamiento del paisaje, este recorrido finaliza en Santuario, donde se realiza el recorrido por la Calle Real, demostraciones culturales y despedida.</p>

<sup>1</sup> Olfato: Sentido corporal con el que se perciben aromas y sustancias dispersas, como el humo.

Terapia: Tratamiento de una enfermedad o de cualquier otra disfunción.

<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>El alojamiento será en acomodación múltiple, en el centro de visitantes del DMI Planes de San Rafael.</p> <p>La alimentación al igual que en los paquetes anteriores estará definido por recetas tradicionales y el refrigerio consta de un postre realizado con frutas extraídas de los cultivos agroecológicos y el almuerzo estará basado en las recetas tradicionales.</p> <p>Es necesario contar con un piloto certificado en vuelo de globo aerostático, para el manejo de esta actividad, adicionalmente se requiere de un guía interprete del paisaje y especialista en cultura cafetera. Por otra parte durante los recorridos por los senderos de los poli y monocultivos, de los sentidos y la olfatoterapia, la guianza estará desempeñada por los integrantes de la ECA.</p>
------------------------	--

#### **4.2.2.2 Estado del arte de los servicios a ofrecer**

En términos de prestación de servicios turísticos, se encontró que el municipio de Santuario actualmente cuenta con una escasa capacidad de alojamiento, donde se identificó que de los 5 diferentes prestadores de este servicio en la zona, solo uno de ellos cuenta con registro nacional de turismo, que es el hotel Montes ubicado en el municipio de Santuario, Risaralda, exactamente en la carrera 5ta No 5-54 y dispone de un total de 21 habitaciones y 21 camas, adicionalmente las categorías de alojamiento encontradas en el municipio como alojamiento rural y posadas turísticas, no cuentan con registro nacional de turismo que los certifique como prestadores de servicios turísticos, adicionalmente la poca calidad de infraestructura y prestación de servicios, esto se debe al poco impulso que se le ha dado al sector turístico en el municipio, provocando poca inversión en mejoras y creación de nuevos prestadores de servicios turísticos.

El Hotel Montes, junto con otras posadas como la posada turística balconcito, la finca turística Atenas y el alojamiento la Truchera, son algunas de las opciones que existen, pero no cuentan con los estándares de calidad suficientes para una buena prestación de servicios.

En cuanto a guianza turística, el municipio cuenta con el grupo de guianza turística para la Interpretación Ambiental GAIA, quienes se formaron en la misma comunidad pero carecen de recursos para capacitarse y tratan de prestar un buen servicio a los visitantes, gran parte del grupo de guías no cuenta con una tarjeta profesional que los identifique y certifique como profesionales de este servicio, es importante resaltar que el compromiso con la comunidad local y los acuerdos a los que ha llegado con PNN (Sistemas de Parques Nacionales Naturales de Colombia), la

operación de este servicio solo debe ser ejecutada por personas de este municipio o la vereda.

Para el servicio de alimentación, las diferencias son mínimas, no hay restaurantes especializados o donde se pueda disfrutar de la gastronomía tradicional del lugar, la mayoría de estos ofrece un menú variado, basado en productos de la canasta familiar, se identifica que actualmente no se tienen muy en cuenta los productos que se cultivan en el área de influencia, lo cual generaría mayor caracterización de su territorio y se vería reflejado en sus precios.

El potencial de los diferentes atractivos del municipio no está muy arraigado por sus habitantes, aspecto que hace desvalorizar la riqueza cultural del municipio, atractivos como la Calle Real, la Iglesia Inmaculada Concepción, el cementerio, la arquitectura neo colonial, la plaza de mercado y la casa de cultura están actualmente en estado de deterioro por falta de inversión para la realización de mantenimientos preventivos y correctivos en algunos casos.

Como principal prestador de servicios de alojamiento está el centro de visitantes Planes de San Rafael, ubicado dentro del área de conservación del DMI Planes de San Rafael, cuenta con capacidad de alojamiento para 40 personas, en acomodación múltiple, distribuidos en dos camarotes en cada una de las 10 habitaciones.

El acceso vehicular a los diferentes destinos anteriormente mencionados es sencillo, con la única dificultad de que son vías sin pavimentar, por ende en época de invierno se dificulta el acceso a estos lugares, además el acceso se debe realizar -en caso de ir en vehículo particular-, en vehículos de doble tracción y con una altura prudente para evitar el daño de los mismos.

La importancia que ha adquirido el turismo en esta zona ha despertado un gran interés por parte de la comunidad y alrededor del mismo se han interesado diferentes instituciones para la creación de proyectos, el diseño e implementación de nuevos paquetes y productos turísticos, operados por la misma comunidad local de la vereda y algunos grupos emprendedores de Santuario, entre algunos de los diferentes paquete se encontró:

Que la agencia operadora Café, artesanía y Turismo, vista como nuestra competencia directa, diseñó una serie de recorridos donde el turista puede apreciar la belleza, y las maravillas de santuario a continuación se presentan los paquetes. Sin embargo es importante resaltar que esta ha cancelado su operación recientemente.

### **1. Ruta de la Naturaleza, Tradición y Paisaje Cultural:**

Recorrido por el filo de la montaña, rodeada de bellos paisajes cafeteros, miradores paisajísticos, la imponencia del Parque Nacional Natural Tatamá y Planes de San Rafael en el que la interacción con el medio ambiente y la tranquilidad de caminar

por el bosque son sus características principales. Allí se encuentra la Truchera San Rafael, el Centro de Visitantes – EcoHotel Planes de San Rafael que ofrecen servicios como alojamiento, camping, pesca deportiva, cabalgatas, caminatas hacia cascadas, sendero circular, entre otros.

## **2. Ruta de los Balcones y la Arquitectura de los Pueblos Cafeteros:**

Santuario es pueblo de gran arraigo cultural y descendencia antioqueña, de arquitectura paisa y tradición cafetera por eso tiene para sus visitantes caminatas y recorridos histórico-culturales, fiestas aniversarias, de la Virgen y de disfraces, semana santa; además, restaurantes, alojamiento, noches de lunada, canelazo, caminata hacia la Hacienda Brisas del Tambo, cabalgata, recorrido en jeep y comida tradicional.

## **3. Ruta Dulce Sabor a Café y la Panela:**

Recorrido por los procesos productivos del café y la panela, el mirador del valle del río Mapa y la cultura cafetera en el corregimiento de Peralonso: pueblito cafetero santuarioño. Recorrido en jeep, sendero a mula, sendero a pie, piscina, camping, pesca deportiva, restaurante, alojamiento, buggies, pasadías, integraciones, eventos y reuniones.

## **4. Ruta Agroecológica Finca Atenas:**

Proceso del Café Amigable con el Medio Ambiente: Una finca auténtica cafetera que ofrece sendero de interpretación ambiental, cultural y natural autosostenible y proceso agroecológico del café. Recolección del café, traje y comida típica, cabalgata, recorrido en jeep.

Por otra parte la Junta de Acción Comunal Vereda San Rafael Grupo de Interpretes Ambientales GAIA, Grupo de Observadores de Aves Cacique Candela, Federación Comunitaria para El Ordenamiento y Manejo de las Áreas Protegidas de Risaralda FECOMAR, ofrecen paquetes y pasadías donde se ven integrados recorridos por los diferentes senderos, como el de Sendero Cascadas, este sendero tiene una longitud de 9.6 Km, con una duración aproximada de 7 horas, con un grado de dificultad alto, se requiere buenas condiciones físicas para este recorrido, en él se observa sitios en regeneración temprana, bosque secundario y finalmente el bosque primario, así como el río San Rafael en su máxima expresión, para finalizar en las cascadas a 2600 msnm en el PNN Tatama.

También está integrado el sendero laguna encantada, sendero parque municipal, además de alojamiento, auditorio y transporte, se ofrecen un pasadía, con diferentes actividades como recorridos de interpretación ambiental, senderos, venta de refrigerios y souvenirs.

### 4.2.2.3 Matriz de unidad de gestión para la organización de empresas turísticas

#### 4.2.2.3.1 Recurso turístico

Para el desarrollo de las actividades diseñadas a lo largo de los 5 paquetes que se proponen para el plan de negocios de un agencia de viajes operadora con área de influencia Santuario, Risaralda y el DMI Planes de San Rafael, se incluyen 13 atractivos o recursos turísticos de las áreas anteriormente mencionadas, las cuales fueron ponderadas y clasificadas según la metodología para la elaboración de inventario de atractivos turísticos, con el fin de aclarar la autenticidad y singularidad de las actividades propuestas (ver anexo No1, tabla Excel ).

De los 14 atractivos identificados 8 de ellos corresponde a sitios naturales, entendidos según la metodología como áreas geográficas y recursos naturales que por sus diferentes características contemplan una importancia e interés para el turismo, 4 de ellos se resaltan no solo por ser actualmente áreas de conservación sino por su belleza paisajística y cultural como lo son las fuentes hídricas y los diversos senderos que se proponen en los diferentes paquetes turísticos, sus declaratorias y por último la relevancia que estos tienen para la comunidad local y los diversos procesos institucionales que en este se han llevado a cabo, entre ellos proyectos turísticos liderados por la comunidad del municipio y la vereda San Rafael, junto con las entidades gubernamentales encargadas de estas áreas como lo son la CARDER, el SIDAP y por ultimo FECOMAR.

Tabla 9. Listado de atractivos

ATRATIVOS CULTURALES	ATRATIVOS NATURALES
Templo de la inmaculada concepción	Bosque en recuperación.
Calle Real del municipio de santuario	Parque Nacional Natural Tatamá
Casa de la cultura	DMI Planes De San Rafael.
Cultivos tradicionales	Sector Cascadas
Gastronomía de alta campana	Orquidiario
Bailes Representativos de la Cultura Santuareña	Lago de pesca truchera
	Caballos truchera
	Sendero de los indio

En complemento se integran 6 atractivos culturales, los cuales están distribuidos en los tres puntos estratégicos para el desarrollo de la propuesta, 4 de ellos cuentan con una clasificación patrimonial, se resalta su valor arquitectónico, religioso y las técnicas agropecuarias que se contemplan en la Escuela Agroecológica y los diferentes cultivos que por tradición han presenciado los predios de este territorio, además de la ponderación que se le otorgó a cada uno de los atractivos se tiene en cuenta la presencia de los mismos en diferentes propuestas, guías turísticas y declaratorias que dan reconocimiento a este destino como uno de los referentes arquitectónicos por su calle Real y la conservación de las fachadas en bareque y el colorido de sus balcones y ventanas, por último la declaratoria como parte del PCC también le da un reconocimiento al municipio, adicionalmente se identificó la poca presencia de este destino en las diversas guías turísticas tanto del departamento como del municipio, siendo esta una ventaja para el proyecto ya que actualmente no se ha desarrollado un plan turístico estructurado que impulse el potencial de Santuario y sus áreas de conservación aledañas, y es aquí donde el plan de negocios toma relevancia y empieza a generar campañas de divulgación y promoción de este destino

#### 4.2.2.3.2 Actividad turística

Tabla 10. Lista de actividades turísticas

<b>Listado de Actividades turísticas</b>	
<b>Actividades culturales, Bienestar, aventura y Deporte</b>	<b>Actividades Naturales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesca deportiva</li> <li>• Cabalgata</li> <li>• Cannopy</li> <li>• Recorrido por la Calle Real</li> <li>• Visita a la casa de la cultura</li> <li>• Recorrido en Jeep</li> <li>• Fogata de integración (mitos y leyendas)</li> <li>• Recorrido por villa de los condenados</li> <li>• Preparación de recetas tradicionales</li> <li>• Sesión de SPA</li> <li>• Terapia Reiky</li> <li>• Olfato terapia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita Orquidiario</li> <li>• Recorrido sector cascadas</li> <li>• Recorrido por sendero de los anfibios</li> <li>• Visita finca El Campamento</li> <li>• Recorrido por cultivos tradicionales</li> <li>• Recorrido por el sendero de los sentidos</li> <li>• Recorrido por el sendero de las Aromáticas</li> <li>• Recorrido por el sendero de los Indios</li> <li>• Avistamiento de Aves y flora y fauna endémica</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido en globo</li> <li>• Charla sobre procesos agroecológicos</li> </ul>	
--	--

Según la clasificación y perfil básico de las actividades a implementar en el plan de negocios de la agencia de viajes operadora, se segmentó en dos categorías, las cuales se clasificaron según el modelo ambiental, cultural y recreativo de los recursos turísticos que se van a aprovechar, sustentados en dos matrices de actividades agrupadas las cuales contienen información de interés para el turista, como nombre de la actividad, descripción, duración, perfil del turista, persona responsable y guion del trayecto (en el cual se menciona los insumos necesarios, descripción física del lugar y recorrido). En total se identificaron 25 actividades, de las cuales 15 de ellas corresponden al componente de actividades turísticas culturales, recreativas, de aventura y descanso y las 10 restantes corresponden a actividades naturales las cuales están ubicadas estratégicamente en el suelo de conservación y uso turístico del DMI Planes de San Rafael.

La innovación y sello en las actividades de la agencia de viajes operadora se compone por los diferentes factores de sostenibilidad como la integración de la comunidad local, la valoración y conservación de los recursos tanto naturales, como culturales; adicionalmente la remuneración justa y trabajo continuo para el desarrollo económico del municipio de Santuario y la vereda Planes de San Rafael junto con los habitantes de la finca El Campamento, ubicada en la vereda Alta Campana, Apia, es importante mencionar que a pesar de tener como base el desarrollo sostenible en los 5 paquetes, la impronta de nuestro plan de negocios radica en el desarrollo sensorial de los turistas, es por esto que se le otorga en nombre de cada sentido, un título que permite identificar que experiencias sensoriales se van a vivir durante el disfrute de las actividades, la propuesta turística lleva como nombre “los sentidos del PCC”, donde se pretende resaltar los valores y riqueza cultural y natural del Paisaje Cultural Cafetero Colombiano, dentro del desarrollo estos paquetes se plantean actividades sensoriales que incluyen al público con algún tipo de discapacidad auditiva y visual en específico en recorridos como el sendero de los sentidos, sendero de las aromáticas y actividades asociadas con las aves endémicas del parque.

Otro de los aspectos innovadores de nuestro plan de negocios es la posibilidad que se les brinda a los turistas de articular las actividades, las cuales se ajustan a las necesidades, expectativas y capacidad de pago de los mismos, entendido esto

como la posibilidad de opción. Adicionalmente se ha identificado la necesidad de promocionar los pequeños destinos del PCC como lo es el municipio de Santuario y sus alrededores a nivel nacional e internacional a través de la participación en agremiaciones que promueven la calidad en la prestación de los servicios, estos fortalecen y permiten la articulación de los procesos operativos en las pequeñas agencias de viajes operadoras, siendo este un punto estratégico de innovación no solo para la agencia, sino para el destino, generando valor agregado a sus características culturales, naturales y a su vez el potencial turístico actual.

Todo lo anterior pensado en la generación de experiencias turísticas memorables, articuladas en los 5 paquetes que como principal objetivo plantean la conjugación de dos tipologías turísticas (turismo de naturaleza y cultural) que venían siendo operadas de manera individual.

Durante el diseño de las diferentes actividades y en general de la articulación de las mismas para formular cada uno de los paquetes se recurrió al uso de la metodología para el diseño y operación de actividades turísticas planteado por el docente Andrés Rivera Berrio, de la Universidad Tecnológica de Pereira, del programa de Administración de turismo sostenible, el cual está compuesto por 3 etapas, la etapa inicial plantea la formulación del espectro de actividades, este permite identificar los recursos y las posibles actividades a desarrollar en área de influencia seleccionada, como segundo punto se formula la descripción de las experiencias turísticas memorables, donde es importante aclarar la ubicación y descripción física donde se plantea la actividad, seguido de una descripción básica de la actividad turística y por último la experiencia que tendrá el turista, todo conjugado en una matriz que permite clasificar la información de manera más sencilla, acompañado de gráficos o esquemas de flujo que permiten visualizar los procesos necesarios para la operación (ver anexo matriz de actividades naturales y culturales).

La propuesta técnica para el desarrollo y validación del plan de negocios de una agencia de viajes operadora, radica en una prueba piloto en la cual se operara el paquete No1, que lleva como nombre “Con sentido de Aventura”, ya que es el que actualmente tiene mayor cantidad de actividades implementadas en el área de influencia seleccionada, es decir que no requieren una inversión representativa para el desarrollo de la misma, para esta propuesta de prueba piloto se han perfilado 5 diferentes tipos de visitantes que permitirá el enriquecimiento y mejora de los paquetes turísticos, a partir de las opiniones y observaciones que cada uno realice durante y después de los diferentes recorridos, para esto será necesario invitar un especialista en turismo de naturaleza y cultura, un operador turístico, un docente especializado en el diseño de actividades turísticas, un líder comunitario de la



vereda San Rafael y de la vereda Alta Campana y por ultimo un turista local, quien desee acompañarnos de manera voluntaria, cada uno de ellos deberán firmar un acta de confidencialidad acerca de las actividades turísticas que se incluyen en la operación de este paquete.

Adicionalmente se plantea la implementación de técnicas como el manejo de grupos, técnicas de comunicación y expresión, durante la operación de las diferentes actividades turísticas, adicionalmente la implementación de tecnologías facilitaran la operación en los diferentes sitios turísticos y el registro de visitantes para futuras estadísticas y el apoyo para las estrategias de comunicación y mercadeo de la agencia, adicionalmente durante la operación sería de gran relevancia contar con una herramienta que nos permita agrupar la información, que apoye los procesos de reservas, permita generar una base de datos y por ultimo sea un soporte para los procesos de facturación y contabilidad, según el ranking de los 5 mejores software para la gestión de agencias operadoras, publicado en el portal web Logismic- Software, se optó el "TravelAgent CMS" el cual está diseñado preferiblemente pequeñas y medianas agencias de viaje

Esto nos permitirá generar las condiciones propicias para la definición y operación de la agencia operadora de viajes, en específico los 5 paquetes que se han diseñado, arrojando posibles resultados de viabilidad según el punto de vista del operador turístico invitado, la autenticidad y originalidad de las actividades planteadas según los criterios de que se indiquen desde el concepto del docente como parte académica presente, adicionalmente la visualización de las estrategias de conservación y salvaguarda evaluadas por parte del especialista en turismo de naturaleza y cultura y por último la respuesta de acogida o rechazo por parte de los usuarios o turistas.

#### **4.2.2.3.3 Servicio turístico**

Con el fin de sintetizar, se desarrolla el diagrama de flujo que representa el proceso de contratación de servicios que se requieren para el desarrollo de los diferentes paquetes turísticos de la agencia de viajes. El diagrama de flujo da inicio en la identificación de las necesidades de nuestro público objetivo, este es el punto de partida para identificar la oferta turística del municipio y su área de influencia desde la cual se seleccionan los aliados estratégicos con mejor desempeño en la prestación de los servicios y que a su vez nos ofrecen precios justos donde ambas partes se van a ver beneficiados.



Ilustración 6. Flujograma, selección de proveedores

Por otra parte, el volumen de rendimiento está definido por la capacidad de carga de cada uno de los atractivos involucrados en los 5 paquetes diseñados para la operación de la agencia de viajes y turismo, donde en promedio existe un máximo de 20 visitantes por recorrido, ya que se debe cumplir con las buenas prácticas y uso sostenible de los recursos y atractivos turísticos tanto naturales como culturales, adicionalmente para lograr el cumplimiento de las experiencias que se pretende generar en cada actividad, ya que la temática se basa en explorar los cinco sentidos de las personas.

Cada uno de los paquetes diseñados tiene un tiempo definido, según la cantidad de actividades que se incluyen, las cuales determinan el rango de tiempo requerido para el desarrollo de cada paquete, donde se establece un tiempo promedio de 9 a 10 horas por día, este tiempo incluye el desplazamiento desde el municipio de Pereira y los traslados entre las veredas y la ejecución de cada una de las actividades.

Teniendo en cuenta lo anterior, se define que se va a realizar máximo un recorrido por sendero diario a excepción de los senderos cortos como lo son “el sendero de

los sentidos” y “el orquidiario”, los cuales se van a distribuir dos recorridos diarios, es decir que aproximadamente se cuenta con una capacidad de atención de 140 visitantes, de los cuales 80 corresponde a pasadías por lo tanto no requieren de hospedaje; el total de visitantes estará distribuido en los 5 recorridos y en diferentes horarios con el fin de mitigar los impactos negativos sobre los atractivos y el desgaste de los recursos.

Considerando la posibilidad de que dos grupos deseen comprar el mismo paquete para las mismas fechas, los itinerarios de los paquetes deberán ser modificados, evitando así una sobrecarga en los recorridos por los diferentes senderos, para esto se cuenta con un plan de contingencia diseñado sin alterar la experiencia que cada uno implica.

A continuación se establece un cuadro de inventario de los diferentes prestadores de servicios que se requiere para atender la cantidad de turistas esperados.

**Tabla 11. Capacidad de atención**

<b>Prestador de Servicio</b>	<b>Cantidad</b>
Alojamiento	63 camas
Alimentación	90 mesas
Transporte	14 vehículos para 10 pasajeros
Guianza	7 guías
Masajistas	3 masajistas
Instructores (aventura y reiky)	4 instructores
Actores	12 actores

Por último como estrategia para el control de calidad se plantea la visita de un usuario de manera incógnita quien se encargará de vigilar los procesos que se llevaran a cabo durante cada recorrido, generando un reporte de manera periódica basado en lo visto durante la visita, a partir de dicho reporte se generaran acciones de mejora, que garanticen la calidad en la prestación de los servicios. Adicionalmente es relevante para la agencia tener en cuenta la opinión de los turistas, los cuales se ven reflejados en los diferentes portales en línea que la agencia utiliza como medio de comunicación.

#### 4.2.2.3.4 Oferta turística

Es importante para el plan de negocios articular los procesos turísticos propuestos con los que actualmente se están ejecutando en el área de influencia en la cual se pretenden desarrollar las diversas actividades turísticas, a su vez integrar a la comunidad local y las diferentes agremiaciones que contribuyen al desarrollo turístico del municipio como la Federación de Cafeteros, FECOMAR (Federación Comunitaria para el Ordenamiento y Manejo de las Áreas protegidas de Risaralda), GAIA como la organización encargada de la prestación de servicios de guía e interpretación ambiental para los visitantes, adicionalmente son los responsables de realizar el monitoreo de la biodiversidad, por otra parte se encuentra la CARDER quien se encarga de la gestión, administración y manejo del DMI, la alcaldía municipal, que es quien apoya los procesos de gestión y conservación del DMI, la UAESPNN (Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales)- PNN Tatamá se encarga de administración, gestión y conservación del parque, la junta de acción comunal vereda San Rafael Los Planes, se encarga de la administración del centro de visitantes y de la prestación del servicio de alojamiento en el mismo y por último se encuentra el grupo de observadores de aves Cacique Candela, como la organización de los niños de la vereda encargados de realizar el monitoreo y registro de la avifauna del DMI.

Adicionalmente articular a las madres cabeza de hogar, a los grupos de agricultores de la vereda como lo es AMOROSA (agremiación de agricultores de la mora), la ECA (Escuela Campesina Agroecológica) presente en la vereda Alta Campana, Finca el Campamento y la agremiación de transportadores del Tatamá.

De igual modo es importante involucrar agremiaciones turísticas a nivel nacional que apoyen los procesos misionales de la agencia de viajes operadora y que a su vez enriquezcan la calidad de operación de los diferentes paquetes, como lo es ANATO (Asociación Colombiana de Agencia de Viajes y Turismo), quien representa a sus asociados, defiende sus derechos y busca mejorar las condiciones para el desarrollo de la actividad comercial, adicionalmente se encuentra FEDEC (Federación Colombiana de Eco-parques , Ecoturismo y Turismo de Aventura), quien agrupa y consolida a los actores de la cadena productiva del turismo de naturaleza del país a través de procesos que permitan la competitividad y sostenibilidad del sector.

Por último establecer alianzas comerciales con revistas turísticas a nivel nacional e internacional que permitan la promoción y mercadeo generando un posicionamiento

como destino de cultura y naturaleza del Eje cafetero; a su vez participar activamente en los procesos de promoción turística que se generan a través de entidades como PROCOLOMBIA y FONTUR Colombia.

### **4.3 Módulo de Mercados**

#### **4.3.1. Objetivos**

##### **Objetivo General**

Elaborar un estudio de mercado de una agencia de viajes operadora especializada en recorridos naturales y culturales, con el fin de identificar el público objetivo, sus preferencias y la competencia directa.

##### **Objetivos específicos**

- I. Caracterizar la oferta y la demanda turística del municipio de Santuario, junto con el DMI Planes de San Rafael, con el fin de identificar el público objetivo.
- II. Definir los planes turísticos de acuerdo a la motivación y preferencias de viajes del público objetivo, a través de la realización de encuestas.
- III. Identificar la oferta turística, de las agencias de viajes especializadas en recorridos naturales y culturales, que operen en el Municipio de Santuario y el DMI Planes de San Rafael.

#### **4.3.2 Análisis de la demanda**

Como punto esencial para el direccionamiento y diseño de las diferentes actividades turísticas, se identificó según las características del territorio y el comportamiento del mercado el perfil del público o consumidor final de la propuesta turística, apoyado de información primaria y secundaria como encuestas realizadas en la ciudad de Pereira, donde se encontró que el consumidor final está caracterizado por las personas que sienten interés y gusto por los recursos y atractivos naturales, como áreas protegidas, adicionalmente la interacción con los cultivos endémicos de la región, sus metodologías, tradiciones, el avistamiento de avifauna y el contacto con las fuentes hídricas.

Complementado con el público que se interese por los atractivos culturales, principalmente por la riqueza arquitectónica con que cuenta el municipio de Santuario y otros aspectos característicos de la cultura cafetera de la región y por ultimo personas que busquen descanso y que sienta interés por los productos naturales y agroecológicos.

Teniendo en cuenta que nuestro público objetivo son turistas extranjeros específicamente de Alemania, motivado por un conjunto de destinos y no un lugar o ciudad en específico como podría ser Santuario, se puede deducir que nuestro segmento de mercado lo podremos encontrar ubicado en el Eje Cafetero, ya que la mayoría de extranjeros que llegan a la ciudad de Pereira, con diferentes motivos de viaje, algunos se encuentra de intercambio, algunos se encuentran realizado rutas por el país e incluso por el continente entre otros, vienen a esta zona específicamente en busca de un destino de naturaleza y cultura, alejados de un turismo de masas, que le permita tener experiencias nuevas y le brinde nuevos conocimientos, los cuales pueden ser disfrutados de manera individual o en grupo.

De los tres perfiles encontrados como mercado al cual se va a direccionar el plan de negocios de la agencia de viajes, se encontró que:

**Los Extranjeros:** son personas que en general planifican sus viajes con tiempo y anticipación, que disponen de un presupuesto alto para el disfrute de sus vacaciones, tienen largas estadías en los destinos a los cuales eligen viajar, los cuales estudian antes del viaje.

En ocasiones este perfil de turista viaja de manera particular o realizan sus viajes a través de un tercero como lo son las agencias de viaje.

**Las comunidades Educativas, grupos de investigación ambiental y turística:** se encuentran interesados por la ecología y temas de conservación y sostenibilidad en un área protegida y a su vez por la interacción entre las diferentes etapas que componen este territorio, tomado del Plan de manejo Planes de San Rafael, Capítulo I, Componente descriptivo, 2001.

**La comunidad Local:** caracterizada por grupos familiares o de amigos que buscan experiencias nuevas que integre componentes de interés para todos los integrantes del núcleo, como juegos, caminatas, representaciones artísticas, juego de roles, entre otros; por otra parte para los grupos de amigos se identifica la preferencia por actividades de aventura y contacto con la naturaleza y a su vez actividades que les brinden tranquilidad como recorridos por los sitios culturales en los municipios cafeteros.

Todo lo anterior basado en una excelente prestación de servicios como requerimiento básico para la ejecución de las diferentes actividades que se proponen a lo largo de la oferta que tiene la agencia de viajes operadora, adicionalmente son turistas que buscan la sostenibilidad en los procesos tanto

internos como externos, que buscan a su vez actividades experienciales que enriquecen su visita en un lugar y donde sienten que pueden aportar a la conservación del mismo, tanto natural como cultural.

A partir de la vocación turística del municipio de Santuario- Risaralda, el DMI Planes de San Rafael y la finca el Campamento- Apia, el cual responde a un turismo de naturaleza y cultura complementados entre sí, se realizó una investigación primaria mediante la técnica de aplicación de encuestas, con el objetivo de identificar las características y gustos de los posibles usuarios a los cuales estarán dirigidos los productos turísticos de la agencia de viajes operadora, la cual fue realizada en los diferentes puntos estratégicos de la ciudad de Pereira para la realización de las mismas, como la Plaza de Bolívar ubicada entre las carreras 7 y 8 y las calles 19 y 20 del centro de la ciudad, plaza cívica ciudad victoria ubicada entre las calles 16 y 17 y las carreras 10 y 12 y el terminal de transportes de Pereira ubicado en la Calle 17 No 23-157, entre locales de la ciudad de Pereira y extranjeros provenientes de distintos países (Alemania, Estados Unidos y Francia).

De donde se extrajo las características sociográficas, preferencias en destinos, motivaciones de viajes y capacidad de pago, basados en la cantidad de visitas del año 2011 en el centro de visitantes del DMI Planes de San Rafael, detallado de la siguiente manera:

**Tabla 12. Ficha Técnica procesos de encuestas**

<b>Ítem</b>	<b>Valor</b>
Población	700 visitantes
Muestra	62 encuestados
Técnica	Encuesta
Donde	Puntos estratégicos de la ciudad de Pereira
Cuando	27, 28 y 29 de Abril
Nivel de Confianza	90%

Los resultados obtenidos fueron los siguientes, los cuales resultan relevantes para el desarrollo de la propuesta turística diseñada.

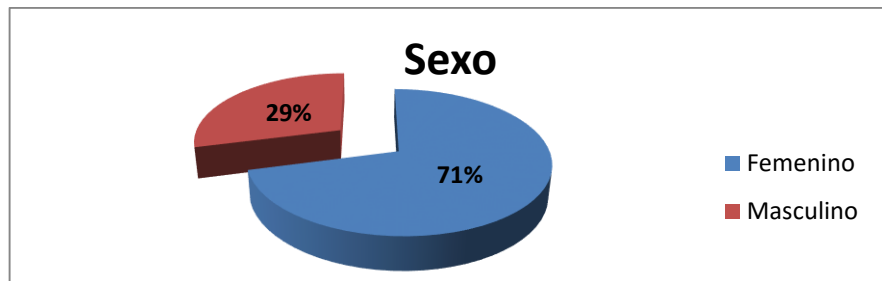


Ilustración 7. Grafico respuesta 1.

Como se puede ver en el gráfico 1. De las personas encuestadas quien obtuvo mayor presencia de género fue el personal femenino con más de la mitad de los encuestados específicamente el 71% que corresponde a 44 personas ubicadas en los diferentes puntos anteriormente mencionados.

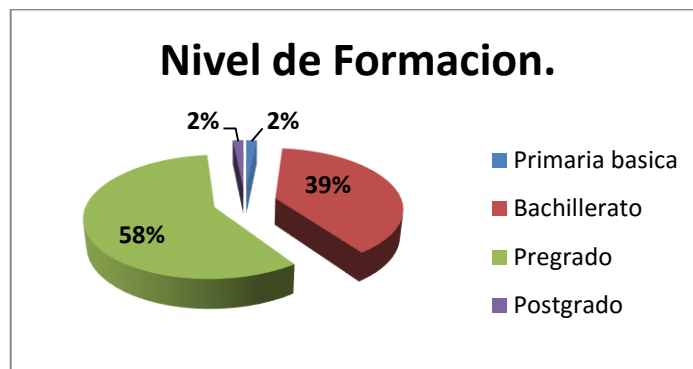


Ilustración 8. Grafico respuesta 4.

El nivel de formación encontrado, es un punto clave para la ejecución y direccionamiento del perfil del turista, de las cuales el porcentaje mayor que corresponde al 58% de los 62 encuestados tiene un nivel de formación de pregrado.



Ilustración 9. Grafico respuesta 5.



Al permitir que los encuestados seleccionaran diferentes opciones en la misma pregunta un total de 41 personas eligieron la opción de descanso como principal motivo de viaje, ya fuera en sus vacaciones o no, seguido por un total de 31 personas quienes prefieren el entretenimiento reflejado en las ferias y fiestas que se celebran en todo el territorio nacional e internacional, en tercer lugar se encuentran la educación como motivo de viaje correspondiente al público encuestado en la Universidad Tecnológica de Pereira, ya que en su mayoría los estudiantes pertenecen a facultades o carreras que requerían las visitas en campo a diferentes destinos para el desarrollo de los contenidos asociados a las temáticas que debían abordar según su pensum académico.

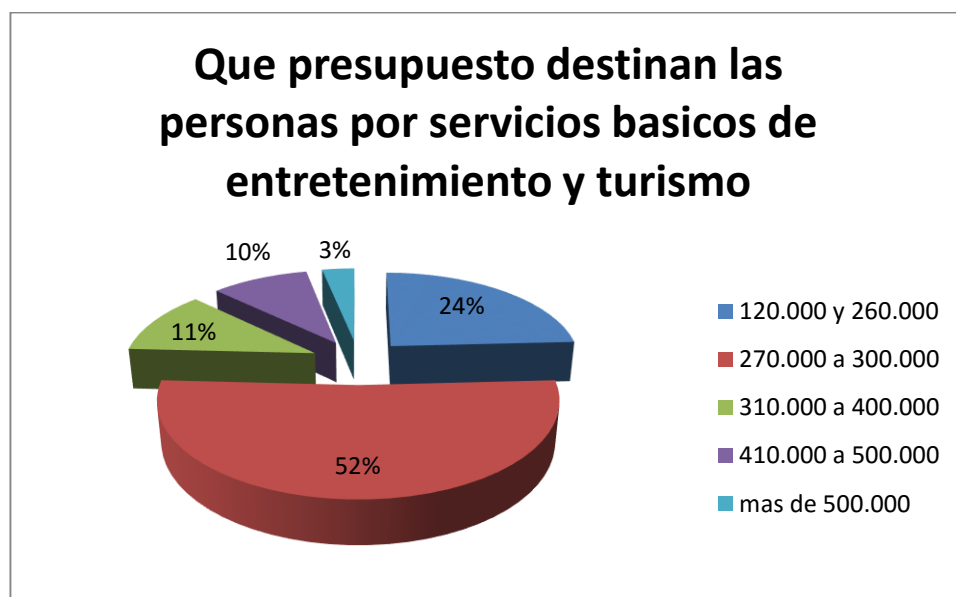


Ilustración 10. Grafico respuesta 10.

El rango por el cual la muestra seleccionada demostró una preferencia para direccionar sus gastos para el tiempo de ocio fue de \$270.000 a \$300.000, correspondiendo este al rango intermedio dentro de los propuestos, siendo este un reflejo de que la venta de pasadías tendrá mayor acogida entre el público seleccionado.

En complemento el análisis histórico del comportamiento turístico en el departamento de Risaralda permite contextualizar la demanda que ha tenido el mismo desde el 2004, evidenciando su crecimiento generando mejoras e inversión en la oferta turística del departamento, el cual nos permitió realizar la proyección de visitas, donde el municipio de Santuario aún no cuenta con una gran participación (ya que no se logró encontrar una información exacta de la afluencia de visitas al

municipio de Santuario- Risaralda), se realizó el análisis con base en la información obtenida del informe de exportaciones, inversión y turismo, Risaralda, Julio del 2009, en complemento con el informe de dirección comercial e inteligencia de mercados, Noviembre del 2012.

A pesar de la variabilidad en la cantidad de visitas, se hace evidente durante el periodo establecido (2004-2013) la proyección tiende al alza, fortalecido por los procesos de mejora en infraestructura y prestación de servicios turísticos y la modificación en las motivaciones y preferencias del perfil de turista que tiene identificado la región del eje cafetero, adicionalmente las fortalezas que posee el departamento gracias a las diversas estrategias de conservación en las áreas de protección del suelo las cuales se comportan como grandes recursos turísticos, potenciales para el turismo de naturaleza.

#### **4.3.3 Descripción y delimitación del mercado**

En relación a los años anteriores el turismo ha tenido un incremento a nivel regional del 5.5% del año 2013 respecto al 2014, según cifras de migración Colombia, el cual corresponde a un aumento de 30.702 a 32.394 turistas extranjeros provenientes de USA, Venezuela, Ecuador y España, en los cuatro departamentos que integran la región cafetera (Caldas, Quindío, Risaralda y Norte del Valle), las cifras indican que el principal destino es la capital del departamento de Risaralda, donde del 1% del total de extranjeros llegados a Colombia visito Pereira, reflejando también un cambio en la motivación de viaje existiendo un contraste de turismo de congresos y agroturismo a un interés por el turismo de naturaleza y actividades como el avistamiento de aves, turismo de salud, visita a pueblos patrimonio, entre otros, *Todo esto según el artículo publicado por el periódico LATARDE.COM en su versión virtual, en la sección de economía >>En 2014, aumentaron los turistas extranjeros al Paisaje Cultural Cafetero, Martes 27 de Enero del 2015, Anónimo >>*

Respecto a los paquetes turísticos, pasadías ofrecidos y operados por la Junta de Acción Comunal de la vereda Planes de San Rafael, en compañía de FECOMAR, se ha visto reflejado un incremento y mejora en la prestación de los servicios turísticos, donde se observa un portafolio más amplio de los mismos, a su vez la demanda ha tenido un crecimiento gracias al reconocimiento del municipio como parte del PCC, al trabajo de la comunidad local con el apoyo de entidades gubernamentales y administrativas para el fomento del turismo en Santuario y sus áreas de conservación aledañas y por último los cambios en la motivación de viaje del público objetivo, lo anterior soportado por el grafico de la cantidad de visitantes

anuales, los cuales fueron elaborados a partir de los libros de visitantes de Planes de San Rafael, Briyithe Monsalve 2012. Trabajo de grado Participación social en el manejo de áreas naturales protegidas.

Es por esto que nuestros cinco paquetes turísticos, contemplan aspectos de innovación y sostenibilidad que resaltan y enriquecen la oferta turística del área de influencia elegida para la agencia de viajes operadora, la cual integra aspectos de naturaleza, cultura, diversión y salud, que serán articulados a lo largo de tres paquetes turísticos y dos pasadías diseñados para tres tipos de público, los cuales van a permitir una desestacionalización<sup>2</sup> en la venta y operación de dichos paquetes.

Durante el diseño de los paquetes turísticos se identificó que el mercado total al cual se va a dirigir la operación y comercialización del producto turístico se caracteriza en tres grupos diferentes de visitantes, los cuales son, turistas extranjeros, grupos de estudiantes (universidades, específicamente carreras afines con el turismo y con las buenas prácticas ambientales e instituciones educativas secundaria) y la comunidad Regional del Eje cafetero.

El mercado potencial está caracterizado por extranjeros específicamente personas adultas entre 30 y 50 años, tanto personal masculino como femenino, con poder adquisitivo alto, interesados en la cultural local y a su vez en atractivos naturales de la región y con un nivel educativo alto procedente de los países de Estados Unidos, Chile, Argentina, Perú y Alemania.

Dicha información fue identificada a través de diferentes análisis realizados con base en el >>estudio de mercados internacionales de Colombia, destinos visitados y actividades turísticas realizadas, ordenado por número de llegadas a Colombia (1996-2008), PROEXPORT Colombia, Héctor E. López Bandera, por lo cual se define que el mercado potencial está caracterizado en los países anteriormente mencionados, adicional a esto se aplicó una encuesta en diferentes puntos de la ciudad de Pereira, con el fin de identificar las preferencias y gustos de los turistas

---

<sup>2</sup> Desestacionalización: eliminar el efecto de que una variable se comporte de la misma forma en los mismos periodos de un año a lo largo de diversos ejercicios.

2.1 En el contexto de la Oferta turística se refiere a la realización de políticas de gestión para distribuir la ocupación de turistas uniformemente y evitar su concentración en determinadas épocas; se trata, en suma, de que el Flujo de visitantes no se registre exclusivamente en los meses de julio y agosto y exista una tendencia a repartirse en mayor medida fuera de la denominada temporada alta.

Diccionario de eco-finanzas <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DESESTACIONALIZAR.htm>

durante su tiempo de ocio y la cantidad de dinero que las personas destinan para este fin.

Con el fin de aportar a la desestacionalización de nuestro proyecto, también se incluye como parte del mercado objetivo a la comunidad educativa, donde los criterios para la definición del mismo fueron los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas y el registro de ingreso en el centro de visitantes a partir de abril del 2000, tanto de las personas que se hospedaron como las que compraron algún servicio o producto, del cual se estableció que la mayoría de personas que visitan el DMI, son jóvenes entre los 19 y 30 años el cual corresponde a la comunidad educativa con un 38% de participación del 100% donde en segundo lugar estaban los agricultores con un 28%, en tercer lugar los profesionales con un 20% y por ultimo como motivo de viaje o visita se obtuvo la capacitación como el mayor denominador en las respuestas, adicionalmente se identificó que durante el periodo de vacaciones se notó una disminución el flujo de visitantes lo que deduce que los estudiantes son un público determinante para la operación del DMI.

De lo anterior se determinaron las siguientes instituciones educativas, con programas académicos afines al turismo y a actividades relacionadas con el medio ambiente y/o la biología:

- Universidad Antonio Nariño
- UNISARC
- IDONTEC
- Universidad católica Popular de Risaralda
- Politécnico empresarial colombiano
- Universidad de Manizales
- Universidad Tecnológica de Pereira- UTP

Por último y como se mencionaba anteriormente es la comunidad, específicamente grupos familiares y de amigos con un nivel adquisitivo medio, grupos familiares desde los 8 hasta los 60 años y para grupos de amigos jóvenes entre los 20 años y 35 años, con nivel educativo bachiller básico; todo lo anterior reflejo de las encuestas aplicadas en puntos estratégicos de la ciudad de Pereira, donde el objetivo era identificar los deseos del turista local y caracterizar el público que demanda este tipo de productos turísticos.

El perfil del usuario que se ha definido como público objetivo son los extranjeros en la medida en que se interesan más por destinos turísticos naturales y culturales que no son considerados turismo masivo donde pueden interactuar con la comunidad

local, adicional a esto es el público que nos puede aportar en gran medida a los ingresos económicos para el proyecto teniendo en cuenta que son quienes se interesan por paquetes más prolongados de nuestra oferta.

Teniendo en cuenta que nuestro público objetivo son los extranjeros, específicamente provenientes de los países de Estados Unidos, Chile, Argentina, Perú y Alemania, tomado de PROEXPORT Colombia, investigación al turismo internacional en Colombia, 2007- 2008, en el cual se muestran los datos ordenados por numero de llegadas a Colombia y la clasificación de las actividades realizadas por los turistas, divididas en actividades culturales, naturales y deportes de aventura. Se ha considerado como segmento estratégico los turistas provenientes de Alemania, ya que representan la mayor cantidad de visitas a nuestro país motivados por los destinos de naturaleza y cultura.

#### **4.3.4 Análisis de la Oferta**

La oferta actual del municipio de Santuario está caracterizada por los cuatro Paquetes operados por la competencia directa, la agencia de viajes “Café, Artesanías y Turismo” ubicada en el municipio de Santuario, junto con la oferta de pasadías y paquetes turísticos del DMI Planes de San Rafael, que en total forman ocho paquetes turísticos en la misma área de influencia de la agencia de viajes operadora, a continuación se menciona en detalle los servicios o paquetes a ofrecer por los mismos:

##### **Paquete 1 Pasadía Planes de San Rafael**

Desde la ciudad de Pereira se inicia el recorrido en el transporte elegido hacia la vereda los Planes para llegar al centro de visitantes Planes de San Rafael. En el parque, se realizara una charla de inducción, almuerzo, recorrido de interpretación ambiental por uno de los senderos del parque, refrigerio, entrega de suvenires y por último el regreso a la ciudad de Pereira.

##### **Paquete 2 Visita a Ventanas**

Este es un recorrido de alta dificultad con una duración de 10 horas, específicamente para estudiantes, observadores de aves, orquídeas y caminantes de alta montaña.

##### **Paquete 3 Visita el sector cascadas**

Inicia en el desplazamiento a través de senderos ecológicos de mediana dificultad, se atraviesa el río San Rafael, en 14 tramos, diseñado para estudiantes, observadores de aves y de orquídeas.

#### **Paquete 4 Visita sector ventidaderos**

El recorrido se realiza a caballo por camino de herradura o caminando, este es un sendero de baja dificultad, con una duración de 2 horas, diseñado para estudiantes, observadores de aves y niños.

Por último es importante mencionar a partir de la comparación establecida con los productos ofrecidos por la competencia y los diseñados por la agencia de viajes operadora, el mercado sobre el cual se ha planteado operar en la misma área de influencia podría llegar a ser muy atractivo, ya que los demás operadores turísticos pueden identificar características positivas en el mercado potencial, objetivo y estratégico nuestro, por los beneficios en el posible aumento de ingresos económicos para la agencia, beneficios en la desestacionalización y mayor reconocimiento de las mismas al ampliar el público sobre el cual se opera.

Y los mencionados en el capítulo de servucción exactamente en el numeral 4.2.2.2 estado del arte de los servicios a ofrecer

#### **4.3.4.1 Competencia**

Para definir la competencia, se estableció un comparativo entre la oferta de las diferentes agencias de viajes especializadas en turismo de naturaleza y cultura que operan en el Eje cafetero, del cual se identificó el siguiente listado de agencias de viajes:

La competencia directa está definida por:

- Tour Operadora especializada Nature Trips Travel Colombia (como empresa líder en operación de paquetes turísticos especializados).

La competencia indirecta está caracterizada por los siguientes prestadores de servicios turísticos:

- Agencia de Viajes Operadora Ecomontaña Ltda.
- Ecoturismo Cattleya SER.
- Empresa Operadora de Turismo Retro-Ciclas Colombia.

- Asociación Comunitario Yarumo Blanco.
- FECOMAR, como la federación que acompaña los procesos turísticos y de conservación que son manejados por la Junta de Acción Comunal (JAC) Planes de San Rafael.
- Junta de Acción Comunal (JAC) Planes de San Rafael (competencia directa, ubicada en la misma área de influencia del plan de negocios).

Dentro de las características encontradas específicamente con nuestra competencia directa, está la diferencia de precios como una desventaja, al tener productos más complejos los precios aumentan. Sin embargo es importante resaltar que la articulación de actividades especializadas en las diversas tipologías de turismo, genera valor agregado y mayor calidad de productos y servicios a ofrecer.

Adicionalmente, el portafolio de la agencia de viajes operadora Feeling Trips es muy amplio el cual le permite al turista acoplarse a los diferentes paquetes ya establecidos dado que se diseñaron con el fin de satisfacer las necesidades de cada público seleccionado, sin embargo otra de las ventajas de la agencia de viajes operadora es la posibilidad que brinda a los turistas de articular y armar sus propias experiencias turísticas basado en el portafolio de actividades previamente categorizadas por tipologías de turismo.

Otra de las **ventajas** a resaltar es la operación de las diferentes actividades por parte de la comunidad local, quien esta empoderada de la historia y riqueza natural del área de conservación aledaña, esto a su vez hace parte de las buenas prácticas de sostenibilidad aplicadas en la operación de la agencia de viajes operadora.

En contraste una de las **desventajas** de la agencia de viajes es que como única área de influencia se plantea el desarrollo de actividades turísticas en el municipio de Santuario-Risaralda, el DMI Planes de San Rafael y la finca El Campamento.

Una de las **desventajas** de nuestra competencia directa es la falta de un establecimiento formal para la atención al público.

Por último como **ventaja para ambas** partes es el potencial turístico con el que cuenta el territorio al estar consolidado dentro del área de declaratoria del PCC, con una riqueza paisajística, cultural y natural.

El medio por el cual se ha identificado la **venta y distribución** de paquetes de la competencia es a través de medios electrónicos como trivago.com, paginas

oficiales, correo electrónico, participación en revistas turísticas del municipio y de la región y por ultimo tienen mucha presencia en redes sociales, principalmente Facebook, adicionalmente dentro de la estrategia comercial de la competencia específicamente de tour operadora especializada Nature Trips Travel Colombia, está el reconocimiento y ranking de su agencia y sus paquetes por la puntuación y comentarios obtenidos por los turistas que disfrutaron de las diferentes experiencias con ellos.

#### **4.3.5 Estrategia de Comunicación**

La estrategia de comunicación va dirigida al público local del eje cafetero, grupos familiares y de amigos al igual que extranjeros que se encuentran en el territorio nacional, a los cuales se pretenden comunicar los paquetes, con los que cuenta la agencia de viajes, estos se caracterizan por brindar experiencias turísticas, donde se pondrá a prueba sus cinco sentidos; A lo largo de las diferentes campañas publicitarias se va a resaltar cada sentido donde poco a poco se genere expectativa en el lanzamiento de cada paquete, utilizando la frase “Con sentido de” para cada uno, ya que este exalta el valor agregado de los diferentes productos turísticos diseñados, a su vez será un claro referente de nuestra imagen ante el mercado objetivo.

Adicionalmente se plantea un evento de lanzamiento donde se integren aspectos culturales, de arte, música, artesanía, arqueología y paisaje siendo estos los ejes del evento, en complemento entretenimiento alternativo, dado que nuestro mercado se caracteriza por ser un público joven, dispuesto a la aventura, a través de esto se pretende dar a conocer la agencia de viajes operadora Feeling Trips y su marca, complementado con la marca del paisaje cultural cafetero, la cual es un referente para nuestra empresa.

Al definir la marca y el logotipo de la agencia de viajes operadora Feeling Trips, se tuvieron en cuenta los colores característicos y representativos de la arquitectura neo-colonial, reflejados en los balcones y frentes ubicados en los laterales del logotipo, acompañado del arco de la virgen del Carmen que representa el arraigo por las tradiciones religiosas de la comunidad del triángulo del café, adicionalmente se quiere resaltar el recurso hídrico y la riqueza natural que identifica nuestro departamento y el compromiso por la protección y salvaguarda de los mismos, representados en tonos azul y verde los cuales descienden desde la montaña hasta la parte inferior del logo y por ultimo las plantas distribuidas en la montaña y los



canastos ubicados en frente de las fachadas a través de los cuales se representan los cultivos agroecológicos que caracterizan el municipio.

A través del nombre y el eslogan se quiere resaltar los sentidos integrados en los paquetes turísticos ya diseñados, el tipo de letra se selecciona por ser neutral ya que el público objetivo, encierra jóvenes y adultos para lo cual se hace apropiado y llamativo para ambos perfiles.



Ilustración 11. Logotipo

Por ultimo la imagen institucional estará plasmada en los uniformes de los colaboradores, en la decoración de la oficina, donde se exhibirá el logo en su exterior y en interior se exhibirán artesanías representativas del destino y cuadros artísticos que resalten cada sentido, estos deberán ser de autores locales, adicionalmente los muebles y enceres tendrán colores vivos que resalten la arquitectura y alegría de nuestro departamento, sin que este recargue y/o sature las instalaciones, todo esto garantizara un ambiente acogedor que genere expectativa de lo que se encontraran los turistas durante el disfrute de las experiencias turísticas.

Por otra parte la presencia de la agencia de viajes en portales web o páginas sociales estará definido por nuestro logotipo y fotos reales de cada experiencia, a través de las cuales se pretende compartir hazañas y relatos de los turistas o

visitantes durante su experiencia y en donde ellos podrán comentar y enriquecer los mismos; en estos también estarán los colores característicos de la imagen corporativa.

#### 4.3.6 Estrategia Publicitaria

La agencia de viajes operadora Feeling Trips quiere dar a conocer sus productos turísticos en diferentes puntos estratégicos de la ciudad, para ello contará con una oficina en la ciudad de Pereira donde se le brindara toda la información necesaria a nuestros visitantes y se dará atención a nuestros proveedores, por otra parte se contará con publicidad en lugares como:

Terminal de transportes, ya que es un sitio con un gran afluente de viajeros facilitando al público que conozcan los productos turísticos que la agencia de viajes operadora Feeling Trips ofrece, es además uno de los lugares donde extranjeros y locales convergen para elegir un lugar donde disfrutar de su tiempo de ocio.

Aeropuerto, al igual que el terminal de transportes, el aeropuerto es un lugar donde siempre hay cantidad de viajeros, haciéndolo potencial para encontrar nuestro público objetivo por lo tanto es visto como un punto estratégico para comercializar los servicios turísticos.

Adicional a esto la agencia de viajes operadora, pensando en su público objetivo cuenta con algunas redes sociales como una página Facebook, instagram y un Blogger, los cuales permiten al cliente conocer quiénes somos, las tarifas que se manejan y adicional a esto los paquetes que son operados por la misma, partiendo de que los paquetes turísticos ofrecidos por la agencia van dirigidos a diferentes tipos de público tanto extranjero como regional dichas paginas están publicadas en idiomas como español e inglés. Como se muestra a continuación:

<http://feelingtrips.blogspot.com.co/>







Ilustración 13. Página en Facebook

Como se mencionaba anteriormente dado que el público potencial son extranjeros se decidió que los diferentes paquetes establecidos por la agencia de viajes serán comercializados en algunos canales de distribución o IDS Internet Distribution System, como lo son Trip Advisor, Wolrdchoice.com Travelnow.com, Travelocity.com y Priceline.com. Estos fueron definidos según el alcance de los turistas, estos específicamente para el mercado objetivo extranjero quienes tienden a buscar y asesorarse por medios virtuales como los mencionados anteriormente.

#### 4.4 Módulo de Organización

##### 4.4.1 Marco legal de la organización

Para definir el tipo de organización a conformar mediante la constitución de la agencia de viajes operadora, se tuvo en cuenta que según la ley 300 de 1996 – Ley general de turismo, se clasifica como un prestador de servicios turísticos, los cuales pertenecen al sector terciario de la economía nacional.

Adicionalmente esta estará constituida bajo la figura de sociedad limitada inicialmente con dos socios quienes tendrán un aporte de igual cantidad monetaria y responderán únicamente sobre el mismo, más no con el capital personal de cada uno de los socios, a su vez esta figura permite una toma de decisiones por consenso, siendo este una de las ventajas corporativas más importantes para la organización, en este punto es importante aclarar que el número de empleados directos de la agencia de viajes operadora estará definido por aproximadamente 34 empleados de los cuales 10 corresponde a la nómina fija de la agencia de la empresa y 24 son contratados por labor prestada , estos están categorizados entre



personal administrativo, personal de apoyo y operación, siendo la agencia una empresa pequeña. Aclarando a su vez el ánimo de lucro que pretende el proyecto.

El ámbito de la actividad, esta será regional por su aplicación y direccionamiento sobre el mercado objetivo el cual se encuentra ubicado en el Eje Cafetero, ya que a pesar de ser extranjeros potencialmente de Estados Unidos, estos se encuentran a lo largo del territorio nacional por diversos motivos de viaje, es por esto que la estrategia de comunicación y publicidad se ejecutara a nivel nacional; El tipo de emprendimiento está definido por la figura de “*Start Up*”, la cual se caracteriza por ser una idea de negocio con grandes posibilidades de crecimiento o modelo de negocio escalable, donde la innovación es un factor determinante para su éxito y buena acogida, proyectando un crecimiento a mediano o largo plazo.

Por último es importante dentro del marco legal de la agencia de viajes operadora, identificar los pasos y requisito para la constitución de la misma, el cual se basa en:

**1. Tramites con cámara de comercio:**

- Verificar si el nombre se encuentra disponible
- Diligenciar el formulario de registro y matricula.
- Diligenciar el anexo de solicitud del NIT ante la DIAN
- Tramite del documento Registro Único Tributario (RUT)

**2. Secretaria de Hacienda:**

- Registro de industria y comercio.
- Registro de uso del suelo, condiciones sanitarias y de seguridad.

**3. Registro Nacional de Turismo:**

- El cual se realiza y debe ser presentado ante la cámara de comercio y el ministerio de industria comercio y turismo- viceministerio de turismo.
- Por otra parte se contará con la certificación en sostenibilidad turística que garantiza la renovación del RNT.

**4.4.2 Análisis estratégico organizacional**

**4.4.2.1 Matriz DOFA**

Tabla 13. Matriz DOFA

	<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Debilidades (D)</b>
	1. Personal administrativo capacitado en turismo 2. Innovación y técnica para el diseño de actividades	1. Poca capacidad de inversión 2. Baja capacidad atención en alojamiento y alimentación

<p style="text-align: center;"><b>MATRIZ DOFA</b></p>	<p>3.Diseño de un sistema de gestión y sostenibilidad 4.Implementacion de actividades que promueven y resaltan la cultura local 5.Oportunidad de turismo en la zona 6.Apoyo de agremiaciones locales</p>	<p>3.Falta de capacitación de la comunidad local para la prestación de servicios turísticos</p>
<p><b>Oportunidades (O)</b> 1.Posibles alianzas con entidades públicas y privadas 2.Arraigado de la comunidad por su territorio 3.Coordialidad y vocación por el servicio de la comunidad local 4.Riqueza de biodiversidad 5.Ubicacion y clima agradable 6.Generacion de empleo</p>	<p><b>Estrategias (FO)</b> 1.Generar campañas de capacitación a la comunidad local 2.Establecer programas y políticas que permitan la conservación de la fauna y flora del territorio 3.Establecer alianzas estratégicas con prestadores de servicios y posibles proveedores 4.Perfilar a la comunidad local y establecer procesos de reclutamiento de personal, para la contratación de los mismos</p>	<p><b>Estrategias (DO)</b> 1.Convenios con prestadores de servicios con el fin de ampliar la oferta de alojamiento y alimentación 2.Presentar el plan de negocios ante un posible inversionista 3.Implementar programas de educación en temas turísticos que complementen la vocación por el servicio que tiene la comunidad, generando una mejor prestación de servicios y desarrollo económico para los mismos</p>
<p><b>Amenazas (A)</b> 1.Rechazo por parte de la comunidad local 2.El mal estado de las vías de comunicación 3.Cambios sociales como la globalización 4.Baja cantidad de vuelos internacionales en la región 5.Perdida de la identidad cultural 6.Posibles riesgos de seguridad civil</p>	<p><b>Estrategias (FA)</b> 1.Establecer programas de comunicación o reuniones donde la comunidad sea un participante activo, sobre los posibles proyectos turísticos a desarrollar y su aprobación 2.Establecer convenios y compromisos con la administración local que permita el mantenimiento</p>	<p><b>Estrategias (DA)</b> 1.Participacion gremial 2.Inclusion de la comunidad en las diferentes etapas (diseño, operación y cierre) del proyecto o plan de negocios 3.Busqueda de apoyo de las fuerzas armadas o de instituciones como la Policía Nacional que fortalezcan la seguridad del territorio</p>

7. Competencia con otros destinos similares dentro del PCC	y reparación de las vías de acceso del municipio 3.Fortalecimiento de estrategias de promoción 4.Fortalecimiento y fomento de la cultura local	
--	--	--

A partir del análisis realizado de la Matriz DOFA, se identificó un total de 4 estrategias líderes, las cuales se basan en el fortalecimiento de la promoción del destino y de las actividades ofrecidas por la agencia, tanto a nivel local como a nivel regional, seguido por la integración de la comunidad local en las tres etapas básicas del plan de negocios, donde se genere una participación activa y constante que este encaminada al desarrollo económico de los mismos y la mitigación de impactos socio-culturales.

Una tercera estrategia líder identificada es la búsqueda de un posible inversionista quien tenga un enfoque sostenible y apoye las diversas actividades propuestas, por último la identificación de aliados estratégicos para el fortalecimiento y continuidad de las relaciones, generando mejoras en la prestación de los servicios turísticos.

#### **4.4.2.2 Objetivos Organizacionales**

5. Para el año 2022 estar presentes en los diferentes medios de comunicación y promoción turística más reconocidos a nivel nacional, como revistas, portales web, canales regionales y diferentes medios de comunicación.
6. Formular mínimo 3 programas de capacitación anuales, para el fortalecimiento de temas turísticos en la comunidad local, enfocados en la prestación de servicio de guianza, alojamiento y técnicas de cocina tradicional.
7. Aumentar el índice de ventas en 10% frente al año anterior de operación. Con el fin de demostrar la solvencia y garantizar la permanencia y el crecimiento de la agencia de viajes, de la misma manera ser una empresa atractiva para el futuro inversionista.

#### **4.4.2.3 Misión**

Somos una agencia de viajes operadora, especializada en turismo de naturaleza y cultura, comprometida con el desarrollo de un turismo sostenible y equitativo, logrando experiencias enfocadas en el desarrollo sensorial de las personas, resaltando los valores y riqueza cultural y natural del Paisaje Cultural Cafetero.

#### 4.4.2.4 Visión

Para el año 2021 ser líderes en el departamento de Risaralda, en la prestación de servicios turísticos mediante el diseño y operación de actividades innovadoras, aplicando el desarrollo de procesos sostenibles, donde se vea reflejado el amor y el respeto por el medio ambiente y la cultura local, potencializando los valores del Paisaje Cultural Cafetero.

#### 4.4.2.5 Cuadro de mando integrado

Tabla 14. Cuadro de mando integrado

Perspectiva	Objetivo	Indicador	Unidad de medida	Frecuencia de medición	Óptimo	Tolerable	Deficiente	Resultados	Responsable
Financiera	Aumentar los ingresos en un 10% respecto al año anterior de operación	Verificar porcentaje de crecimiento de ventas	%	Anual	10%	7%	5%		Departamento administrativo y de mercadeo
Cliente	Satisfacción de los clientes	No de clientes satisfecho/ No total de clientes	%	Semestral	100%	60%	20%		Departamento administrativo y de ventas
Interna	Diseño y formulación de actividades turísticas innovadoras	No de actividades nuevas/ No total de actividades	%	Anual	100%	75%	45%		Jefe de operación y administradores del turismo
Aprendizaje	Cualificar al personal operativo, administrativo y de apoyo, a través de capacitaciones	3 capacitaciones anuales	Cantidad de capacitaciones	Anual	3	2	1		Administración y gerencia



#### 4.4.2.6 Valores corporativos

Respeto  
Vocación de servicio  
Transparencia  
Honestidad  
Excelencia en la gestión  
Responsabilidad  
Amor por el medio ambiente  
Compromiso por la labor social

Los valores corporativos son considerados por la organización como un punto fundamental y lineamiento estratégico para el funcionamiento tanto interno como externo en la agencia de viajes operadora, para los cuales se deben tener en cuenta los siguientes comportamientos:

- **Respeto:**

Siempre atentos a los comentarios y aportes que los colaboradores y el usuario manifiesten, siendo estos valorados y tenidos en cuenta para la toma de decisiones.

El respeto como valor corporativo de la agencia de viajes operadora propone dar cumplimiento a las normas internas de puntualidad, compromiso, sinceridad, entre otros y la completa aplicación de los valores corporativos, en cada una de las actividades propuestas.

Y por último el respeto por los recursos naturales, culturales y socio-culturales del territorio en el cual va a operar la agencia de viajes operadora.

- **Vocación de servicio:**

La vocación del servicio es vital para la operación de las diferentes actividades propuestas, la cual va a permitir una mejor experiencia turística para los visitantes, generando un ambiente cálido y familiar entre los prestadores de servicio y el turista.

- **Transparencia:**

Seguir y cumplir las leyes y normas que rigen la operación de agencias de viajes a nivel nacional.

Comunicar y compartir de manera amable y respetuosa los cambios que se pretenden ejecutaren con las comunidades involucradas.

Construir confianza mediante relaciones, acuerdos y alianzas claras y abiertas, con los clientes tanto internos como externos.

- **Honestidad:**

Demostrar los resultados y los usos que se le dan a los recursos utilizados en la ejecución de las actividades propuestas.

Realizar inspecciones constantes internas con el fin de controlar el espionaje y fraude dentro de la organización.

- **Excelencia en la gestión:**

Lucha continua por la mejoría, a través del trabajo constante en equipo por la búsqueda del progreso, conservando la excelencia y diferencia frente a la competencia, adoptando las mejores y más apropiadas prácticas de turismo sostenible.

- **Responsabilidad:**

Estar comprometidos con los diferentes procesos sostenibles, a nivel interno y externo, donde es de vital importancia establecer estrategias de gestión que permitan la ejecución de las mismas desde los procesos de diseño y administración, hasta la operación de las diversas actividades turísticas, minimizando o mitigando los posibles impactos sobre el recurso natural y cultural del territorio.

- **Amor por el medio ambiente:**

Tener un compromiso con la protección y cuidado de los diferentes recursos naturales, sobre los cuales se van a ejecutar las actividades turísticas, a través de normas de comportamiento y recomendaciones realizadas a los usuarios, diseño adecuado de senderos, establecimiento de políticas de sostenibilidad, entre otros.

Proponer la realización de campañas de educación ambiental, con el fin de mejorar las condiciones ambientales de las comunidades involucradas en el desarrollo de programas, con el objetivo de generar una mayor conciencia ambiental, entre la comunidad local y las veredas aledañas.

- **Compromiso socio-cultural**

Buscar constantemente el apoyo a procesos de desarrollo y educación para la comunidad local a través de alianzas con entidades públicas.

Buscar mejorar las condiciones de vida de los pobladores por medio de la generación de empleo.

Proponer el trabajo complementario con los diferentes prestadores de servicios de la comunidad, empresas, microempresas, pequeños productores, organizaciones sociales, madres cabeza de hogar, organizaciones de artesanos, permitiendo complementar los servicios prestados y generar un aumento en el desarrollo organizacional de estos diferentes entes.

Apoyar procesos culturales locales a través del desarrollo de actividades turísticas que fortalezcan los mismos.

#### **4.4.2.7 Políticas empresariales:**

##### **Política financiera:**

- La toma de decisiones en cuanto a inversión y venta de acciones debe ser tomada entre los socios
- Los procesos de liquidez, excedentes financieros y obtención de recursos deben ser manejados únicamente por el administrador y contador encargado
- Todas las acciones financieras deben estar encaminadas al equilibrio social, ambiental y económico de la agencia de viajes operadora
- Establecer indicadores mensuales de ingresos y egresos, los cuales deben ser comunicados y compartidos con todos los colaboradores

Responsable: Área de administración y contador encargado

##### **Política comercial:**

- Establecer metas de venta para los colaboradores
- Establecer precios de venta justos, donde todos los proveedores y aliados tengan una retribución justa por los servicios prestados
- Política de cancelación para reservas mínimo de 20 días hábiles a un mes antes de la fecha a tomar el plan
- En caso de cancelación no se retorna el total del dinero abonado
- Establecer un plan de innovación de las actividades propuestas, el cual se debe ver reflejado mínimo cada año de operación
- Las formas de pago están definidas por dos maneras diferentes, a través de una consignación o transacción bancaria a la cuenta de ahorros de la agencia, la cual puede ser un depósito del 50% del total del plan o el 100% del mismo. Y en efectivo directamente en la agencia de viajes, bajo la misma condición de porcentajes.
- No se prohíbe el cruce de información telefónica o algún tipo de contacto por parte de los diferentes proveedores hacia los visitantes

Responsable: departamento de ventas

##### **Política de Recursos Humanos:**

- La decisión final acerca de la contratación del personal de la agencia estará a cargo de los dos socios principales

- La selección de los proveedores de servicios siempre estará definida por la oferta de la comunidad local, como agremiaciones o grupos sociales con características de calidad media
- Se sancionara con despido inmediato al colaborador que sea descubierto extorsionando a algún cliente o turista
- Dara despido inmediato al colaborador que promulgue la actividad de explotación sexual
- En la oficina de la agencia de viajes siempre debe permanecer un guía del equipo, siempre y cuando no se requiera para la operación de algún paquete
- La contratación de guías especializados estará ligada a la oferta de este tipo de profesionales en el municipio o territorio sobre el cual se va a operar
- El personal de la agencia de viajes siempre debe portar su uniforme o identificación como funcionario durante el horario laboral

Responsable: Administrador

**Política de sostenibilidad:**

- Los productos o insumos para la preparación de alimentos serán comprados a los agricultores locales
- Se debe compartir a la comunidad local las diferentes decisiones y actividades turísticas a ejecutar en el municipio y sus alrededores
- Promover el uso de productos que no impacten el medio ambiente
- Promover la aplicación de eco-tecnologías tanto a nivel interno como externo (proveedores)
- Capacitar a la comunidad local en temas turísticos, a su vez apoyar procesos educativos con el fin de promover el desarrollo del municipio
- Dar aplicación y cumplimiento al sistema de sostenibilidad y el SGA.

Responsable: Administrador, jefe de operaciones

### 4.4.3 Manual de estructuras



Ilustración 14. Organigrama Agencia de viajes Feeling Trips

Tabla 15. Esquema nómina de la Agencia de viajes Operadora

CARGO	CANT.	AFUNC.	SALARIO MENSUAL
Administrador	1	ADM	\$ 1.200.000
Asistente administrativo	1	ADM	\$ 800.000
Encargado de gestión y operación turística	2	VENTAS	\$1.000.000
Jefe de Mercadeo e innovación	1	VENTAS	\$ 850.000
Asesores de ventas	2	VENTAS	\$689.454
Guías	2	OPER	\$689.454
Personal de aseo y mantenimiento	1	OPER	\$689.454
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>\$5.918.362</b>

#### 4.4.4 Manual de funciones

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDO CULTURALES Y NATURALES.</b>	
<b>CARGO:</b> Administrador	
<b>NIVEL :</b> Alto	
<b>DEPARTAMENTO:</b> Administrativo	
<b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>PERSONAL A CARGO:</b> Contador	
<b>PROPOSITO:</b> Velar por el buen funcionamiento de la agencia de viajes operadora, Generar bienestar a nuestros colaboradores, así como trabajar en pro del éxito de la misma.	
<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Seleccionar personal.	Cada que sea necesario
Manejar la nómina.	Quincenal
Pago de nómina.	Quincenal
Estar atento a los quejas reclamos tanto de clientes interno y externos.	Siempre
Controlar y aprobar inversiones de la agencia.	Cada que sea necesario
Programar capacitaciones, actividades para los colaboradores con la intención de mejorar la prestación del servicio.	Trimestral
Contratar a proveedores	Cuando sea necesario
Pago a proveedores	
Tomar decisiones relacionadas con la agencia de viajes operadora y sus colaboradores.	Siempre.
Controla el entorno, de la organización y sus recursos.	Siempre.

Delegar Tareas a los colaboradores.	Cada que sea necesario.
Propiciar el crecimiento tanto de la empresa como de los colaboradores.	Siempre.
<b>CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADEMICO:</b> Profesional o tecnólogo en administración de empresas o estudios afines con el área administrativa	
<b>EXPERIENCIA :</b> Experiencia mínima de un año	
<b>HABILIDADES:</b> Ingles conversacional, fluido y escrito, liderazgo, ser una persona con buena actitud e iniciativa.	
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE:</b> Selección de proveedores, selección de personal, procesos de calidad.	

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDO CULTURALES Y NATURALES.</b>	
<b>CARGO:</b> Asistente administrativo	
<b>NIVEL :</b> Medio	
<b>DEPARTAMENTO:</b> Administrativo	
<b>JEFE INMEDIATO:</b> Administrador	
<b>PERSONAL A CARGO:</b> Jefe de operaciones y Jefe de mercadeo	
<b>PROPOSITO:</b> Facilitar o apoyar las tareas del administrador	
<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Colaboración continúa en actividades asignadas por el jefe.	Cada vez que se necesario
Atender llamadas telefónicas.	Siempre
Brindar información necesaria a los clientes.	Cada vez que la soliciten

Revisión de la contabilidad	Mensualmente
Revisar documentos	Cada vez que se necesario
Analizar estados de cuentas	Mensualmente
Elaborar la nomina	Quincenal
Administrar papelería y elemento de la agencia y llevar la contabilidad de los mismos.	Siempre
Atender a proveedores	Cada vez que sea necesario
<b>CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS</b>	
<p><b>NIVEL ACADEMICO:</b> Técnico o tecnólogo en el área administrativa, estudio o carreras afines.</p> <p><b>EXPERIENCIA :</b> Experiencia mínima de 1 año en cargos administrativos preferiblemente enfocados en el área de turismo</p> <p><b>HABILIDADES:</b> Manejo de oficina, tener iniciativa, expresarse claramente, ingles conversacional, buena actitud, manejo de office, Excelente relaciones humanas.</p> <p><b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE:</b> Selección de proveedores, selección de personal, procesos de calidad.</p>	

<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DE UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDO CULTURALES Y NATURALES.</b></p>
<p><b>CARGO:</b> Gestión y operación turística.</p> <p><b>NIVEL:</b> Medio</p> <p><b>DEPARTAMENTO:</b> Operación</p> <p><b>JEFE INMEDIATO:</b> Administrador</p> <p><b>PERSONAL A CARGO:</b></p> <p><b>PROPOSITO:</b> Establecer estrategias para la operación y venta de paquetes de la agencia de viajes operadora.</p>



<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Contactar a proveedores para la realización de reserva y coordinar los servicios requeridos para la operación de los paquetes.	Cada que se necesario
Coordinar con los proveedores todo lo relacionado con transporte, alojamiento, guianza, para llevar a cabo la actividad turística.	Cada vez que se necesario
Estar Pendiente de que los proceso dados con los proveedores se cumplan.	Siempre
Hacer que los contratos con proveedores sea cumplidos a cabalidad.	En la fechas pactadas por el contrato
Estar pendiente de la operación y logística de las actividades de cada uno de los paquetes	Durante la operación de los paquetes.
<b>CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADEMICO:</b> Profesional o tecnólogo en administración del turismo sostenible	
<b>EXPERIENCIA :</b> Mínimo de un año en cargos afines	
<b>HABILIDADES:</b> Debe de ser una persona que se exprese claramente, líder, ingles conversacional, buena actitud, Excelente relaciones humanas.	
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE</b>	
Selección de proveedores.	

**MANUAL DE FUNCIONES DE UNA AGENCIA DE VIAJES  
OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDO  
CULTURALES Y NATURALES.**

**CARGO:** Jefe de Mercadeo e innovación

**NIVEL :** Alto

**DEPARTAMENTO:** Mercadeo

**JEFE INMEDIATO:** Administrador

**PERSONAL A CARGO:** Asesores de Ventas

**PROPOSITO:** Diseñar estrategias innovadoras las cuales logren mantener el liderazgo de la agencia de viajes, brindando un servicio de excelente calidad y garantizando la rentabilidad deseada por la agencia de viajes.

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Analizar y diseñar estrategia de mercadeo las cuales miden si se están cumpliendo los objetivos.	Trimestral
Estar actualizados en las nuevas tendencias tecnológicas.	Siempre
Elaborar y aplicar planes de descuento flexibles.	Según temporada "cada 3 meses"
Publicar o promocionar los servicios que ofrece la agencia de viajes.	Cuando sea necesario
Definir las estrategias de promoción.	Según temporada
Analizar la rentabilidad de los servicios que presta la agencia de viajes.	Mensualmente

**CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS**

**NIVEL ACADEMICO:** Técnico en agencia de viajes y gestión de eventos, Carreras relacionadas con turismo.

**EXPERIENCIA :** 1 año de experiencia mínimo en estudios de mercado y estrategias de innovación

**HABILIDADES:** Inglés fluido, liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, manejo de sistemas.

**PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE**

Ventas, Administrativos.

**MANUAL DE FUNCIONES DE UNA AGENCIA DE VIAJES  
OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDO  
CULTURALES Y NATURALES.**

**CARGO:** Asesores de ventas

**NIVEL :** Medio

**DEPARTAMENTO:** Mercadeo

**JEFE INMEDIATO:** Jefes de mercadeo e innovación

**PERSONAL A CARGO:**

**PROPOSITO:** Informar y atender al turista, teniendo siempre contacto directo con el mismo y así brindar toda la información necesaria sobre el portafolio de servicios ofrecidos por la agencia de viajes operadora.

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Tener pleno conocimiento del portafolio de servicios con que cuenta la empresa.	Siempre
Atención oportuna al cliente.	Siempre
Brindar la información oportuna al cliente.	Cada vez que sea necesario
Manejar reservas y tarifas necesarias.	Cada vez que sea necesaria
Vender los los paquetes ya establecidos	
Elaborara documentación necesaria para la venta de los paquetes	Cada vez que sea necesaria
Hacer los respectivos cobros al cliente y que se hagan los pagos necesarios.	Cada vez que sea necesaria

### CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS

**NIVEL ACADEMICO:** Profesional en administración financiera, estudios relacionados con turismo, tecnólogo en mercadeo o carreras afines.

**EXPERIENCIA :**Mínimo de 1 año en ventas

**HABILIDADES:** Ingles conversacional, fluido y escrito, Habilidades para relacionarse con las personas, espíritu de trabajo en equipo, disposición amplia de servicio al cliente, capacidad de negociación.

### PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE

Promoción, operación.

### MANUAL DE FUNCIONES DE UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDO CULTURALES Y NATURALES.

**CARGO:** Masajistas y Terapeutas

**NIVEL :** Medio

**DEPARTAMENTO:** Operativo

**JEFE INMEDIATO:** Gestión y operación turística.

**PERSONAL A CARGO:**

**PROPOSITO:** Velar por la salud de la persona además de brindar un espacio de esparcimiento y una experiencia agradable al turista durante la visita.

FUNCIONES	PERIODICIDAD
Mantener el lugar de trabajo en óptimas condiciones.	Siempre
Realizar los tratamientos estéticos y masajes a los clientes.	Cada vez que sea requerido
Realizar la terapia de reiky	Cada vez que sea requerido
Tener al día todos los utensilios necesarios para la realización de los tratamientos.	Siempre

Realizar el inventario de los amenities y utensilios utilizados	Mensualmente
<b>CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADEMICO:</b> Especialista en estética y bienestar “ Reyki ”	
<b>EXPERIENCIA:</b> Mínimo de un año en carreras afines con el cargo.	
<b>HABILIDADES:</b> Sociable, Manejo de un segundo idioma, disposición amplia de servicio al cliente, comunicación, carisma.	

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDO CULTURALES Y NATURALES.</b>	
<b>CARGO:</b> Actores de recorridos temáticos	
<b>NIVEL :</b> Medio	
<b>DEPARTAMENTO:</b> Operativo	
<b>JEFE INMEDIATO:</b> Gestión y operación turística	
<b>PERSONAL A CARGO:</b> Turistas	
<b>PROPOSITO:</b> Interpretar por medio de representaciones artísticas acontecimientos ocurrido durante algunos de los recorridos, por otro lado son los encargados de la Bienvenida de los turistas al lugar.	
<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Interpretar danzas	Quando sea necesario
Hacer obrar teatrales	Quando sea necesario
Estudiar los guiones	


## CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS

**NIVEL ACADEMICO:** Bachillerato, estudios de teatro y danza.

**EXPERIENCIA:** Mínimo de 6 meses.

**HABILIDADES:** Carisma, manejo de grupo, habilidades para relacionarse con las personas, espíritu de trabajo en equipo.

### 4.5 Sistema de Gestión para la sostenibilidad turística.

	<b>SISTEMA DE GESTION PARA LA SOSTENIBILIDAD TURISTICA.</b>	Código FLP 01
		Versión 001
		Fecha de Modificación

La agencia de viajes operadora Feelings Trips, tiene como uno de sus objetivos implementar un sistema de gestión para la sostenibilidad turística que le permita determinar cuáles son los impactos generados durante los procesos internos y externos, con el único fin de minimizar las problemáticas ambientales que estos procesos representen para los recursos naturales y culturales, el desarrollo social y económico de la comunidad anfitriona. De esta manera también busca establecer acciones correctivas y de mejora continua que permitan un desarrollo sostenible, generando una mejor prestación del servicio y el aporte positivo a las comunidades y áreas de influencia de la empresa.

Con la implementación de un sistema de gestión para la sostenibilidad turística, la agencia de viajes operadora también busca generar sentido de pertenencia y amor por el patrimonio natural y cultural, donde pretende formar colectivos que desarrollen modelos de vida amigables con el ambiente, a su vez que rescaten y resalten los valores ancestrales de la comunidad local; así mismo trabajará por un comercio justo, un desarrollo económico equitativo, generación de empleos y la capacitación para locales, con el ánimo de luchar en contra de la prostitución, la explotación laboral de niños, niñas, adolescentes, adultos mayores, y problemáticas sociales afines. Es por esto que para direccionar los anteriores intereses mostrados

se acogerá a los parámetros establecidos por la NTS TS 003, requisitos de sostenibilidad para agencias de viajes.

#### **4.5.2 Objetivo**

Fomentar una cultura de cuidado con el medio ambiente en los colaboradores, turistas, comunidad local, proveedores y demás partes interesadas, a través de acciones de mejora continua, permitiendo así el fortalecimiento y calidad en la prestación de los servicios.

#### **4.5.3 Alcance**

Aplica para todas las actividades, procesos, productos y servicios relacionados directa o indirectamente con la planeación, construcción y ejecución de la agencia de viajes operadora.

#### **4.5.4 Términos o definiciones<sup>3</sup>**

**Agencia de viajes operadora:** son agencias de viajes operadoras las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos.

**Capacitación:** hace parte de la formación y busca mejorar las habilidades, destrezas y saberes del personal del establecimiento, mediante cursos de corta duración, no conducentes a la obtención de títulos.

**Desarrollo sostenible del turismo:** equilibrio entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales en el desarrollo del turismo para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. El desarrollo sostenible del turismo incluye:

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural como un todo (arquitectónico) y sus valores tradicionales y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.

---

<sup>3</sup> NORMA TECNICA SECTORIAL NTS TS 003 REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD PARA AGENCIAS DE VIAJES, NUMERAL 2, TERMINOS Y DEFINICIONES.

**Destino turístico:** espacio geográfico que cuenta con unos límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones y que determinan su competitividad en el mercado turístico. El destino turístico se caracteriza por la presencia de recursos y servicios turísticos ofrecidos al visitante o turista en la zona y por diversos grupos humanos entre los cuales se encuentra la comunidad local.

**Impacto ambiental:** término que define el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente. Los efectos pueden ser positivos o negativos y se pueden clasificar en efectos sociales, efectos económicos, efectos tecnológico-culturales y efectos ecológicos.

**Impacto socio-cultural:** efecto que produce una determinada acción humana sobre las tradiciones, costumbres y formas de vida de las comunidades y sitios de interés histórico y cultural de una zona o región determinada, dicho impacto puede ser positivo o negativo.

**Impacto económico:** efecto que produce el desarrollo de actividades económicas en un grupo determinado. Estos impactos pueden ser positivos o negativos.

**Responsabilidad social:** es el compromiso que establece la agencia de viajes, de trabajar como socios con los grupos de interés relevantes, con el fin de mejorar la calidad de vida de los miembros de sus equipos de trabajo, sus familias y la comunidad cercana a sus instalaciones o del destino que organiza, promociona, comercializa u opera.

**Política de sostenibilidad:** declaración realizada por la agencia de viajes, de sus intenciones y principios, en relación con su desempeño en los aspectos ambientales, socioculturales y económicos. Proporciona el marco para la acción y para el establecimiento de sus objetivos y metas.

**Sistema de gestión para la sostenibilidad:** parte del sistema de gestión general que incluye la estructura de la organización, las actividades de planificación, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implementar, realizar, revisar y mantener la política de sostenibilidad.

**Turismo sostenible:** es el que toma en cuenta las necesidades de los turistas actuales y de las comunidades receptoras, mientras protege y promueve oportunidades para el futuro. Su propósito es liderar el manejo de todos los recursos de tal manera que las necesidades económicas, sociales y estéticas se puedan



cumplir, mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos esenciales ecológicos, la diversidad biológica y soporta los sistemas de vida.

#### **4.5.5 Matriz de Impactos Ambientales**

		C						
ACTIVIDADES	ASPECTOS	IMPACTOS	+	-	AMB	S-C	\$	ACCIONES DE MEJORA.
Diseño de actividades	Consumo de energía	Agotamiento del recurso hídrico		x	x			Desconectar dispositivos cuando ya no se requieran de su uso
	Consumo de papel	Deforestación		x	x			Implementar un sistema de reciclaje
		Contaminación del suelo		x	x			Implementar un sistema de reciclaje
Actividades de contratación con terceros	Generación de empleo a comunidades vecinas	Mejoramiento en la prestación del servicio	x				x	Implementar un protocolo de requisitos, ambientales y culturales
	Choques culturales	Alteración de los valores ancestrales		x			x	Capacitaciones constantes de convivencia y buen ambiente de trabajo
		Conflictos			x			
Ejecución de recorridos	Movimiento de tierra	Erosión del suelo		x	x			Realizar estudio de suelos
	Densidad de población por temporadas	Consumo de agua		x	x			Realizar inducción y capacitación sobre la utilización del recurso a los visitantes
		Cambio de hábitat de algunas especies animales			x	x		
Alianza estratégica con la comunidad local	Generación de empleo	Desarrollo micro-económico	x				x	Capacitaciones sobre el manejo y flujo micro-económico a la comunidad local
	Nuevas oportunidades académicas	Mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad local	x				x	Charlas y capacitaciones a la comunidad local, sobre la importancia y manejo de estas oportunidades

	as y laborales	Conservación de los patrimonios naturales y culturales	x		x	x		Promover frecuentemente estas actividades
Diseño de paquetes	Consumo de energía	Agotamiento del recurso hídrico		x	x			Desconectar dispositivos cuando ya no se requieran de su uso
	Consumo de papel	Deforestación		x	x			Implementar un sistema de reciclaje
		Contaminación del suelo		x	x			Implementar un sistema de reciclaje
Promoción y comercialización de paquetes turísticos	Emisiones a la atmósfera por consumo de combustibles	Contaminación del aire		x	x			Exigir el cumplimiento de protocolo ambiental a la empresa transportadora
	Consumo de papel	Deforestación		x	x			Implementar un sistema de reciclaje
		Contaminación del suelo		x	x			Implementar un sistema de reciclaje
Mejoras e implementación en la infraestructura	Conservación del patrimonio natural y cultural	Alteraciones en el paisaje	x		x	x		Manejar un protocolo de usos raciones y de materiales biodegradables
	Generación de empleo	Desarrollo de la microeconomía	x				x	Capacitaciones sobre el manejo y flujo microeconómico a la comunidad local
	Movimientos de tierra	Erosión del suelo		x	x			Realizar estudio de suelos
Senderismo	Densidad de población por temporada	Consumo de agua		x	x			Desconectar dispositivos cuando ya no se requieran de su uso
	Movimientos de tierra	Erosión del suelo		x	x			Realizar estudio de suelos

	Generación de ruido	Perturbación del ambiente		x	x			Inducción y capacitación sobre la afectación del ruido en el ambiente	
Actividades de aventura	Movimientos de tierra	Erosión del suelo		x	x			Realizar estudio de suelos	
	Riesgos a la salud humana	desmayos y fracturas		x			x	Mantener siempre a mano un buen botiquín, y asistencia médica oportuna, capacidad medica de reacción rápida para prestar primeros auxilios	
	Adecuación de actividades	Alteraciones en el paisaje		x	x			Manejar un protocolo de usos raciones y de materiales biodegradables	
Terapias de relajación y salud	Conservación de la flora	Mayor vegetación	x		x			Promoción constante de este tipo de actividades	
	Promoción de la salud	Mejoramiento de las condiciones de salud de locales y extranjeros	x				x	Apoyar y realizar continuo seguimiento para que el personal este siempre bien capacitado	
Cabalgata	Movimiento de tierra	Erosión del suelo		x	x			Realizar estudio de suelos	
		Perdida de cobertura vegetal		x				Diseñar muy bien los senderos para esta actividad, sembrar vegetación en otro lugar compensando un poco el impacto.	
	Participación de los locales y extranjeros	Desarrollo micro-económico	x					x	Capacitaciones sobre el manejo y flujo micro-económico a la comunidad local
		Conservación de actividades locales	x				x		Diseñar, dirigir coordinar y fomentar este tipo de actividades
Actividades culturales	Muestras musicales, danza y teatro	Conservación del patrimonio cultural inmaterial	x				x	Apoyar fomentar y hacer seguimiento a estas actividades para que presenten mayor frecuencia	

	Muestras gastronómicas	Conservación de las cocinas tradicionales	x			x	Ganar identidad de las cocinas tradicionales y salvaguardando los saberes ancestrales
		Desarrollo micro-económico	x			x	Capacitaciones sobre el manejo y flujo micro-económico a la comunidad local

	<p style="text-align: center;"><b>SISTEMA DE GESTION PARA LA SOSTENIBILIDAD TURISTICA.</b></p>	Código FLP 06
		Versión 001
		Fecha de Modificación

#### 4.5.7 Manual de sistemas de gestión para la sostenibilidad turística.

##### A) Para el cumplimiento de los requisitos legales

La agencia delegará a un asistente administrativo para realizar una matriz donde se establecerán claramente las normas, leyes y decretos que son aplicables para los aspectos naturales, culturales socio-económicos, laborales y turísticos, esta tendrá una revisión periódica (anualmente) que determine posibles cambios o actualizaciones, también definirá responsables y acciones ejecutadas para su cumplimiento. El responsable del manejo de esta matriz será la misma persona autorizada para denunciar no conformidades a sus superiores o en su defecto a las autoridades correspondientes, en este caso el asistente administrativo.

Algunas de las leyes a las cuales se debe acoger la agencia de viajes operadora son:

Laborales:

- Código Laboral
- Código Sustantivo del Trabajo
- Código de Procedimiento Penal
- Código Civil
- Código del Comercio

- Decreto-Ley 2811 de 1973 Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de

### **Protección al medio ambiente.**

- Decreto 1608 de 1978 “Por el cual se reglamenta el Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de protección al Medio Ambiente y la Ley 23 de 1973 en materia de fauna silvestre”.
- Decreto 53 de 2001 “Por el cual se dictan unas disposiciones relacionadas con la actividad de la agencia de viajes y se dictan otras disposiciones”.
- Decreto 1036 de 2007 “Por el cual se reglamenta el recaudo y el cobro de la Contribución Parafiscal para la Promoción del Turismo a que se refiere la Ley 1101 de 2006”.
- Decreto 502 de 1997 “Por el cual se definen la naturaleza y funciones de cada uno de los tipos de agencias de viajes de que trata el artículo 85 de la Ley 300 de 1996”.
- Ley 09 de 1979 Código Sanitario Nacional.
- Ley 70 de 1993 (Ley de Negritudes) “Por la cual se desarrolla el artículo transitorio 55 de la Constitución Política”
- Ley 99 de 1993 Ley General Ambiental de Colombia.

Para dar cumplimiento a los requisitos legales, se plantea la matriz de control y aplicación de las diferentes normas y leyes que cobijan la gestión de la agencia de viajes operadora

Tabla 16. Matriz de requisitos legales

<b>Matriz de requisitos legales Cod. 001</b>					
<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>	<b>Fecha de Actualización (DD/MM/AAAA)</b>	<b>Responsable</b>	<b>Cumple</b>	
				<b>Si</b>	<b>No</b>

Y todas las demás que se acojan y apliquen a la operación de la agencia de viajes, las cuales serán monitoreadas a través de la matriz No 001.

### **B) Sistema de gestión para la sostenibilidad.**

Para darle cumplimiento al anterior punto la agencia decide hacer esta propuesta con base a los requisitos establecidos por la norma NTS TS 003, los cuales se dividen en requisitos legales y los mencionados a continuación.

Para este se plantea el diseño y aplicación de una política de sostenibilidad, donde se establecen diversas acciones a cumplir, las cuales deben garantizar el compromiso ambiental, sociocultural y económico, reflejo de las actividades turísticas que se generan durante la operación de la agencia, la cual será documentada y será publicada o estará disponible al público, para quien desee consultarla para su debida aplicación.

Este documento integra componentes mínimos como responsable, estrategias de mitigación y corrección, objetivos, metas, deberes y derechos de todas las partes activas de la organización, es decir colaboradores, turistas, comunidad y proveedores.

### **C) Política de sostenibilidad**

*La agencia de viajes operadora Feeling Trips, establece el compromiso de orientar todas sus actividades de los procesos de planeación, ejecución y puesta en marcha, hacia el respeto del medio ambiente; cumplir la legislación ambiental aplicable y otros requisitos ambientales que se suscriban, promueve en su personal, clientes, comunidad involucrada, proveedores y partes interesadas la prevención de la contaminación y el uso racional de los recursos, manifestando en cada proceso su interés por la conservación de los patrimonios naturales y culturales, y así mismo, su rechazo y compromiso frente a la violación de recursos humanos y explotación de niños, niñas, adolescentes y adultos mayores, también velará por manejar un comercio justo, libre de engaños y donde se promuevan todas las actividades autóctonas que generen un desarrollo económico local que favorezca a la comunidad involucrada; todo esto apuntando a la conservación y salvaguardia de los valores ancestrales, cocinas tradiciones y el respeto por la vida silvestre mediante la implementación, operación y mejora continua de un Sistema de Gestión para la sostenibilidad turística conforme a la norma NTS TS 003.*

*Para su total cumplimiento la agencia se compromete a que esta sea publicada, conocida y entendida por colaboradores, proveedores y turistas.*

### **D) Programas de gestión para la sostenibilidad.**

La agencia tiene establecidos programas de reciclaje, uso moderado del agua y la energía por medio de eco-tecnologías, jornadas de capacitación para todos los actores involucrados y el estricto rigor en cuanto al cumplimiento de los criterios de compra a proveedores.


Para el cumplimiento de lo anterior se ha establecido y diseñado la matriz de impactos ambientales, a través de la cual se identifican los impactos y aspectos que se generan en cada una de las actividades dentro y fuera de la agencia de viajes operadora, esta a su vez plantea acciones correctivas y de mejora las cuales garantizan la reducción de impactos negativos sobre el territorio y el fortalecimiento de buenas actividades llevadas a cabo.

Tabla 17. Matriz de impactos y aspectos

Matriz de Impactos y Aspectos Cod. 002					
Actividad	Aspecto	Impacto		Tipo	Acciones
		+	-		

### E) Monitoreo y seguimiento

La empresa tiene establecido un código de conducta el cual garantizara el cumplimiento al manual de gestión de sostenibilidad turística planteado para la agencia de viajes operadora, a través del cual se pretende dar seguimiento y fortalecimiento de los diferentes procesos planteados para la aplicación y divulgación del mismo.

	<b>CODIGO DE CONDUCTA</b>	Código FLP 02
		Versión 001
		Fecha de Modificación

### Objetivo

Establecer criterios de comportamiento dentro y fuera de la agencia de viajes operadora tanto para colaboradores como para la comunidad anfitriona y turistas o visitantes los cuales aportan a la conservación ambiental, patrimonial y socio cultural del territorio sobre el cual se va a operar.

### Para Colaboradores



- Los colaboradores se comprometen a cumplir con lo dispuesto en los artículos de la ley 1336 de 2009 con el fin de contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.
- Los colaboradores deben abstenerse de dar información acerca de lugares donde se coordinen o practique explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- Los colaboradores deben impedir el ingreso de menores a los hoteles o lugares de alojamiento y hospedaje, bares, negocios similares y demás establecimientos turísticos con fines de prostitución o de abuso sexual de menores de edad.
- Los colaboradores deben atender oportunamente las quejas y reclamos tanto de colaboradores como de los visitantes.
- Los colaboradores deben mantener el puesto de trabajo en óptimas condiciones.
- Los colaboradores deben tener buenas relaciones laborales
- Implementar prácticas como reciclaje para la conservación del medio ambiente.
- La agencia de viajes operadora y sus colaboradores protege los espacios libres de humo Ley 1335 de 2009.
- Los colaboradores deben incentivar la compra y elaboración de artesanías o productos que sean elaborados especialmente por personas de la región.
- Fomentar el buen comportamiento y respeto con la comunidad anfitriona por sus costumbres, creencias, ritos, entre otros. Valorando y respetando la dignidad de los mismos.
- Tener una competencia leal con los prestadores o agencias de viajes que se asemejan a la nuestra.
- Denunciar la contratación ilegal de menores de edad a nivel interno y externo de la organización.

### **Para los turistas**

- Como turista debe acatar las reglas de convivencia con la comunidad anfitriona y respetar todo lo que hace único y diferente este lugar, su arquitectura, creencias, religión, rituales, ferias y fiestas.
- Integrarse en actividades con la comunidad local que fomenten la apropiación y sentido de pertenencia por el valor patrimonial del municipio y sus alrededores

- Como turista durante los recorridos por cada uno de los senderos procure no arrojar basuras y guardarlas hasta un lugar en donde pueda depositarlas.
- No extraer y comercializar fauna y flora silvestre cumple la Ley 17 de 1981 y Resolución 1367 de 2000
- Mantener una conducta adecuada en cada uno de los recorridos a realizar.
- En lo posible trate de reducir el consumo de agua y electricidad durante su estadía (recuerde no dejar luces encendidas mientras no está en la habitación, cerrar grifos etc.).
- Cuidar los bienes culturales y naturales encontrados en cada establecimiento que se visite

### **Para comunidad local**

- La comunidad debe respetar al visitante o turista a través de una actitud cordial y serena.
- Fomentar las tradiciones culturales y bailes a través de las experiencias brindadas a los turistas, como bailes y representaciones artísticas.
- Los miembros de la comunidad local, deben abstenerse de conducir a los turistas, directamente o a través de terceros a establecimientos o lugares donde se practique la explotación sexual comercial de niños, niñas, así como conducir a éstos a los sitios donde se encuentran hospedados los turistas, incluso si se trata de lugares localizados en altamar, con fines de explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
- Los miembros de la comunidad anfitriona, deben abstenerse de facilitar vehículos en rutas turísticas con fines de explotación o de abuso sexual con niños, niñas y adolescentes.

### **F) Gestión de proveedores.**

Para dar cumplimiento a este requisito, la agencia definirá criterios de compra, políticas de comportamiento basados en la identificación de bienes y servicios adquiridos y su nivel de impacto sobre los recursos naturales y la comunidad involucrada, a partir de los resultados se procederá a definir los criterios de compra a proveedores buscando así, seleccionar aquellos que cumplan o demuestren un serio interés de trabajar en pro de sostenibilidad, este proceso se realizará bajo la exigencia de una documentación que demuestre su compromiso por los recursos naturales y la sociedad.

	<b>CRITERIOS DE COMPRA PARA PROVEEDORES</b>	Código FLP 05
		Versión 001
		Fecha de Modificación

Para los criterios de compra se define un listado de acciones que deben ser cumplidas por los proveedores, con el fin de garantizar nuestra política de sostenibilidad, a través de las siguientes acciones, los proveedores se comprometen a:

- Realizar la compra de productos que en su fabricación han cumplido con una serie de requisitos para no generar una degradación en el medio ambiente
- Evitar todo tipo de productos que en su fabricación o comercialización generen un mayor consumo de los recursos naturales
- Sustituir insumos contaminantes por biodegradables
- Evaluar las características de contenido y empaque, con el fin de evitar la generación de residuos y/o contaminantes
- Darle prioridad a las empresas y pequeños productores y distribuidores locales
- En lo posible que la materia prima provenga de procesos de reciclaje y que estas o hayan sido testeadas en especies animales
- Recurrir a productos que sean reutilizables y de bajo consumo energético
- Recurrir a productos que representen la cultura local y que resalten las tradiciones artesanales del territorio.

#### **G) Autoridad y responsabilidad.**

La agencia de viajes operadora tiene definido un comité de sostenibilidad que esta direccionado por un auxiliar administrativo, quien tendrá la potestad de tomar decisiones y el deber de asumir responsabilidades afines.

#### **H) Información y capacitación.**

El comité de sostenibilidad tiene como responsabilidad informar a todas las personas naturales y jurídicas sobre la gestión turística que se llevara a cabo desde el funcionamiento de la agencia de viajes operadora, por medio de redes sociales, pagina web y charlas de socialización, conjuntamente con esto se realizaran reuniones con líderes y representantes de cada parte involucrada para que

conozcan a fondo los procesos y actividades, la información manejada estará visible en los idiomas inglés y español, manejando criterios claros específicos y respetuosos para capacitar a su personal y realizar una publicidad objetiva.

En complemento se ha planteado un programa de actividades de información y capacitación dirigido a las partes involucradas para la operación de la agencia, es decir turistas, colaboradores, comunidad local y proveedores, donde se especifica las condiciones de comportamiento antes, durante y después del disfrute del producto turístico, desde lo ambiental, socio-cultural y económico.

Para el cual se ha determinado una matriz de control de información y capacitación la cual permite identificar la temática a manejar, las fechas en las cuales se define la misma, el público al cual va dirigido y el responsable.

Tabla 18. Programa de capacitación e información

<b>Programa de Capacitación e información Cod. 005</b>				
<b>Fecha de elaboración (DD/MM/AAA A)</b>	<b>Publico</b>	<b>Tema</b>	<b>Responsabl e</b>	<b>Recursos</b>
	Todos los actores involucrados con el funcionamiento de la agencia de viajes operadora	Socialización del sistema de gestión	Comité de gestión de sostenibilidad	Video Bean, salón, amplificadores de sonido

	<b>PROCEDIMIENTO DE SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN</b>	<b>Código FLP 04</b>
		<b>Versión 001</b>
		<b>Fecha de Modificación</b>

El objetivo está definido en la capacitación, formación y competencia del personal administrativo, operativo y de apoyo de la agencia de viajes operadora, velando por la actualización constante de los conocimientos requeridos para la buena operación y prestación de los servicios, a su vez mejores resultados a nivel interno.

El alcance de los procesos de sensibilización y capacitación estará definido por todo el personal de la agencia de viajes operadora.

Para el cual es importante definir y describir las funciones de cada cargo (ver manual de funciones por cargo), a partir de este se identifican las necesidades de formación según los tipos de actualización y vanguardia en procesos turísticos para la agencia de viajes, una vez se establece lo anterior se planifican las acciones formativas pertinentes, las cuales deben incluir técnicas, responsable, fechas establecidas, recursos, entre otros aspectos necesarios y por último se define un proceso de evaluación y retroalimentación de las temáticas y capacitaciones tratadas.

**I) Documentación.**

El comité de sostenibilidad tendrá una carpeta archivo donde estarán presentes todos los documentos y evidencias que estén directa e indirectamente relacionados con la gestión de sostenibilidad, permitiendo tener un orden y además realizar actualización y cambios que se presenten en cuanto a la norma.

**J) Mejora.**

Para el cumplimiento de este requisito la agencia se compromete a actuar a partir de los resultados obtenidos en el seguimiento a la gestión de sostenibilidad, con acciones, programas e implementación de eco-tecnologías con el ánimo de optimizar y mejorar continuamente; esta labor será realizada y documentada mínimo 1 vez al año.

En complemento se plantea la aplicación de la siguiente matriz de mejora continua, donde se especifican los criterios a cumplir.

Tabla 19. Matriz de mejora continúa

<b>Matriz de Mejora continua Cod. 006</b>				
<b>Problema / Aspecto</b>	<b>Área o departamento</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Indicador</b>	<b>Acción de Mejora</b>

	<b>PROCEDIMIENTO DE MEJORA CONTINUA</b>	Código FLP 03
		Versión 001
		Fecha de Modificación

El cual tiene como objetivo establecer permanentemente acciones de mejora, sobre el sistema de sostenibilidad y operación de la agencia de viajes operadora, esto para contribuir al enriquecimiento y calidad en la prestación de los servicios, a nivel interno y externo de la organización.

Su alcance estará definido para todos los actores involucrados en la operación y administración de la agencia Feeling Tour Ltda.

Para este se requiere la aplicación de la matriz de mejora continua, No 006.

Dentro de los pasos a seguir y de los requisitos mínimos para el cumplimiento del proceso de mejora continua, se establece en primer lugar la identificación y seguimiento de las posibles mejoras que se establecen a nivel organizacional, seguido del registro de las no conformidades manifestadas no solo por los usuarios o clientes, sino por los proveedores y colaboradores, todo con el fin de garantizar un ambiente sano para la operación de la agencia y por último se requiere como indicador del éxito para el procedimiento la revisión y retroalimentación de las mejoras preestablecidas.

## **Requisitos Específicos**

### **K) Requisitos ambientales.**

#### **Patrimonio Natural**

Para el cumplimiento de este requisito la agencia trabajará conjuntamente con las autoridades ambientales regionales, entidades y organizaciones presentes en el municipio con el fin de prevenir problemáticas ambientales, y darle solución a las existentes, apoyando los procesos que se lleven a cabo y generando estrategias de

fortalecimiento a dichos procesos. Así también estará permitiendo unas mejores condiciones de vida ambiental y social ya que se organizará y se promocionará productos y servicios autóctonos y de poco impacto ambiental.

Adicionalmente antes, durante y después de la operación, la agencia de viajes operadora se compromete a fomentar las políticas que protegen y prohíben la venta o tráfico ilegal de flora y fauna del área protegida.

### **Uso eficiente del agua.**

La agencia tendrá una matriz de registro donde se evidencie el consumo mensual de agua, a partir de esta se crearán las acciones correctivas y de mejora para optimizar el consumo y ahorro del recurso hídrico. Entre estas acciones está: realizar un mantenimiento periódico a todos los equipos e instalaciones hidráulicas y sanitarias, se harán uso de eco-tecnologías y en algunos casos la utilización de aguas lluvias en algunos de sus procesos.

Para esto se recurre a la matriz de monitoreo consumo de agua No 003

Tabla 20. Matriz de monitoreo consumo de agua

<b>Matriz de monitoreo consumo de agua Cod. 003</b>				
<b>Fecha de revisión (DD/MM/AAAA)</b>	<b>Área revisada</b>	<b>Consumo en litros</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Responsable</b>

### **Uso eficiente de energía.**

Para el cumplimiento de este requisito la agencia tiene diseñada una tabla del registro mensual de consumo de energía, con el ánimo de tener una estadística que le brinde un indicador de consumo y logros de uso eficiente ya que para ello también propone realizar las siguientes actividades, mantenimiento semestral de equipos y circuitos eléctricos, desconectar los dispositivos electrónicos que no requieran consumo seguido de energía, se diseñaran entradas de luz solar que minimice el uso de lámparas y bombillas, tener uso de eco-tecnologías como bombillas, máquinas y electrodomésticos ahorradores de energía.

Para este requisito se implementara el uso de la matriz de consumo de energía No 004.

Tabla 21. Matriz de monitoreo de consumo de energía

<b>Matriz de monitoreo consumo de energía Cod. 004</b>				
<b>Fecha de revisión (DD/MM/AAAA)</b>	<b>Área revisada</b>	<b>Consumo en Vatios</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Responsable</b>

### **Gestión de residuos.**

La agencia establecerá un programa de manejo de residuos dirigido a colaboradores, clientes, proveedores y comunidad, este programa propone tener acciones de reciclaje, para ello se tendrán puntos ecológicos que permitirán tener una separación adecuada de residuos, donde se tendrán en cuenta principalmente los RESPEL (residuos peligroso), permitiendo así darles una buena disposición final ya que se harán alianzas con entidades que estén aptas para esta labor; se realizaran capacitaciones para mejorar el uso de recursos y saber hacer reutilización de algunos materiales, generando así una minimización de impactos ambientales generados por residuos. Toda esta labor estará debidamente documentada y evidencia por medio de registros de los resultados obtenidos.

Tabla 22. Matriz de gestión de residuos

<b>Matriz de gestión de residuos Cod. 007</b>				
<b>Residuo solido</b>	<b>Fuente</b>	<b>Peso</b>	<b>Deposito final</b>	<b>Responsable</b>

### **L) Material publicitario.**

Este requisito se plasmara bajo el cumplimiento del criterio de compra que la agencia establece para proveedores.



## **Requisitos Socio Culturales**

### **M) Patrimonio cultural.**

La agencia en el marco de su propuesta, ha manifestado claramente su respeto e interés por la conservación del patrimonio cultural, descrito en su política, por ello todos y cada uno de sus procesos estarán dirigidos a proteger y hacer buen uso de espacios, monumentos y expresiones artísticas de tal manera que estos sean valorados y conservados por los colaboradores, por la comunidad y visitantes, por esta razón la política estará manifestada, dirigida y comunicada a los mismo.

Por otra parte la agencia establecerá alianzas y apoyará a todas las entidades relacionadas con este tipo de procesos, con el fin de evitar tráfico y deterioro de bienes culturales acogiéndose a la normatividad vigente. Para esto la agencia diseña un programa de actividades culturales en las cuales no se ve comprometido el patrimonio cultural y por lo tanto busca mejor y conservar el estado actual.

### **N) Prevención contra la explotación y el comercio sexual con menores de edad relacionado con la actividad turística.**

La agencia se compromete a generar las estrategias y programas que permitan prevenir y tratar de eliminar la mayor cantidad de casos de explotación y tráfico de menores con fines de comercio sexual, para la obtención de estos logros se establecerán actividades de capacitación dirigida a todas las partes involucradas donde se enseñara y advertirá sobre los posibles riesgos, consecuencias que esta actividad genera, dejando claro el total rechazo de este tipo de comercio.

Para este requisito se formula un programa de capacitación y socialización de todos los actores involucrados en el desarrollo y operación de la agencia de viajes operadora, donde de manera continua se pretende compartir temáticas de identificación de riesgos y posibles actos de corrupción con menores de edad, denuncia ante posibles casos de explotación, acompañamiento y asesoría a menores de edad para la prevención de este tipo de delitos, entre otros.

Este programa estará apoyado por entidades gubernamentales e instituciones educativas que permitan la socialización de estos procesos con los jóvenes y niños del territorio donde se opera.

### **Requisitos económicos.**

### **O) Contratación y generación de empleo.**

La agencia realizara un estudio de necesidades y capacidades de la comunidad local, con el fin de generar empleos prioritariamente para la misma y realizar gestiones que permitan capacitarlos para operar en el sector turístico, con base a esto se esmerará por realizar jornadas y pagos justos que permitan mejorar la calidad de vida de los colaboradores y de la comunidad en general, evitando riesgos a la población tales como explotación laboral a menores, discriminación a pobladores vulnerables.

Adicionalmente se realizaran campañas de publicidad donde se resaltarán productos y servicios existentes y dirigidos por la comunidad local, donde se incluyan también todos aquellos productos, bienes y servicios que presten personas con discapacidades físicas.

Por último será de gran importancia promover el consumo de productos y servicios locales, acorde a la disponibilidad de los mismos y la capacidad de respuesta de estos, por otra parte se rechazará todo tipo de discriminación de raza o género.

### **P) Capacitación de las comunidades locales.**

La agencia tiene claramente reflejado su compromiso con la comunidad, por tal motivo tiene establecido capacitaciones específicas para la integración de ésta en sus diferentes procesos y etapas, la cual estará soportada por la matriz de capacitación e información No 005.

### **Q) Beneficios indirectos.**

La interacción total y constante con la comunidad es un indicador de apoyo por parte de la agencia en actividades de servicio social, y asociado a procesos en pro de la mejora en la calidad de vida de la comunidad local, ya que está comprometida a involucrarse y generar diferentes apoyos a procesos no directamente relacionados con el turismo, por esta razón también tiene evidencia de su actividades de promoción de productos elaborados por las comunidades locales y su justa comercialización.

### **Otros requisitos.**

## R) Seguridad.

Para el cumplimiento de este requisito la agencia de viajes operadora tiene diseñado un protocolo de seguridad para cada servicio prestado, donde se tiene en cuenta colaboradores y visitantes, garantizando su total seguridad física y emocional. Por otra parte se le tendrá total rigurosidad con los criterios de compra para que los proveedores cumplan con parámetros de seguridad que garantice su total bienestar.

## S) Criterios de evaluación para el otorgamiento del certificado de calidad turística.

El comité que delego la agencia será el total responsable de hacer las labores necesarias para el total cumplimiento de esta norma en el momento que se tome la decisión de obtener el certificado de sostenibilidad turística.

### 4.6 Modulo de Finanzas

#### 4.6.1 Inversiones

Para la definición de los criterios, recursos, material y demás insumos necesarios para el diseño, operación y desarrollo de la agencia de viajes operadora, se estableció el siguiente cuadro donde se especifica en detalle el tipo de inversión, la descripción, valor y quien sería el posible aportante del mismo.

Tabla 23. Inversiones para la agencia de viajes operadora

<b>Inversiones para la Agencia de viajes operadora</b>			
<b>Item</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Aportante</b>
Construcción	Plataformas Canopy	\$9.000.000	Convocatoria
Construcción	Spa al aire libre	\$1.500.000	Convocatoria
<b>TOTAL</b>		<b>\$10.500.000</b>	
Adecuación	Casa de la cultura	\$2.5000.000	Alcaldía
Adecuación	Cocinas tradicionales	\$2.300.000	Convocatoria
Adecuación	Habitaciones centro de visitantes	\$7.000.000	DMI
Adecuaciones	Señalización y limitación de senderos	\$2.000.000	Convocatoria
Adecuación	Amoblado para el funcionamiento de la oficina para la agencia	\$3.000.000	Convocatoria
<b>TOTAL</b>		<b>\$16.800.000</b>	

Dotación	De lencería para las habitaciones del centro de visitantes	\$700.000	DMI
Dotación	Uniformes para el personal	\$500.000	Convocatoria
Dotación	Mejora en los diferentes comedores y/o restaurantes	\$1.500.000	Convocatoria
Dotación	Compra de software (sistema de reservas)	\$1.500.000	Convocatoria
	Compra de computadores	\$5.000.000	Convocatoria
Dotación	Dotación para cocinas tradicionales	\$1.500.000	Convocatoria
<b>TOTAL</b>		<b>\$10.700.000</b>	
Mercadeo	Elaboración de una campaña de promoción y comercialización	\$3.000.000	Convocatoria
Mercadeo	Evento de lanzamiento al público	\$2.000.000	Convocatoria
<b>TOTAL</b>		<b>\$5.000.000</b>	
Equipo	Compra de equipo de primeros auxilios	\$200.000	Convocatoria
Equipo	Impresoras, teléfonos, entre otros	\$600.000	Convocatoria
<b>TOTAL</b>		<b>\$800.000</b>	
Maquinaria	Compra de lavadoras	\$3.500.000	DMI
Asesorías	Asesoría comercial y de operación	\$3.000.000	Convocatoria
Insumos	Compra de utensilios para el spa	\$600.000	Convocatoria
Instalación	Eco tecnologías para la optimización del uso de energía y agua	\$5.000.000	DMI
Vehículo	Camioneta para la operación de la agencia de viajes	\$14.000.000	Convocatoria
<b>TOTAL</b>		<b>\$26.100.000</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>\$69.900.000</b>	

#### 4.6.2 Financiamiento

Como se define en el cuadro anterior de inversión inicial, la mayor cantidad de ítems estarán financiados por la convocatoria a la cual se pretende postular el proyecto a través de entidades como FONTUR, donde los requisitos que solicita el fondo se les dará cumplimiento con la formulación de este plan de negocios, fortalecido con la asesoría de especialistas en turismo, al cual se deberán generar retribuciones para el éxito del mismo y así mismo lograr mitigar la deuda.

### 4.6.3. Egresos e Ingresos.

#### 4.6.3.1 Gastos

Los gastos para la operación y funcionamiento están descritos en la matriz desarrollada a continuación, donde se involucran los gastos fijos, operativos, los cuales la agencia deberá responder mensualmente para garantizar una buena prestación de los servicios y posicionamiento de la misma.

Tabla 24. Gastos

<b>Gastos Agencia de Viajes Operadora</b>		
<b>Tipo de gasto</b>	<b>Gasto mensual</b>	<b>Gasto anual</b>
Personal administrativo	\$4.539.454	\$54.473.448
Personal operativo	\$1.378.908	\$16545896
Servicios Públicos	\$300.000	\$3.600.000
Papelería	\$80.000	\$960.000
Impuestos	\$70.000	\$150.000
Contador (por honorario)	\$689.454	\$8.273.448
Arrendamiento	\$600.000	\$7.200.000
Renovación de Software	\$100.000	\$1.200.000
Marketing	\$200.000	\$2.400.000
Mantenimiento de senderos	\$80.000	\$960.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$8.037.816</b>	<b>\$95.762.792</b>

#### 4.6.3.2 Costos

Para el establecimiento de los costos se recurre a la estructura sugerida por la guía para la elaboración de un plan de negocios para empresas de biocomercio, a través de la cual se establecen los criterios mínimos en términos de costos para la operación de los diferentes productos turísticos.

Tabla 25. Costos

<b>Costos Agencia de Viajes Operadora</b>		
<b>Tipo de costo</b>	<b>Razón</b>	<b>Valor del costo por mes.</b>
Personal operativo	Por pago de la nómina.	\$1.378.908

Pago de comisiones	Por venta de paquetes a través de agencias.	Valor sujeto a la venta mensual de paquetes
Pago a proveedores	Por compra de servicios (Transporte, alimentación, alojamiento, entretenimiento)	Valor sujeto a la venta mensual de paquetes
Alquiler de vehículos	Por prestación de servicios	Valor sujeto a la venta mensual de paquetes
Combustible	Vehículo privado de la agencia al destino.	Valor sujeto a la venta mensual de paquetes
Póliza de seguro para pasajeros.	Venta de paquetes	Valor sujeto a la venta mensual de paquetes

#### 4.6.3.3 Ingresos

El esquema de ingresos para la agencia de viajes tour operadora Feeling Trips, está definido por la cantidad de visitantes que tuvo el DMI planes de San Rafael en el año 2011, a través del cual se realiza el estimado de paquetes turísticos vendidos con hospedaje para el primer año de operación, con una tarifa promedio de los tres paquetes turísticos diseñados de \$372.000.

Tabla 26. Ingresos

<b>Ingresos por paquetes turísticos</b>			
<b>Mes de operación</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Cantidad de visitantes</b>	<b>Valor Total</b>
Enero	\$372.000	92	\$ 34.224.000
Febrero	\$372.000	10	\$ 3.720.000
Marzo	\$372.000	33	\$ 12.276.000
Abril	\$372.000	17	\$ 6.324.000
Mayo	\$372.000	82	\$ 30.504.000
Junio	\$372.000	88	\$ 32.736.000
Julio	\$372.000	74	\$ 27.528.000
Agosto	\$372.000	104	\$ 38.688.000
Septiembre	\$372.000	78	\$ 29.016.000
Octubre	\$372.000	40	\$ 14.880.000
Noviembre	\$372.000	66	\$ 24.552.000

Diciembre	\$372.000	16	\$5.952.000
<b>TOTAL</b>		<b>700</b>	<b>\$260.400.000</b>

#### 4.6.4 Flujo de caja

Tabla 27. Flujo de caja, paquetes

FLUJO DE CAJA PARA PAQUETES TURISTICOS						
		1	2	3	4	5
<b>Información base</b>	IPC	7.93	7.98	8.03	8.08	8.13
	<b>MOMENTO 0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Número de visitantes por año.	250	270	291	315	340	368
Precios	\$ 301.200	\$ 325.085	\$ 351.026	\$ 379.213	\$ 409.853	\$ 443.174
Ventas	\$ 75.300.000	\$ 87.772.950	\$ 102.148.566	\$ 119.452.095	\$ 139.350.020	\$ 163.088.032
<b>Total ingresos</b>	\$ 75.300.000	\$ 87.772.950	\$ 102.148.566	\$ 119.452.095	\$ 139.350.020	\$ 163.088.032
Gastos	\$ 61.288.186	\$ 66.148.340	\$ 71.426.977	\$ 77.162.563	\$ 83.397.297	\$ 90.177.498
Costos fijos	\$ 3.200.000	\$ 3.453.760	\$ 3.729.370	\$ 4.028.838	\$ 4.354.368	\$ 4.708.378
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	\$ 3.200.000	\$ 3.453.760	\$ 3.729.370	\$ 4.028.838	\$ 4.354.368	\$ 4.708.378
<b>COSTOS VARIABLES/UND</b>	\$ 294.000	\$ 317.314	\$ 342.635	\$ 370.149	\$ 400.057	\$ 432.582
<b>COSTOS TOTALES</b>	\$ 3.494.000	\$ 3.771.074	\$ 4.072.005	\$ 4.398.987	\$ 4.754.425	\$ 5.140.960
Inversión inicial		\$ 69.900.000	\$ 69.900.000	\$ 69.900.000	\$ 69.900.000	\$ 69.900.000
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 6.694.000	\$ 77.124.834	\$ 77.701.375	\$ 78.327.825	\$ 79.008.793	\$ 79.749.338
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>(\$ 349.500.000)</b>	\$ 10.648.116	\$ 24.447.191	\$ 41.124.270	\$ 60.341.227	\$ 83.338.694

Tabla 28. Flujo de caja, pasadias

FLUJO DE CAJA PARA PASADIAS						
		1	2	3	4	5
<b>Información base</b>	IPC	7.93	7.98	8.03	8.08	8.13
	<b>MOMENTO 0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

<b>Numero de visitantes por año.</b>	450	486	524	566	612	662
<b>Precios</b>	\$ 195.000	\$ 210.463	\$ 227.257	\$ 245.506	\$ 265.343	\$ 286.916
<b>Ventas</b>	\$ 87.750.000	\$ 102.285.018	\$ 119.082.668	\$ 138.956.396	\$ 162.389.916	\$ 189.938.392
<b>Total ingresos</b>	\$ 87.750.000	\$ 102.285.018	\$ 119.082.668	\$ 138.956.396	\$ 162.389.916	\$ 189.938.392
<b>Gastos</b>	\$ 34.474.605	\$ 37.208.441	\$ 40.177.674	\$ 43.403.942	\$ 46.910.980	\$ 50.724.843
<b>Costos Fijos</b>	\$ 1.800.000	\$ 1.942.740	\$ 2.097.770	\$ 2.266.221	\$ 2.449.332	\$ 2.248.463
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	\$ 1.800.000	\$ 1.942.740	\$ 2.097.770	\$ 2.266.221	\$ 2.449.332	\$ 2.248.463
<b>COSTOS VARIABLES/UND</b>	\$ 90.000	\$ 97.137	\$ 104.888	\$ 113.311	\$ 122.466	\$ 132.361
<b>COSTOS TOTALES</b>	\$ 1.890.000	\$ 2.039.877	\$ 2.202.658	\$ 2.379.532	\$ 2.571.798	\$ 2.380.824
<b>Inversión inicial</b>		\$ 69.900.000	\$ 6.990.000	\$ 6.990.000	\$ 6.990.000	\$ 6.990.000
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 3.690.000	\$ 73.882.617	\$ 11.290.428	\$ 11.635.753	\$ 12.011.130	\$ 11.619.287
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>(\$ 349.500.000)</b>	\$ 28.402.401	\$ 107.792.240	\$ 127.320.643	\$ 150.378.786	\$ 178.319.105



## 5. Conclusiones

La agencia de viajes operadora Feeling Trips, está caracterizada por no solo generar experiencias en los turistas basados en la fusión de dos tipologías de turismo que hasta ahora habían sido operadas de manera individual, permite resaltar, enriquecer y proteger los recursos naturales y culturales del territorio sobre el cual se opera, donde se trabaja constantemente por la calidad en la prestación de los servicios y el beneficio de los múltiples actores que involucran la operación, diseño, administración, distribución, disfrute y demás de la agencia de viajes operadora.

Al contar con una característica de sostenibilidad, las tecnológas involucradas en el desarrollo de esta propuesta, deben dar cumplimiento a los criterios de conservación y respeto por el ámbito local, donde la protección del medio ambiente, la tolerancia y rescate de la cultura local, deben asegurar la viabilidad de las diferentes actividades turísticas propuestas a largo plazo, acompañando por el apoyo a procesos de surgimiento de actividades económicas nuevas y alternativas que le aporten al equilibrio económico de la población local.

La propuesta de la agencia de viajes operadora ofrece actividades y experiencias que potencializan los cinco sentidos donde la percepción y valoración por el uso de los mismos en la vida cotidiana se valora, al igual que la sensibilización que se pretende generar en cada actividad tanto natural como cultural, en cada uno de los visitantes, esto con el fin de motivar a los pequeños cambios sociales, los cuales a largo plazo se vean reflejados no solo en el beneficio de la comunidad local y el turista, sino que logre romper las barreras de los paradigmas ambientales con los que cuenta la sociedad actualmente.

## 6. Bibliografía

ALEXANDER VON HUMBOLDT. Guía para la elaboración de un plan de negocios para empresas de biocomercio (documento en línea).

GERMAN FERRO MEDINA. Junio 2009. Guías de observación y valoración cultural (documento en línea).

ROSA ISABEL DUQUE – FREDY A. OCHOA. Universidad Externado de Colombia. Noviembre 2007. Guía para la elaboración de un plan de negocios con enfoque hacia la sostenibilidad. (Documento en línea).

CARDER. Plan de aprovechamiento y uso de los recursos naturales biocomercio, Parque Municipal Natural Planes de San Rafael, Santuario Risaralda (Documento en Línea)

CARDER. Plan de Manejo DMI Planes de San Rafael, Capítulo I Componente Descriptivo (Documento en línea).

PROEXPORT COLOMBIA. Turismo PAISAJE CULTURAL CAFETERO, Experiencias Únicas e Inolvidables. (Documento en línea).

SENATUR. 2010. Código de conducta del turista responsable.

NORMA TECNICA SECTORIAL NTS TS 003- Turismo Sostenible. Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

PABLO GARRIDO PINTADO. Junio 2011. Creatividad e innovación en la promoción turística On line.

PROEXPORT COLOMBIA. Informe de exportaciones, inversión y turismo, Risaralda. Julio 2009 (Documento en línea)

RAINFOREST ALLIANCE, Buenas Practicas para el Turismo Sostenible. (Documento en línea)

LICED FERNANDA MEJIA, LAURA MENDEZ, CRISTINA SALDARRIAGA, FELIPE VALENCIA. 2014. Trabajo de grado >Plan de aprovechamiento del potencial turístico del casco urbano del municipio de Santuario, DMI Planes de San Rafael, vereda Alta Campana y finca El Campamento>.

BRIYITHE MARIA MONSALVE APONTE. 2010. Tesis de grado Participación social en el manejo de áreas naturales protegidas (Risaralda). (Documento en línea).

Santuario, Risaralda- [Municipios.com.co](http://Municipios.com.co) 2016. *Municipios.com.co*. (on line)

Agencias Turisticas en Santuario- Café, Artesanias y Turismo, 2016.  
*Risaraldaturistica.com.co* (on line)

Calcular la muestra correcta- feedback Networks- Navarra- España, 2016.  
*Fedbacknetworks.com* (on line)

## 7. Anexos

### Anexo 1. Descripción actividades naturales y culturales

<b>Actividades culturales, Bienestar, aventura y Deporte</b>	
<b>Nombre de la Actividad</b>	<b>Recorrido por la calle real</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Al llegar al municipio de Santuario, el grupo se dispondrá a realizar un recorrido a pie por la calle Real, donde apreciarán coloridas casas coloniales representativas del municipio, se narrará la historia, arquitectura y los aspectos más relevantes del municipio, al igual podrán apreciar la iglesia de la inmaculada concepción, su plaza y calles principales, por último los visitantes tendrán la posibilidad de interactuar con la comunidad local durante el recorrido.
<b>Duración</b>	60 minutos aproximadamente.
<b>Perfil del Usuario</b>	Dicho recorrido está diseñado para personas atraídas por la cultura y arquitectura de un lugar, interesadas por relacionarse con la comunidad local y conocer su forma de vida, ideal para grupos familiares.
<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA, especializado en historia y cultura cafetera.
<b>Guion de trayecto</b>	<p><b>Etapas del Recorrido:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación del guía turístico con el grupo o el visitante.</li> <li>2. Introducción histórica del municipio.</li> <li>3. Inicio del recorrido por la Calle Real.</li> <li>4. Explicación de los componentes arquitectónicos y culturales presentes.</li> <li>5. Visita a Iglesia Inmaculada Concepción, explicación de los componentes arquitectónicos e histórico-culturales.</li> <li>6. Espacio de 30 minutos para el desarrollo de actividades libres.</li> </ol> <p><b>Plan técnico:</b> Senderos peatonales despejados y de fácil accesibilidad Libreto narrativo</p> <p><b>Descripción física del recorrido:</b> La ruta de este recorrido está definida por ser triangular la cual une los diferentes atractivos que componen esta actividad a partir de una carretera pavimentada de aproximadamente 700 metros en total.</p>

<b>Nombre de la actividad.</b>	<b>Visita a la casa de la cultura</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Los visitantes podrán visitar la casa de la cultura del municipio, donde tendrán la oportunidad de observar de actos culturales, como bailes, representaciones teatrales, con los cuales se les dará la bienvenida. Dichas representaciones estarán a cargo de un grupo teatral conformado por las mismas personas del municipio.
<b>Duración</b>	40 minutos
<b>Perfil del usuario</b>	Diseñado para niños, jóvenes y adultos, de género masculino o femenino, que se interesen por la cultura, que quiera conocer sobre sus tradiciones y expresiones culturales de un territorio y que al mismo tiempo le guste compartir con la comunidad local.
<b>Responsable</b>	Grupo de teatro del municipio, casa de la cultura de Santuario y la alcaldía.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida y presentación del grupo</li> <li>2. Entrega de souvenir o muestra artesanal</li> <li>3. Representación artística (baile, obras teatrales, declamación)</li> <li>4. Explicación de la muestra cultural representada</li> <li>5. Despedida y cierre de actividad</li> </ol> <p><b>Plan Técnico:</b> Instrumentos musicales Iluminación Equipo de sonido y amplificación Vestuario</p> <p><b>Descripción física del recorrido:</b> Se realizar en las instalaciones de la casa de la cultura del municipio, específicamente en el auditorio el cual cuenta con capacidad máxima para 40 personas del público, adicionalmente tiene una tarima de 5 mts de ancho, por 3 mts de largo. Este salón cuenta con sillas tipo Rimax, equipo sonido y mesas auxiliares.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Pesca deportiva</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Esta actividad recreativa, está diseñada para aficionados que desean tener un momento de esparcimiento donde pueden obtener en el lago de pesca, la trucha, considerado el plato típico de esta vereda, el cual será preparado al gusto y preferencia del visitante.

<b>Duración</b>	No se tiene tiempo definido, ya que está determinado por la destreza que tenga cada visitante, sin embargo se establece un tiempo máximo de desarrollo de 3 horas máximo.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad familiar o grupal donde se pretende generar un momento de integración y colaboración entre los visitantes.
<b>Responsable</b>	Personal encargado de la truchera y guías acompañantes del grupo.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida</li> <li>2. Instructivo de pesca</li> <li>3. Entrega de instrumentos de pesca</li> <li>4. Desarrollo de la actividad</li> <li>5. Preparación y disfrute del plato de trucha al gusto de cada persona</li> <li>6. Despedida</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b> Espacio donde se va a desarrollar la actividad ( Lago de pesca) Caña de pescar Carnada</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> El espacio donde se va a desarrollar la actividad está compuesta por un lago de pesca y de una plataforma en madera, cuenta con un restaurante al igual que con zonas verdes y juegos recreativos para niños.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Cabalgata</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Es una actividad recreativa y de aprendizaje, donde el visitante mediante un recorrido a caballo tendrá la oportunidad de conocer y aprender sobre los cultivos, tradiciones y cultura de la zona. Adicionalmente podrán contemplar la belleza paisajística del PCC y de la Perla del Tatama.
<b>Duración</b>	90 minutos
<b>Perfil del usuario</b>	Actividad diseñada para grupo de amigos y grupos familiares que les gusta disfrutar del aire libre y de un momento de integración, esparcimiento y un poco de aventura. Es importante tener en cuenta que está diseñada principalmente para los turistas que sientan afinidad por los equinos y en general las cabalgatas.
<b>Responsable</b>	Guía local, intérprete ambiental y capataz.
<b>Guion del trayecto</b>	<b>Etapas del recorrido</b> 1. Bienvenida

	<p>2. Adecuar el caballo para ser montado (ensillar, puesta de riendas)</p> <p>3. Inducción para garantizar confianza a la hora de montar el caballo</p> <p>4. Inicio del recorrido</p> <p>5. Explicación sobre los cultivos tradicionales</p> <p>6. Muestra gastronómica de los productos de cada cultivo</p> <p>7. Finalización de la actividad</p> <p><b>Plan técnico:</b> Caballerizas Caballos Senderos de herradura Cultivos Agroecológicos Libreto narrativo</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> La ruta definida para esta actividad está trazada por un camino de herradura, en el cual se pueden observar cultivos tradicionales de la vereda, es un sendero de accesibilidad media, este recorrido será circular y contara con aproximadamente 1,5Km.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Canopy</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	La actividad se compone de cuatro plataformas (una inicial, dos intermedias y una final), donde los visitantes podrán descender por las copas de los arboles, luego de haber realizado una caminata por el sector cascadas, permitiéndole al visitante experimentar una de las mejores actividades extremas, mientras contempla la flora y fauna del lugar y las diversas especies de aves que habitan en este bosque.
<b>Duración</b>	Tiempo máximo de desarrollo de 3 horas
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad pensada para personas jóvenes y adultas de edades entre los 17 y 40 años, amantes de los deportes extremos y de aventura, que les guste experimentar nuevas experiencias.
<b>Responsable</b>	Guía especializado en deportes extremos
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <p>1. Saludo de bienvenida</p> <p>2. Pequeña explicación de la actividad</p> <p>3. Preparación e Instalación de equipos</p> <p>4. Descenso en Canopy</p> <p>5. Finalización de la actividad</p> <p><b>Plan técnico</b> Plataformas (en maderplas)</p>

	<p>Arnés de seguridad  Cuerdas  Cables de acero  Templadores  Grilletes  Grapas  Guarda-cables  Sistemas de freno  Casco  Guantes  Radios de comunicación  Botiquín  Puntos de anclaje  Líneas de vida</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b>  Para esta actividad se definen cuatro rampas que componen las diferentes estaciones del recorrido (inicial, intermedias y final), es un descenso lineal de aproximadamente de 3 kilómetros, desde los 2400 MSNM hasta los 2100 MSNM, el recorrido se hace a lo largo del bosque que compone el sendero del sector cascadas, dentro de lo límites del territorio del DMI Planes de San Rafael.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido en jeep</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Es una actividad donde el turista podrá disfrutar del transporte tradicional del municipio al mismo tiempo del paisaje cultural cafetero, sus verdes montañas, casas campesinas y su comunidad.
<b>Duración</b>	90 minutos.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad diseñada para grupos familiares y de amigos, motivados por vivir experiencias diferentes, por disfrutar del paisaje y la cultura y tranquilidad que ofrece este lugar.
<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA y conductor del vehículo.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación del Conductor</li> <li>2. Preparación del vehículo</li> <li>3. Bienvenida</li> <li>4. Acomodación de los turistas</li> <li>5. Inicio del recorrido</li> <li>6. Observación del paisaje</li> <li>7. Finalización del recorrido</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p>



	<p>Vías terciarias sin pavimentar Vehículo tipo Jeep Wrangler tradicional</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> Esta actividad se realizara por lo vías terciarias del municipio, es una vía destapada relativamente en buen estado, adicionalmente se encuentra una gran riqueza paisajística.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Fogata de integración (mitos y leyendas)</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Es una actividad que permite a los turistas un momento de esparcimiento integración y recreación, además tendrán la posibilidad de conocer e imaginar con los mitos y leyendas del territorio, adicional a esto durante esta actividad los visitantes degustaran de un canelazo para hacer más amena esta actividad.
<b>Duración</b>	Se estima que para la realización de esta actividad se necesite de 120 minutos aproximadamente.
<b>Perfil del usuario</b>	Esta actividad está diseñada para grupos de amigos y grupos familiares, los cuales les guste disfrutar de un rato de esparcimiento y que se interesen por la cultura y mitología e historia de un sitio.
<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b> 1.Bienvenida 2.Presentacion del guía 3.Narracion de los Mito y leyenda 4.Canelazo 5.Finalizacion</p> <p><b>Plan técnico</b> Espacio para desarrollar la actividad Insumos para la fogata Libreto narrativo Canelazo</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> El lugar donde se llevara a cabo el desarrollo de dicha actividad, es un espacio amplio, plano, con zonas verdes, es un lugar muy agradable ya que posee una gran riqueza paisajística, adicional a esto cuenta con asientos en madera para mayor comodidad de los turistas y un punto central seguro para realizar la fogata.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido por villa de los condenados</b>

<b>Descripción de la actividad</b>	En esta actividad se realiza un recorrido por villa de los condenados, ubicada a menos de 400 metros del centro de visitantes, una antigua casa en estado de abandono, donde anteriormente habitaba una típica familia del campo, víctima del periodo de violencia en esta zona, durante este recorrido se narran los sucesos de violencia que se vivieron años atrás en este territorio, adicional se harán representaciones teatrales donde se recrea toda la historia del lugar, además se pondrá a prueba sus sentidos y que el turista pueda vivir por un momento una experiencia paranormal.
<b>Duración</b>	Se estima que para realizar esta actividad se necesitara de un tiempo aproximado de 2 horas
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad pensada especialmente para jóvenes o grupos de amigos, así como para personas que les gusten las situaciones paranormales y que sienta interés por los desafíos y situaciones extremas
<b>Responsable</b>	Grupo teatral del municipio, Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida</li> <li>2. Presentación del guía</li> <li>3. Inicio del recorrido por villa de los condenados</li> <li>4. Narración del guía en cada una de las secciones</li> <li>5. Representaciones teatrales</li> <li>6. Finalización</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p> <p>Espacio para el desarrollo de la actividad (casa abandonada en bahareque)</p> <p>Iluminación</p> <p>Equipo de sonido</p> <p>Linternas</p> <p>Ambientación</p> <p>Vestuario y maquillaje para los actores</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b></p> <p>Esta actividad se llevara a cabo en una casa abandonada de bahareque ubicada a aproximadamente a 15 minutos del DMI Planes de San Rafael, es un lugar con una gran riqueza paisajista, lo que hace de villa de los condenados un lugar donde el visitante sentirá miedo.</p>

<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Preparación de recetas tradicionales</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	En esta actividad los visitantes tendrán la oportunidad de aprender sobre el rescate, preparación y origen de las recetas tradicionales, adicional a esto podrán interactuar con la comunidad y la generación de una familia quien conserva la receta viva, ya que serán los encargados de enseñar desde la preparación hasta el emplatado y deguste del la receta tradicional.
<b>Duración</b>	Se estima que para esta actividad se necesite un tiempo de 2 horas aproximadamente.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad pensada especialmente para mujeres y hombres que sientan interés por la cocina tradicional, sin embargo no está sesgado a este tipo de turistas, sino que puede ser desarrollada por personas de 16 años en adelante.
<b>Responsable</b>	Mujeres cabezas de hogar, integradas al proyecto de cocinas tradicionales
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida del Grupo</li> <li>2. Presentación de las cocineras tradicionales</li> <li>3. Introducción sobre la historia de cocinas tradicionales</li> <li>4. Realización de la receta tradicional (cada turista)</li> <li>5. Emplatado</li> <li>6. Degustación de la receta tradicional</li> <li>7. Retro-alimentación sobre la experiencia</li> <li>7. Finalización de la actividad</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p> <p>Cocina Utensilios de cocina Ingredientes Recetario Delantales</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b></p> <p>La actividad se llevara a cabo en la vereda Alta Campana, Finca el campamento, para la realización de la actividad se dispondrá de una cocina tradicional con una capacidad para máximo 12 personas, 10 visitantes y dos cocineras tradicionales, las cocina tradicional está compuesta con un fogón de leña con capacidad</p>

	para 4 hornillas grandes, mesones en madera, pocetas para el lavado.
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Sesión de SPA</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante esta actividad el visitante tendrán la opción de escoger entre una variedad de terapias, algunas de estas terapias son realizadas con productos naturales típicos de la vereda, adicional a esto dicha actividad es pensada para que el turista tenga de un momento de descanso y esparcimiento y mejore su salud.
<b>Duración</b>	No se tiene tiempo definido, ya que esta actividad que está sujeta a la terapia escogida por cada turista.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad que la pueden realizar personas de una edad entre los 22 a hasta 65 años que sientan interés por el descanso y la salud o que requieran algún tipo de terapia o masaje por requerimiento medico o proceso de recuperación.
<b>Responsable</b>	Masajistas
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparación de los utensilios para realizar la actividad</li> <li>2. Bienvenida</li> <li>3. Preparación de la persona</li> <li>4. Realización de la actividad</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p> <p>Espacio para realizar la actividad  Camilla  Mesa auxiliar  Toalla  Aceites  Sillas  Ornamentación</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b></p> <p>Se contara con un spa en la vereda Alta Campana el cual va a estar construido en guadua al aire libre con velos que darán un poco de privacidad durante la terapia, por otro lado contara con elementos decorativos los cuales harán más ameno la terapia y más acorde con el espacio donde estará construido.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Terapia Reiky</b>

<b>Descripción de la actividad</b>	Esta actividad le permite al turista canalizar las 3 energías y así mismo transmitirla a través de la imposición de manos obteniendo paz, tranquilidad y equilibrio, es una actividad muy relajante para el visitante.
<b>Duración</b>	50 minutos
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad que la pueden realizar personas de una edad entre los 22 a hasta 65 años que sientan interés por el descanso, la salud y la neutralización de energías.
<b>Responsable</b>	Maestro de Reiky
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saludo de bienvenida</li> <li>2. Introducción</li> <li>3. Charla</li> <li>4. Desarrollo de la terapia</li> <li>5. Finalización de la actividad</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b> Espacio para el desarrollo de la actividad Colchonetas Toallas</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> El espacio donde se va a realizar la actividad es un terreno plano al aire libre, rico en paisaje, Tranquilo que permita el óptimo desarrollo de la actividad.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Olfatoterapia</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante el recorrido por el sendero de los sentidos se llevara a cabo la actividad de olfatoterapia, donde el visitante por medio del olor de aceites y plantas permitirá un reencuentro con los momentos del pasado y por medio de esta actividad le servirá para su relajación y salud.
<b>Duración</b>	El tiempo estimado para esta actividad es de 30 minutos
<b>Perfil del usuario</b>	Esta actividad está pensada para niños, jóvenes, adultos y personas con discapacidad sensorial.

<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA, especializados en actividades sensoriales e integrantes del la ECA Guillermo Castaño.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida</li> <li>2. Explicación</li> <li>3. Vendaje de ojos a los turistas</li> <li>4. Reconocimiento de las plantas aromáticas desde el sentido del olfato</li> <li>5. Momento de esparcimiento individual</li> <li>6. Retroalimentación de la experiencia</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p> <p>Sendero Vendaje Aceites Plantas aromáticas</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b></p> <p>El espacio donde se realiza la actividad es un sendero en forma circular, Plano, de fácil acceso, al aire libre, un sitio tranquilo y alejado para poder hacer del desarrollo de la actividad exitoso, donde las plantas y aceites estarán ordenados de tal manera que el elemento intermedio permita neutralizar los olores para continuar con la actividad.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido en globo</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante esta actividad el turista tendrá la oportunidad de conocer desde las alturas toda la riqueza paisajística que nos ofrece el paisaje cultural cafetero, además de vivir una experiencia única, ya que es un medio innovador que permitirá tener una nueva perspectiva del PCC.
<b>Duración</b>	60 minutos
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad diseñada para niños mayores de 5 años, jóvenes y adultos que le gusta salir de lo convencional y que se interesada por vivir experiencias nuevas.
<b>Responsable</b>	Piloto del globo
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparación del globo</li> <li>2. Bienvenida y degustación de café especial de la zona</li> </ol>

	<p>3. Instrucciones de la actividad  4. Proceso de inflado de globo con el turista  5. Inicio del recorrido  6. Descenso y abordaje de vehículo.</p> <p><b>Plan técnico</b>  Globo</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b>  Es una actividad que se realiza en un espacio despejado, se necesita de buenas corrientes de aire, para que el desarrollo de la actividad sea el ideal, además de los globos con capacidad para máximo 4 personas.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Charla sobre procesos agroecológicos</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante esta actividad se compartirán todo acerca de los procesos agroecológicos que se llevan actualmente a cabo en la finca el campamento, donde el turista podrá reconocer e identificar los beneficios y técnicas ancestrales aplicadas en los diversos cultivos y establecer un comparativo entre el monocultivo de mora y granadilla y el policultivo presente en la finca.
<b>Duración</b>	90 minutos
<b>Perfil del usuario</b>	Estudiantes de carreras afines al turismo y agronomía o carreras agrícolas, adicionalmente adultos entre los 40 y 50 años interesados en los procesos agroecológicos llevados en la finca.
<b>Responsable</b>	Guía, joven integrante de la ECA Guillermo Castaño.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida</li> <li>2. Explicación del recorrido</li> <li>3. Reconocimiento de los cultivos</li> <li>4. Recorrido por los cultivos</li> <li>5. Explicación de los procesos</li> <li>6. Degustación de los productos frescos del cultivo</li> <li>7. Finalización del recorrido</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b>  Cultivo agroecológico.</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b>  Para esta actividad de disponer de los cultivos de la finca, los cuales disponen de un área total de.... Los cuales se recorrerán</p>

	en un circuito circular donde se inicia y finaliza en la vivienda de la finca.
<b>Actividades Naturales</b>	
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Visita Orquidiario</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante esta actividad el turista podrá aprender sobre el cultivo, preservación y exposición de variedad de plantas de orquídeas que se encontrara a través de este recorrido, adicional a esto podrán participar en el proceso de sembrado de las plantas.
<b>Duración</b>	Para el desarrollo de esta actividad se dispone de un tiempo de 90 aproximadamente
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad pensada para personas en general, niños, jóvenes y adultos en especial mujeres entre los 30 y 65 años interesadas en la siembra y cultivo de flores.
<b>Responsable</b>	Guía local, especializado en floricultura, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida y presentación del guía</li> <li>2. Inicio del recorrido</li> <li>3. Explicación sobre siembra, cultivo, preservación de la planta.</li> <li>4. Entrega de la planta para que el turista la siembre</li> <li>5. Explicación y siembra de la planta</li> <li>6. Finalización de la actividad</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p> <p>Terreno Plantas de orquídeas Vasijas Tierra abonada Guantes Implementos de siembra</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b></p> <p>Esta actividad se va a realizar sobre un terreno plano, techado, el lugar cuenta con unas camas en madera donde están expuestas todas las variedades de plantas con que cuenta el orquidiario.</p>



<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido sector cascadas</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Es una actividad de alta complejidad, ya que es un recorrido que exige un buen estado físico para el buen desarrollo de la misma, por otro lado los turistas podrán disfrutar de la diversidad de flora y fauna, del sonido de las aves y experimentar algo de aventura al ascender por cuerdas para llegar hasta la cascada, adicionalmente los turistas disfrutaran de la belleza y majestuosidad de la cascada la cual tiene una caída de 35 metros, es una actividad que encierra un conjunto de actividades que la hacen muy enriquecedora.
<b>Duración</b>	Para la realización de esta actividad se estima un tiempo de 3 horas aproximadamente.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad dirigida a jóvenes y adultos, amantes de la naturaleza, que les gusta experimentar la aventura.
<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida</li> <li>2. Calentamiento</li> <li>3. Inicio de recorrido</li> <li>4. Hidratación</li> <li>5. Paradas técnicas e informativas</li> <li>6. Ascenso por cuerdas</li> <li>7. Arribo a la cascada</li> <li>8. Almuerzo (fiambre)</li> <li>9. Descenso en canopy</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p> <p>Botequín  Casco  Guantes  Hidratación  Libreto narrativo</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b></p> <p>Es un sendero de 3.5.Km de dificultad alta, donde se puede apreciar bosques maduros con especies en vía de extinción, una variada avifauna y la gran cascada ubicada aproximadamente a 2.000 msnm, durante el sendero hay sectores en los cuales se debe escalar por rocas con ayuda de sogas, el recorrido se</p>

	realizara sobre un camino de herradura y altos grados de inclinación.
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido por sendero de los anfibios</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante este recorrido el turista podrá conocer e identificar los anfibios presentes en el parque, ya que este es un sendero nocturno por una de las vías de la vereda San Rafael, donde se podrán sorprender con las especies más curiosas de anfibios.
<b>Duración</b>	Para la realización de esta actividad se necesitan de aproximadamente 60 minutos.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad diseñada especialmente para estudiantes interesado en el estudio de los anfibios ( herpetología), cabe destacar que de esta actividad puede participar desde niños, jóvenes hasta adultos mayores que se sientan atraídos por aprender y conocer este tipo de animales.
<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA, especializados en el estudio de los anfibios.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saludo de bienvenida</li> <li>2. Inicio del recorrido</li> <li>3. Explicación durante el recorrido</li> <li>4. Observación de anfibios</li> <li>5. Finalización del recorrido</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b> Linternas Libreto narrativo Botiquín</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> Es un sendero lineal realizado por una de las vías terciarias de la vereda, es una vía empedrada en buen estado, adicionalmente es un sendero que posee gran riqueza hídrica y paisajista, sendero lineal de aproximadamente 50 metros.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Visita finca El Campamento</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	El turista no solo tendrá la oportunidad de conocer la finca el campamento, la cual posee una casa tradicional de la cultura cafetera, también podrá compartir con la familia campesina y aprender sobre sus saberes y tradiciones ancestrales, adicional a

	esto poder disfrutar de la riqueza paisajística mientras se desplazan en un vehículo tradicional hasta este lugar.
<b>Duración</b>	
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad diseñada para público en general, niños jóvenes y adultos, de todas las edades.
<b>Responsable</b>	Mujeres cabezas de hogar, integradas al proyecto de cocinas tradicionales, Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida por parte de la familia</li> <li>2. Recorrido por la finca</li> <li>3. Degustación de una de las bebidas típicas de la vereda (jugo de mora)</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b></p> <p>Transporte tradicional Libreto narrativo</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b></p> <p>Para la llegada a la finca el campamento se hace por una de las vías terciarias de la vereda, la cual no se encuentra en muy buen estado, ya estando en la finca se cuenta con un terreno amplio en el cual está construida una vivienda tradicional, adicional a esto se pueden observar diferentes tipos de cultivos, como el de mora, granadilla entre otros, además de poseer una gran riqueza paisajista</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido por cultivos tradicionales</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	En esta actividad el visitante tendrá la oportunidad de hacer un recorrido por los cultivos tradicionales de la finca el campamento, por otro lado el guía que acompañara el grupo explicara paso a paso como es el proceso de cultivo haciendo que el turista no solo se lleve un aprendizaje, si no que pueda tener contacto continuo con las personas de la comunidad local.
<b>Duración</b>	Para el desarrollo de esta actividad se necesita de un tiempo aproximadamente de 90 minutos.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad pensada y dirigida a personas jóvenes y adultos que sienten una afinidad por el campo, que les guste aprender y vivir experiencias nuevas y lo más importante que se interesen por relacionarse con la comunidad.

<b>Responsable</b>	Guía local, encargado de la finca el campamento
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bienvenida y presentación del guía</li> <li>2. Indicaciones durante el recorrido</li> <li>3. Inicio del recorrido por los cultivos tradicionales</li> <li>4. Paradas técnica ( Explicación)</li> <li>5. Finalización del recorrido</li> </ol> <p><b>Plan técnico</b> Espacio para el desarrollo de la actividad Libreto narrativo</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> El lugar donde se va a desarrollar esta actividad es un terreno plano, amplio, dónde está cultivado, lulo, cebolla, mora, tomate de árbol, entre otros ya que estos productos son el sustento diario de la comunidad.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido por el sendero de los indios</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante esta actividad el turista tendrá la posibilidad de contemplar no solo la fauna y flora si no de la belleza paisajística y del cambio de vegetación que ofrece el recorrido, y las fuentes hídricas que se encuentran durante el trayecto, por otro lado el turista degustara de un almuerzo típico “Fiambre”, adicionalmente tener la posibilidad de recorrer una de las rutas de la cultura Quimbaya hacia las tierras de los Apías, el sendero de los indios es una actividad que requiere de mucho esfuerzo físico ya que la mayoría del día se está caminando, este sendero parte desde el DMI Planes de San Rafael, culminando en el municipio de Quinchia.
<b>Duración</b>	Al ser una actividad de alta complejidad se estima que el tiempo para la realización de esta es de aproximadamente de 9 a 10 horas.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad dirigida a personas que realizan trekking (caminatas de alta complejidad)
<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saludo y presentación del guía</li> <li>2. Indicaciones</li> <li>3. Calentamiento</li> <li>4. Inicio del recorrido</li> <li>5. Paradas técnicas</li> <li>6. Hidratación</li> </ol>

	<p>7. Almuerzo típico “ Fiambre  8. Finalización del recorrido  9 .Retorno DMI Planes de San Rafael</p> <p><b>Plan técnico</b>  Libreto narrativo  Binoculares  Botiquín  Hidratación  Vehículo</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b>  La actividad se realiza en un sendero lineal de alta complejidad, es un sendero con una diversidad de fauna flora y avifauna, durante el recorrido por el sendero el turista encontrara algunos afluentes hídricas, cambios en los tipos de bosque lo que hace que los visitantes puedan disfrutar completamente de esta actividad.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido por el sendero de las Aromáticas</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	En la actividad de las aromáticas los visitantes realizaran un recorrido donde pondrán a prueba el sentido del olfato ya que se enfoca en el reconocimiento de los aromas, en esta actividad el visitante tendrá los ojos vendado y sus pies descalzos con el fin de agudizar los sentidos, al finalizar la actividad la persona podrá escoger la planta aromática que desee para hacer una infusión y luego degustarla.
<b>Duración</b>	Para la realización de esta actividad se contara con un tiempo aproximado de 1 hora aproximadamente.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad dirigida a todo tipo de personas Niños jóvenes adultos adicionalmente personas con discapacidad sensorial.
<b>Responsable</b>	Especialistas en actividades sensoriales, Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA.
<b>Guion del trayecto</b>	<b>Etapas del recorrido</b> 1. Saludo y presentación del guía 2. Vendaje de los ojos a los turistas

	<p>3. Inicio de recorrido  4. Explicación por parte guía  5. Elección la planta aromática para infusión  6. Preparación de la infusión  7. Degustación  8. Finalización de la actividad</p> <p><b>Plan técnico</b>  Libreto narrativo  Utensilios para la preparación de las aromáticas  Vendas  Plantas de Aromáticas  Pocillos</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b>  El espacio donde se realiza la actividad es un sendero en forma circular, Plano, de fácil acceso, encerrado en maya para el cuidado de las plantas, los cultivos de aromáticas estarán sembrado en camas de madera dejando unos espacios amplios para el acceso de los visitantes ya que es una actividad en la que el turista no puede utilizar el sentido de la vista, adicional a esto el sembrado de las plantas van a clasificado por especie.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Recorrido por el sendero de los sentidos</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Durante esta actividad el turista tendrá que tener activos todos sus sentidos, ya que durante el recorrido tendrá que descubrir texturas, olores, sabores, lo que hace de este recorrido una actividad de aprendizaje y tendrá algo de diversión, adicional a esto las personas llevara vendados sus ojos y irán descalzos y guiados por la voz del guía.
<b>Duración</b>	El tiempo estimado para la realización de esta actividad es de 60 a 90 minutos aproximadamente.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad dirigida a todo tipo de personas Niños jóvenes adultos adicionalmente personas con discapacidad sensorial.
<b>Responsable</b>	Especialistas en actividades sensoriales y Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA.
<b>Guion del trayecto</b>	<b>Etapas del recorrido</b> 1. Bienvenida y presentación del guía 2. Explicación de la actividad 3. Vendaje de los turistas

	<p>4. Inicio del Recorrido  5. Reconocimiento de textura, olores, sabores durante el recorrido  6. Paradas técnicas ( explicación)  7. Finalización de la actividad</p> <p><b>Plan técnico</b>  Libreto narrativo  Vendas  Elementos para estimular los sentidos  Botiquín</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b>  Es un sendero plano, con fácil acceso, al aire libre donde el turista encontrara desde piedras, aromas y elementos con diferente textura para facilitar el desarrollo de la actividad, de aproximadamente 120 metros lineales.</p>
<b>Nombre de la actividad</b>	<b>Avistamiento de Aves y flora y fauna endémica</b>
<b>Descripción de la actividad</b>	Es una actividad en la cual se hacen diversos recorridos donde el visitante tendrá la oportunidad de conocer o reconocer sobre aves, plantas y animales endémicos de dicho territorio.
<b>Duración</b>	Como es una actividad que se realiza en diferentes recorridos en general se define un tiempo de 1 o 2 horas aproximadamente.
<b>Perfil del usuario</b>	Es una actividad dirigida a público en general niños jóvenes adultos, estudiante, extranjeros o personas que se interese por el estudio de las aves.
<b>Responsable</b>	Guía local, perteneciente al grupo de intérpretes GAIA.
<b>Guion del trayecto</b>	<p><b>Etapas del recorrido</b>  1.Bienvenida  2.Charla informativa sobre la fauna, flora y avifauna  3. Entrega de elementos para el avistamiento  4.Inicio del recorrido  5.Paradas técnicas  6. Explicación de las especies encontradas  7. Finalización de la actividad</p> <p><b>Plan técnico</b>  Libreto narrativo  Tarjetas explicativa sobre las especies endémicas  Binoculares</p>

	<p>Botiquín</p> <p><b>Descripción física del recorrido</b> Son recorridos por senderos ricos en fauna, flora y avifauna, de medio y bajo acceso, con buena vegetación, normalmente son espacios húmedos, durante este recorrido se pueden encontrar fuentes hídricas y vayas informativas que faciliten la actividad para el turista.</p>
--	---



## AGENCIAS DE VIAJES OPERADORA ESPECIALIZADA EN RECORRIDOS NATURALES Y CULTURALES

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer que tan interesado está usted en la práctica de actividades culturales y naturales al visitar el departamento de Risaralda y en específico el municipio de Santuario, junto con su área de conservación el DMI Planes de San Rafael ; de antemano agradecemos su atención y su tiempo.

No encuesta:

Fecha:

Encuestador:

### I. Perfil de la población encuestada

#### 1. SEXO

- A. FEMENINO
- B. MASCULINO

#### 2. NACIONALIDAD

- A. COLOMBIANA
- B. EXTRANJERO
- C. PAIS DE PROCEDENCIA

#### 3. EDAD

- A. ENTRE LOS 18 Y 25
- B. ENTRE LOS 36 Y 45
- C. ENTRE LOS 26 Y 35
- D. ENTRE LOS 46 Y 55
- E. MAYOR A 55

#### 4. NIVEL DE FORMACION

- A. PRIMARIA BASICA
- B. BACHILLERATO
- C. PREGRADO
- D. POSTGRADO

### II. Generalidades

#### 5. QUE LOS MOTIVO VISITAR EL EJE CAFETERO

- A. Descanso
- B. Negocios
- C. Visita a un familiar
- D. OTRO. CUAL?

#### 6. CON CUANTO TIEMPO DISPONE PARA SU ESTADIA EN EL EJE CAFETERO

- A. ENTRE 1 SEMANA Y 15 DIAS
- B. ENTRE 15 DIAS Y 1 MES
- C. MÁS DE UN MES
- D. MENOS DE UNA SEMANA

**7. SE INTERESA USTED POR ALGUN TIPO DE TURISMO EN ESPECIAL.**

- A. TURISMO CULTURAL
- B. TURISMO RELIGIOSO
- C. TURISMO NATURAL
- D. TURISMO DE AVENTURA

**8. QUE LE INTERESA MAS AL VISITAR EL PCC**

- A. La cultura cafetera
- B. Las áreas de conservación
- C. El patrimonio arquitectónico
- D. La gastronomía local y los cafés especiales

**9. SIENDE USTED INTERES POR TEMAS AGROECOLOGICOS Y DE CONSERVACION**

- A. SI
- B. NO

**10. CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR PAQUETES TURISTICOS EN LA ZONA (SE DA UNA PEQUEÑA EXPLICACION DE LO QUE CONTIENEN LOS PAQUETES).**

- A. DE \$80.000 A \$120.000
- B. DE \$130.000 A \$150.000
- C. DE \$180.000 A \$220.000
- D. DE \$230.000 A \$350.000
- E. MAS DE \$350.000