

# PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL DE LA FINCA CAFÉ MORRONES

PRESENTADO POR:

Ederson Porras Moreno

Cod: 10.033.381

Andrea Franco Serna

Cod: 1.088.304.704

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES  
ADMINISTRACION DEL TURISMO SOSTENIBLE  
VII SEMESTRE  
PEREIRA 2016

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL DE  
LA FINCA CAFÉ MORRONES

Proyecto presentado como trabajo de grado para optar al título de Tecnólogo en  
Gestión del Turismo Sostenible

PRESENTADO POR:

Ederson Porras Moreno

Cod: 10.033.381

Andrea Franco Serna

Cod: 1.088.304.704

DIRECTOR: MANUEL TIBERIO FLÓREZ CALDERÓN

DOCENTE

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES  
ADMINISTRACION DEL TURISMO SOSTENIBLE  
VII SEMESTRE  
PEREIRA 2016

## Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	5
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	6
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	7
<b>3.1.1. Objetivo general</b> .....	7
<b>3.1.1.2 Objetivos específicos</b> .....	7
<b>4. PLAN DE NEGOCIOS</b> .....	8
<b>4.1 RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	8
<b>4.2 MÓDULO DE SERVICIÓN</b> .....	9
<b>4.2.2. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO TURÍSTICO</b> .....	11
<b>4.3.1 DESCRIPCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO</b> .....	30
<b>4.3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA</b> .....	31
<b>4.3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA</b> .....	34
<b>4.3.3.1 ANÁLISIS DE ENCUESTAS</b> .....	38
<b>4.3.3.2 DATOS OBTENIDOS</b> .....	39
<b>4.3.3.3 ANÁLISIS ESTADÍSTICO</b> .....	39
<b>4.3.3.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b> .....	39
<b>4.3.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b> .....	43
<b>4.3.5 ESTRATEGIA PUBLICITARIA</b> .....	44
<b>4.4 MÓDULO DE ORGANIZACIÓN</b> .....	45
<b>4.4.2.4 MISIÓN</b> .....	50
<b>4.4.2.5 VISIÓN</b> .....	50
<b>4.4.3 Manual de estructura</b> .....	51
<b>4.4.4 Manual de funciones</b> .....	52
<b>4.5 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL</b> .....	56
<b>4.5.1. INTRODUCCIÓN</b> .....	56
<b>4.5.2 OBJETIVO</b> .....	57
<b>4.5.3 ALCANCE</b> .....	57
<b>4.5.4 DEFINICIONES</b> .....	57
<b>4.5.5. MATRIZ DE IMPACTOS Y ASPECTOS AMBIENTALES</b> .....	60
<b>4.5.6. Propuesta basada en los requisitos de sostenibilidad</b> .....	61
<b>4.6. MÓDULO DE FINANZAS</b> .....	79

4.6.2. Financiamiento .....	81
4.6.4. Ingresos y costos .....	81
<b>5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>82</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>84</b>
<b>7. ANEXOS.....</b>	<b>85</b>

## LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1</i> área de influencia de la finca turística café morrones .....	10
Tabla 2 Descripción de los servicios a ofrecer.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 3 Ficha de caracterización de atractivos .....	18
Tabla 4 Descripción de actividades turística .....	20
Tabla 5 Perfil del visitante PCC .....	30
Tabla 6 Fincas Productoras de Café y Prestadoras de servicios turísticos dentro del área de influencia del Proyecto Café Morrones. ....	32
Tabla 7 Comparación del producto frente a la competencia.....	33
Tabla 8 Matriz Dofa.....	46
Tabla 9 Cuadro de Mando Integrado .....	49
Tabla 10 Matriz de identificación y valoración de impactos ambientales .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla 11 Manejo del producto no conforme.....	68
<b>Tabla 12 Criterio de compra.....</b>	<b>76</b>
Tabla 13 Inversiones totales .....	79
Tabla 14 Gastos Totales .....	80
Tabla 15 Costos Variables por Visitantes .....	80
Tabla 16 Ingresos .....	81

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Ilustración 2 MAPA UBICACIÓN FINCA CAFÉ MORRONÉS .....	11
Ilustración 3 procesos para la prestación de servicios .....	24
Ilustración 4 Estadística ingreso de extranjeros al Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya .....	34
Ilustración 5 Demanda Según País de Origen 2012-2013.....	36
Ilustración 6 Motivo de Viaje de los Visitantes No Residentes, 2012-2013.....	37
Ilustración 7 Pernoctación Promedio 2012-2013 .....	38
Ilustración 8 Logo Café Morrones.....	44
Ilustración 9 Organigrama/Manual de estructura .....	51
Ilustración 10 Mapa de Procesos.....	65

## 1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo comprende el estudio de la viabilidad de un Plan de Negocios para el Producto Turístico experiencial de la finca Café Morrones.

El cultivo de café como producto ha venido reduciendo su participación en el PIB de Risaralda del 4,0% en el año 2000 al 2,5% en 2012. Esto se debe en gran medida a los descensos que presentó en los años 2004, 2008, 2009, 2011 y 2012, los cuales fueron más acentuados que las reducciones reportadas en el resto del país. En paralelo, un sector relacionado con la economía cafetera es el de hoteles, restaurantes y bares, que en parte reflejan el comportamiento del turismo, el cual aumentó en el mismo periodo, mostrando una mayor importancia que el cultivo de café. Esto se debe en gran medida al atractivo del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) y, más aún, si se tiene en cuenta que Pereira es de las tres ciudades del Eje Cafetero que tiene las mejores condiciones en cuestión de transporte aéreo, y un nivel de oferta comercial más amplio.<sup>1</sup>

Actualmente Pereira ocupa el octavo lugar dentro de los lugares turísticos preferidos por los visitantes nacionales y extranjeros en Colombia<sup>2</sup>, Este resultado no es una simple coincidencia, ya que el municipio ha venido destinando un monto importante de recursos para la promoción de la ciudad como destino turístico.

Según este estudio, de los 4 años a partir de los cuales se hizo la declaratoria oficial del PCC<sup>3</sup>, a través del Ministerio de Industria y Turismo se han invertido un total de \$12.600 millones en el desarrollo de proyectos relacionados con éste. Estos proyectos cobran vital importancia pues están encaminados a la preservación del patrimonio cultural, la producción cafetera y el medio ambiente.

De acuerdo a lo anteriormente dicho, el Plan De Negocios para el Producto Turístico experiencial de la finca Café Morrones pretende crear un producto turístico innovador y memorable donde los visitantes puedan encontrar un conjunto de servicios que generen una experiencia inolvidable y de gran impacto en la región.

---

<sup>1</sup> Pereira: contexto actual y perspectiva, Pérez Gerson Septiembre 2014

<sup>2</sup> Información reportada en la edición del 29 de marzo de 2014 del diario El Tiempo

<sup>3</sup> El 25 de junio de 2014 se cumplieron tres años.

Este producto busca brindar una serie de “Experiencias Memorables” a partir de la activación de los sentidos de la mano de la historia del Café y su legado, por medio de la familia caficultora, y la gente que labora y de manera autentica entrega lo mejor de sí... una familia que tras 5 generaciones, constituyen el ingrediente esencial del Paisaje Cultural Cafetero, y para la prestación y éxito de un servicio tan excepcional como su territorio.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

En el marco del turismo, Pereira está consolidándose en diferentes ámbitos de acuerdo a sus potenciales territoriales como: Oferta histórico-cultural, salud, reuniones, convenciones entre otros aspectos que permiten el desarrollo y los cuales han sido analizados y clasificados en el estudio de prospectiva territorial de la ciudad.<sup>4</sup>

En la actualidad en las veredas del Corregimiento de la Bella, ha desaparecido gradualmente el arraigo hacia la cultura cafetera, sumado la deserción de la comunidad campesina y la falta de una oferta en café que integre los diferentes atractivos de la cuenca del río Otún en el Corregimiento de la Florida.

De acuerdo a esta situación, La Finca Turística Café Morróns propone la planificación, proyección e implementación de una oferta turística en una finca cafetera, que reconozca y salvaguarde los elementos tangibles e intangibles de la vereda Morrón.

Ésta nueva propuesta basa en un estudio de mercado que arroja como resultado la poca oferta que se presenta el área metropolitana en cuanto a propuestas de turismo experiencial, donde el visitante pueda llevarse no solo el conocimiento de la cultura cafetera, sino también una experiencia de vivir en el auténtico “que hacer” que enmarca el Paisaje Cultural Cafetero.

Se busca con esto, afianzar los lazos entre la comunidad y el proyecto para crear en si una propuesta innovadora, única e inclusiva.

---

<sup>4</sup> ESTUDIO DE PROSPECTIVA TERRITORIAL, Pereira, ciudad región de futuro, Escenarios y estrategias del desarrollo territorial al año 2032 con base en la economía y la sociedad del conocimiento.p.61

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1.1. Objetivo general**

Desarrollar un plan de negocios para la oferta de un producto turístico experiencial, basada en el mejor café suave del mundo de la semilla a la taza.

#### **3.1.1.2 Objetivos específicos**

- ✓ Definir el producto turístico y los servicios relacionados con la experiencia turística de la finca Café Morronés.
- ✓ Evaluar el mercado actual, a partir de la dinámica turística que posee la región y el país.
- ✓ Proyectar los costos de prestación del servicio turístico, equipamiento y puesta en marcha del producto.
- ✓ Evaluar las condiciones actuales de la finca en producción y sostenibilidad, con el fin de mejorar, corregir y mitigar los posibles impactos ambientales por acción de la actividad turística.

## **4. PLAN DE NEGOCIOS**

### **4.1 RESUMEN EJECUTIVO**

El presente plan de negocios muestra una propuesta para la creación de un producto turístico experiencial en la finca café morrones, que se enfoca en brindar una oferta turística cafetera a los visitantes que llegan a la ciudad por medio de prácticas sostenibles, y así mismo el aprovechamiento de las características geográficas de Pereira la ciudad llamada “Perla del Otún”.

De esta manera, se propone la estructuración de un producto turístico, utilizando una metodología para la organización de un plan de negocios que se constituye por medio de cinco etapas: Servucción, sostenibilidad, Investigación de mercados, Organizacional, y Financiero.

Estas 5 fases del proyecto se basan en el comportamiento del turismo cultural y cafetero en la ciudad y los diferentes mecanismos que hacen posible la idea de un producto turístico experiencial.

La fase de servucción es la descripción a fondo del objetivo principal de producto como idea innovadora que busca realizar una nueva oferta en la ciudad, todo fundamentado en la fase de investigación de mercados donde se analizará a fondo el consumidor y la competencia para así proponer un producto que pueda satisfacer las necesidades del turista que viaja en busca de la cultura cafetera.

El componente con más importancia en el plan de negocios y que dará gran parte del elemento diferenciador del proyecto es la sostenibilidad aplicada al proyecto, fundamentándose en la normatividad legal vigente y los diferentes aportes del Proyecto Finca Café Morrones frente a la conservación del medio ambiente y el apoyo a las comunidades del territorio.

La fase organizacional se compone de la información constitutiva que corresponde a la empresa como la misión, visión, objetivos, esquema organizacional, y la forma en que estará constituida legalmente, toda esta información como fase inicial para dar apertura a la empresa.



Finalmente, toda la información anteriormente mencionada se soporta con los datos financieros en los cuales se justifica la viabilidad de la propuesta y se define el monto que tiene ejecutar la propuesta.

Es de anotar la ubicación privilegiada con la que cuenta la ciudad de Pereira, capital del departamento de Risaralda tal como lo afirma la Agencia de Promoción de Inversiones de Risaralda “Pereira y Risaralda cuentan con una ubicación geográfica inmejorable para hacer negocios, pues está ubicada en el corazón del Triángulo de Oro, área que concentra el 76% del PIB Nacional y el 56% del total de la población, están ubicadas de manera equidistante (200 Km lineales) a los tres principales centros de consumo nacional (Bogotá, Medellín y Cali) y al puerto marítimo Colombiano sobre el Océano Pacífico; Buenaventura. Adicionalmente, es el centro del Triángulo del Café, o Eje Cafetero, eco región que alberga 2,4 millones de habitantes y que constituye el área de influencia intermedia tanto en términos de consumo como de acceso a talento humano.<sup>5</sup>

Los datos anteriormente mencionados han dado pie a que el turismo experiencial y cultural se establezca como un eje de desarrollo en la ciudad aun sin contar en su totalidad con las características necesarias en cuanto a prestadores de servicios, por esto se propone el fortalecimiento de los atractivos que complementen la motivación de viaje y la creación de una nueva oferta que le permita al viajero tener una nueva experiencia y conocer la autenticidad y belleza de la porción que aquí tenemos del Paisaje Cultural Cafetero.

## **4.2 MÓDULO DE SERVUCCIÓN**

### **4.2.1. ÁREA DE INFLUENCIA DE LA EMPRESA (MATRIZ CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA Y UBICACIÓN GEOGRÁFICA)**

La finca Café Morrones se ubica en la vereda Morrón del Corregimiento de la Bella, a 1850 msnm, nos ubicamos en la divisoria de agua de los ríos Otún y Consotá. La cuenca del río Otún como un destino turístico es la primer entrada en la cual se influenciara el proyecto, partiendo también de involucrar a las comunidades aledañas a la vereda (Ver Ubicación geográfica en Mapa 1).

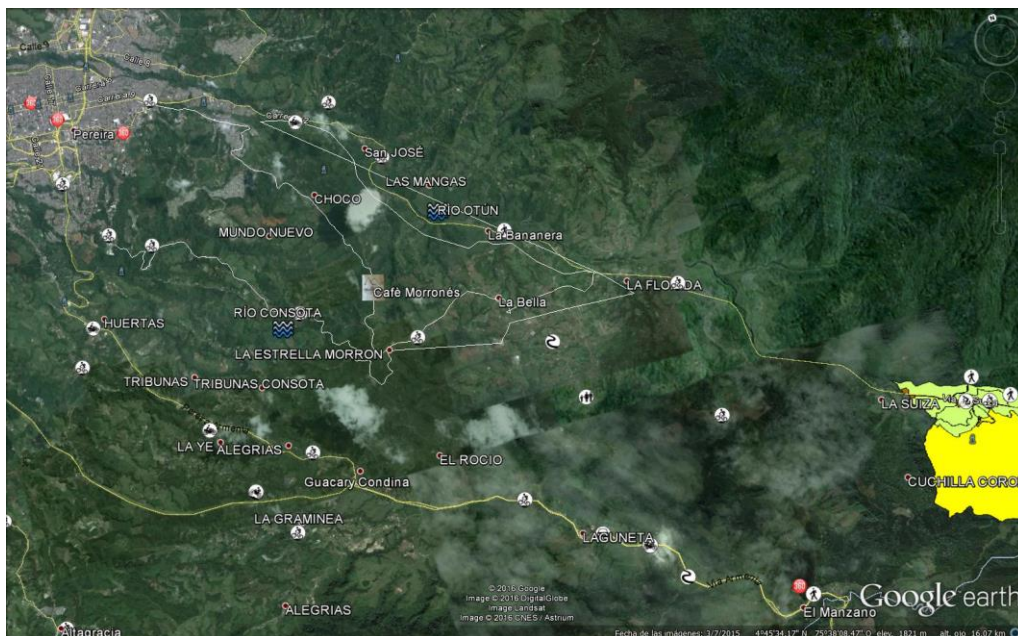
---

<sup>5</sup> Impacto de la infraestructura vial en el sector logístico para el desarrollo de la Competitividad en el departamento de Risaralda, Fundación Universitaria del Área Andina, 2013, Pág. 25.

*Tabla 1 Área de influencia de la finca turística café morrones donde se explican las características del área de influencia donde está ubicado el proyecto, Fuente: Elaboración propia.*

Ubicación Geográfica	Departamento	Risaralda
	Municipio	Pereira
	Corregimiento, vereda, caserío, barrio.	Corregimiento de la Bella – Vereda Morrón - Finca El Porvenir
Características Climatológicas	Altitud (msnm)	1850
	Temperatura Media anual (°C)	21
	Superficie terrestre	La localización de la finca se encuentra en una ladera empinada con pendiente de más del 30%, formada por cenizas volcánicas, situada en la divisoria de aguas de los ríos Otún y Consotá.
Características ecológicas	Relieve	Montañoso
	Agua, aire, suelo, fauna, flora	Como una de las micro cuencas más cercanas se encuentra la Quebrada la Bella, corredor biológico importante por su producción de agua, seguidamente en el área del proyecto se encuentran tres nacimientos con coberturas de bosque importantes en su trayecto. La adquisición de la finca circundante, ha generado un mosaico de regeneración natural compartida como agro ecosistemas cafeteros propicios para la movilidad de fauna en la zona, haciendo más importante las relaciones biológicas en el cultivo de café. En este marco existe una gran variedad de especies de fauna y flora (bosques en

		regeneración natural) brindando gran potencial a los visitantes.
	Usos actuales del sitio	Finca de café, cultivos de aguacate, lulo y cultivos de pan coger, yuca, plátano, áreas destinadas a la protección de fuentes hídricas.
Características Sociales	Organizaciones comunitarias	Junta de acción comunal de la vereda Morrón.
	Organizaciones gremiales	Juntas del acueducto veredal Asociación de Aguacateros ASOJAS.



*Ilustración 1 MAPA UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA FINCA CAFÉ MORRONÉS, (Fuente: Elaboración propia a través de la aplicación Google Earth)*

#### 4.2.2. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO TURÍSTICO

##### FINCA CAFÉ MORRONÉS.

La finca el porvenir ofrece a sus visitantes, la oportunidad de conocer una familia con más de 5 generaciones, donde podrá hacer recorrido por cultivos de café, apreciar la transformación del producto de café, en combinación con la oferta ambiental, donde podremos observar el cuidado de las cuencas abastecedoras de aguas que nacen en la misma finca y los corredores biológicos que garantizan la oferta natural.

Es importante resaltar que la construcción del producto turístico se enmarca en la salvaguarda del patrimonio cultural cafetero y las tradiciones de una familia campesina, resaltando la relación amigable con el agro ecosistema cafetero, apreciando atributos como:

1. Tradición cultural entorno al café
2. Conservación de fuentes hídricas
3. Arraigo cultural cafetero
4. Café en laderas
5. Finca típica cafetera
6. Producción del mejor café suave del mundo.

El visitante podrá experimentar con sus sentidos a 1850 msnm las características físicas, visuales, sensoriales, olfativas y gustativas reales de los componentes del paisaje andino cafetero.

- Características del piedemonte en la transición de las áreas protegidas.
- Casa típica de la vereda. Equipamientos para la producción de café.
- Guianza por el mismo productor de café

#### **4.2.2.1. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A OFRECER**

En la tabla numero 2 relacionada a continuación, se describen las actividades que componen las experiencias que vivirán nuestros visitantes y que en conjunto forman el producto turístico experiencial para la Finca Café Morrone. Éste producto está constituido por 7 actividades básicas donde se describe el proceso del Café, servicio de guianza, uso del transporte tradicional, y Cata y degustación de Café.

*Tabla 2 Descripción de los servicios de los servicios que componen el Producto Turístico Experiencial. Fuente: Elaboración propia.*

Nombre del producto o servicio	Tipo de servicio o producto	Descripción	Características técnicas
Guianza interpretativa	Recorrido por agro ecosistema cafetero	La Guianza tiene una duración de 1:30 minutos con 5 estaciones y con una capacidad de carga aceptable de 10 p Max.	nos apoyaremos en los elementos físicos naturales que tiene el sendero como distintos árboles, lista de chequeo, recomendaciones etc.
Consumo de productos típicos	Recordatorio de la experiencia en la finca café Morronés	La finca tendrá un stand con el producto café especial café morrones para la venta en media y en libras.	Exhibición de café
Experiencia en un transporte tradicional	Recorriendo paisajes cafeteros en transportes típicos	El recorrido desde Pereira tiene una duración de 30 minutos, en el cual se explicaran las características de los transportes típicos que han sido parte de la caficultura entre montañas.	Transportes típicos de la vereda.

Experiencia de beber cafés especiales.	Descubrir la revelación de los sabores sensoriales de un café de altura en una finca campesina.	Realizar tres métodos de preparación, donde el visitante podrá descubrir las características de un café especial.	Equipos y métodos de preparación de café. Stand para la cata de Café.
Paisajismo en montañas andinas.	Interpretación ambiental desde un auténtico cafetal del Paisaje Cultural Cafetero.	Transmitir a los visitantes la importancia de la declaratoria del PCC en la cual café morrones se encuentra inmerso, y reconocimiento de Fauna Y Flora	Binoculares, Guía interprete.
Recorrido por cafetales de sombrío	Conocer las características que dan origen a un café suave natural	Explicarle al visitante las interrelaciones ecológicas y variables climáticas a que son sometidos los cultivos de café, con el fin de producir bajo esa influencia un café de características excepcionales.	Guía, repelente contra insectos, gorra, cámara fotográfica.
Conocimiento de una familia campesina	Interpretar los valores y costumbres únicos de la convivencia de una familia campesina	El visitante podrá interrelacionarse, con los productores y la abuela, y conocer sus saberes tradicionales.	Cámara fotográfica.

#### 4.2.2.2. ESTADO DEL ARTE DE LOS SERVICIOS A OFRECER

La vereda Morrón del Corregimiento de la Bella, siempre ha tenido un desarrollo basado en el cultivo de café, sin apreciarse un valor agregado o acciones encaminadas a mejorar los procesos y las condiciones de las comunidades y las Familias presentes.

En el marco de las actividades turísticas, la cuenca del río Otún ha tenido un crecimiento significativo en afluencia de visitantes, donde se trabajan actualmente el mejoramiento continuo de productos y servicios que allí se ofrecen.

Desde el año 2014 en la Escuela de Turismo Sostenible, inicia la idea de Negocio Café Morronés, como parte de dar un valor agregado a la producción de café, donde se han adelantado diferentes acciones encaminadas a construir el producto turístico destacando las siguientes:

- Inventario de atractivos
- Poner el valor de la finca ante la familia, como alternativa de negocio
- Promoción ante distintas operadoras Turísticas
- Creación de Producto de Café Especial
- Enlaces con la Operadora Yarumo Blanco
- Recepción de 40 extranjeros de Brasil, Italia, Korea
- Participación en la feria de Anato, como parte de producto turístico de la cuenca del río Otún ofrecido por la Organización comunitaria Yarumo Blanco
- Creación de Marca de Café
- Creación de Logo

**Municipal:** En este contexto existen fincas en las áreas de Combia, Altagracia, Arabia, Caso finca don Manolo en el Municipio de Dosquebradas, Finca el Ocaso Municipio de Salento Quindío.

**Departamental:** El municipio del Risaralda por ser parte del PCC, cuenta con una oferta extensa y variada en sus diferentes Municipios.

**Regional:** Manizales, Quindío.

Con base en lo anteriormente planteado se realizó un estudio de la oferta que presenta el Paisaje Cultural Cafetero y allí se identificaron los principales prestadores de servicios turísticos dentro del área que comprende el proyecto Café Morrones y el departamento de Risaralda. Gracias a este estudio se identificaron dos tipologías: Fincas productoras de Café con emprendimiento turístico en el PCC (fincas que además de producir el café y comercializarlo, realizan la actividad turística en el área), y Fincas Productoras de Café con potencial para emprendimiento Turístico en el PCC (fincas que comercializan el café como producto y que tienen potencial para brindar una experiencia turística pero un no la implementan).

Se puede concluir que el departamento de Risaralda cuenta con una gran oferta en cuanto prestadores de servicios turísticos, siendo 10 quienes en este momento ofrecen esta actividad al público.

#### **4.2.2.3. MATRIZ DE UNIDADES DE GESTIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

A continuación se describe el recurso turístico con el que se cuenta para la prestación del servicio, la actividad turística a realizar con su respectivo guion temático, donde se describe paso a paso el servicio de guianza interpretativa y la experiencia memorable que recibirá el visitante. Se relaciona el servicio turístico a prestar para la creación de la propuesta turística y las alianzas estratégicas que se contemplan para el desarrollo de la actividad.

##### **4.2.2.3.1. RECURSO TURÍSTICO**

En la tabla número 3 que se relaciona a continuación se presentan los recursos naturales y culturales que se aprovecharán como atractivo turístico para el desarrollo de este proyecto. Estos recursos fueron priorizados, valorados y



ponderados según la Metodología para la Elaboración de Inventarios de Atractivos Turísticos, Bogotá 2009.

Una vez valorados los 16 atractivos sobre los cuales se va a basar la operación del producto turístico, clasificados en 8 atractivos naturales y 8 culturales, los resultados obtenidos fueron: que de los atractivos culturales el transporte típico y la cultura cafetera obtuvieron una valoración destacada, respecto a los demás atractivos culturales, dado que se ha conservado y ha perdurado el arraigo cultural en el tiempo. Por otra parte tanto el paisaje como los cultivos de café, fueron los atractivos naturales con mayor ponderación, debido a las características y atributos vivos, donde la técnica y tradición del cultivo han permitido la conservación del paisaje que da origen al producto turístico.

La Vereda Morrón, se encuentra ubicada en la divisoria de aguas de los ríos Otún y Consotá, por lo tanto se generan corredores hídricos para la conservación de especies y el abastecimiento de agua para las veredas el Porvenir del Corregimiento de la Florida y la vereda Mundo Nuevo del Corregimiento de Bella.

Nombre del recurso	Tipo de Patrimonio	Grado de Conservación	Condiciones de seguridad	Accesibilidad	Significado del recurso	Categoría de declaratoria	Calidad	Calificación total
Cultura Cafetera	1. Cultural	3. Alto	3. Alto	3. Alto	3. Nacional	Zona de influencia PCC	Tradicional	12
Costumbres Arraigadas	1. Cultural	3. Alto	3. Alto	2. Medio	2. Regional	Zona de influencia PCC	Tradicional	9
Saberes Ancestrales	1. Cultural	2. Medio	3. Alto	2. Medio	2. Regional		Tradicional	9
Gastronomía Campesina	1. Cultural	2. Medio	3. Alto	3. Alto	2. Regional		Tradicional	10
Memorias Culturales	1. Cultural	3. Alto	3. Alto	2. Medio	1. Local		Tradicional	9
Vestigios Arqueológicos	1. Cultural	2. Medio	3. Alto	2. Medio	2. Regional		Tradicional	9

Arquitectura	1. Cultural	1. Bajo	3. Alto	2. Medio	2. Regional		Colectiva	8
Transportes Típicos	1. Cultural	3. Alto	3. Alto	3. Alto	2. Regional		Tradicional	11
<b>NATURAL</b>								
Cascada	2. Natural	3. Alto	2. Medio	2. Medio	2. Regional	Zona de influencia PCC	Colectiva	9
Cultivos de Café	2. Natural	2. Medio	3. Alto	3. Alto	3. Nacional		Tradicional	11
Café Morron	2. Natural	2. Medio	3. Alto	3. Alto	1. Local		Colectiva	9
Paisaje	2. Natural	3. Alto	3. Alto	3. Alto	2. Regional		Colectiva	11
Area protegida Acueducto	2. Natural	3. Alto	3. Alto	2. Medio	2. Regional		Colectiva	10
Caminos Veredales	2. Natural	2. Medio	2. Medio	2. Medio	2. Regional		Tradicional	6
Cultivos Agroecológicos	2. Natural	2. Medio	3. Alto	2. Medio	1. Local		Tradicional	8
Mirador Natural	2. Natural	3. Alto	3. Alto	3. Alto	1. Local			10

*Tabla 2 Ficha de caracterización de recursos naturales y culturales que se aprovecharán como atractivo turístico para el desarrollo de las actividades turísticas. Fuente: Elaboración propia con base en la Metodología para la Elaboración de Inventarios de Atractivos Turísticos, Bogotá 2009.*

## **PARÁMETROS PARA EL USO Y APROVECHAMIENTO SOSTENIBLE TURÍSTICO**

Los parámetros para el uso y aprovechamiento sostenible turístico según la ley 99 del 1993 indican que es necesario que se haga un debido cuidado de los bosques y las fuentes hídricas, dicha normatividad es regulada por las Corporaciones Autónomas Regionales y abarcan las siguientes categorías.

- Protección de las fuentes Hídricas abastecedoras de acueductos rurales
- Protección de La Fauna
- Protección de la Flora

## **ACTOS Y PROCESOS QUE VIABILIZAN EL USO TURÍSTICO DEL RECURSO NATURAL O CULTURAL.**

Los actos o procesos institucionales, empresariales o Comunitarios, que desde la gestión cultural y ambiental viabilizan el uso turístico del recurso natural o cultural son:


- Plan de Ordenamiento Eco turístico de la Cuenca del Río Otún (POE)
- Plan de Turismo de Pereira
- Declaratorio del Paisaje Cultural Cafetero



### **4.2.2.3.2. ACTIVIDAD TURÍSTICA**



El perfil básico de las actividades que se diseñarán de acuerdo a la categoría de gestión según el modelo ambiental y cultural, basado en los recursos turísticos viabilizados se relaciona continuación y se explica a través un Guion Temático.


En la tabla No 4 se describen las actividades que se realizaran en cada una de las paradas del Recorrido, el guion del facilitador y la experiencia memorable que recibirá el visitante al realizar esta actividad.

Tabla 3 Descripción de actividades turística. Fuente: Diseño Propio

Estaciones para la realización de la actividad	Imagen del espació	Duración	Ubicación y manejo del espacio	Descripción del aprendizaje	Herramientas interpretativas	Experiencia turística
<p>N° 1 Saludo y Presentación de la actividad.</p>		<p>Acumulado: 0:0 Parcial: 20 min</p>	<p>El grupo se ubicará en un semi círculo 2 El guía se ubica en junto con el grupo, de tal manera que todos lo puedan ver y escuchar.</p>	<p>Se inicia con un Saludo y presentación de cada uno de los participantes. 1. Buenos días a todos mi nombre es Ederson Porras, el día de hoy vamos a realizar un recorrido por un auténtico cafetal del Paisaje Cultural Cafetero este recorrido tiene duración aproximada de 1 :40 a 2 :00 horas, en el cual vamos a observar lo relacionado con la cultura cafetera y como la naturaleza interactúa en él. 2. Nos vamos a presentar con cada uno de nuestros nombres y vamos a decir que nos motivó a venir. 3. vamos a realizar una actividad de calentamiento y estiramiento de miembros inferiores y superiores.(calentamiento dirigido)</p>	<p>Recomendaciones: No dejar residuos sólidos, llevar binoculares y usar ropa oscura y cómoda, bloqueador. 2 Ficha de las especies más representativas de árboles que podremos encontrar y aprender a identificar, una ficha didáctica plastificada por cada tres o dos personas. Esta guía tiene imágenes de las características del árbol, hojas, semillas y distribución.</p>	<p>El visitante se sentirá en un ambiente familiar y mágico que le permitirá conocer la verdadera cultura e historia del Café. Estará de la mano de una familia de 5 generaciones que se ha dedicado a cuidar y proteger esta hermosa cultura.</p>

<p>N° 2 Apreciación del paisaje hacia la ciudad de Pereira, contexto geográfico del lugar</p>		<p>Acumulado: 20 Parcial: 10 min</p>	<p>El grupo se ubica en un espacio amplio puede ser lineal que todos vean al guía.</p> <p>El guía se ubicará en una zona alto, de manera que todos le puedan ver.</p>	<p>1. Aquí nos encontramos ubicados en la vereda Morrón, finca el Porvenir en el corregimiento de la Bella en el Municipio de Pereira. En este momento del recorrido les contaremos a nuestros visitantes las características geográficas de la finca. 2. Contaremos la historia del café en la finca, poblamiento y desarrollo en el tiempo. Edad de la caficultura, e historia de la familia de generación en generación.</p>	<p>Ficha relacionado con la información histórica, de los lugares, caminos y puntos geográficos que tuvieron importancia en el crecimiento de la ciudad y sitios de referencia.</p>	<p>1. Descubrirá el encanto de la cultura cafetera detrás de años de historia y generaciones de amor por sus raíces. 2. Contemplar la majestuosidad de los paisajes andinos y el cambio entre los diferentes pisos térmicos.</p>
<p>N°3 inicio de sendero conociendo los agro ecosistemas cafeteros y la producción de café</p>		<p>Acumulado: 30 Parcial: 20 min</p>	<p>El guía caminará adelante del grupo mostrando el hermoso paisaje que se divisa desde la finca, explicando la</p>	<p>En este punto apreciaremos los secretos del cultivo del Café, los sombríos y el proceso de producción de éste.</p>	<p>1. Coco de coger café</p>	<p>De la mano de auténticos productores, el visitante descubrirá el hermoso mundo de la cultura cafetera y el proceso desde que se planta hasta que se lleva a la taza.</p>

<p>N° 4 Cultivos de café, asociaciones ecológicas, benéficas, importancia de la sostenibilidad en la caficultura</p>		<p>Acumulado: 50 Parcial: 15 min</p>	<p>El grupo se ubicara con la mirada ladera abajo hacia los cultivos de café, los bosques y las cuencas hídricas.</p>	<p>Tener áreas de bosque y cuencas protegidas nos representa una movilidad de fauna benéfica para los cultivos y representa un indicador del estado de la naturaleza. Las relaciones ecológicas de árboles y animales son importantes para el control de plagas.</p>	<p>Coco de recoger el café, disposición y mucha energía...!</p>	<p>Recoge tú mismo los frutos de la historia, procesarlo y preparar un delicioso café.</p>
<p>N°5 experiencia del beneficio de café, secado, almacenamiento, producción y comercialización</p>		<p>Acumulado: :65 Parcial: 15 min</p>	<p>1 El grupo ira caminando hasta el beneficiadero de café. 2. Se ubicara de manera que pueda observar los equipos e infraestructura que hacen parte de esta estación. 3 En este momento el turista podrá disfrutar del paisaje que le ofrece el bosque.</p>	<p>1. Conoceremos los procedimientos que son utilizados para la realización del beneficio de café, En esta zona podremos observar, el pelado de la cereza en la máquina de moler. 2. Procedimientos y manejo especial para la obtención de un producto como lo es un Café Especial. 3. protocolos para la producción de café. 4. Modos en que la familia comercializa el producto</p>	<p>Estructura y equipamiento en lo relacionado con el beneficio. Máquina de moler, marquesina de secado, rastrillo, tanques y accesorios relacionados con la recolección.</p>	<p>Viaja al origen del mejor café de mundo y descubre como 5 generaciones de familia toman grano a grano y lo convierten en historia y tradición.</p>

<p>N°6  Descubriendo los sabores del café de origen en una finca cafetera - cata de café.</p>		<p>Acumulado:1 :20  Parcial: 20</p>	<p>1 El grupo de ubica en un semi círculo, en las sillas ya dispuestas. Previo ya está el montaje con los equipos y lo necesarios para el desarrollo de la cata de café.</p>	<p>1. Conoceremos la experiencia sensorial de la semilla a la taza, Probaremos dos clases de café y posteriormente cada uno tendrá la oportunidad de preparar su propio café.</p>	<p>Utensilios:  - café en grano y molido  - agua  - colador  _prensa Francesa  - café en muestrario por media y por libras  - driper método de goteo  -chocolatera y agua de panela.</p>	<p>Conoce la experiencia de probar un Café Especial que elevara tus sentidos y conocimientos. Descubre cuales son las características que hacen de éste un Café único.</p>
---	---	---	--	---	--	--

### 4.2.2.3.3. SERVICIO TURÍSTICO

Los procesos, procedimientos y protocolos que se desarrollaran para la prestación de los servicios turísticos como se muestran a continuación en la ilustración numero 3:

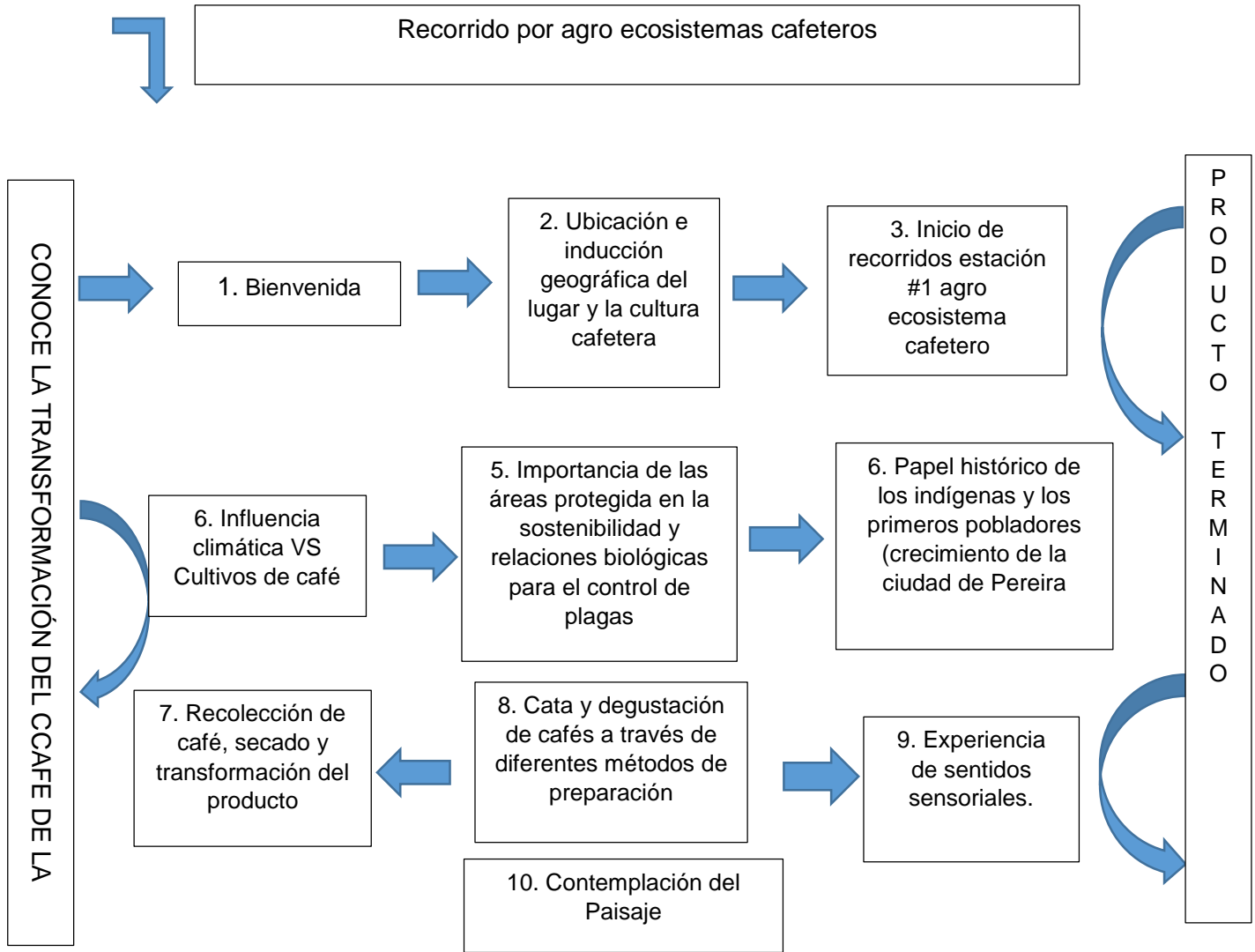


Ilustración 1 procesos para la prestación de servicios



#### **4.2.2.3.4. OFERTA TURÍSTICA**

En las acciones que hacen parte de mejorar y ofertar el destino de la cuenca del río Otún, e incorporar el producto café Morrones dentro de la oferta de destino de Naturaleza, se ha avanzado en las siguientes líneas como parte de incidir y apoyar la cadena de valor.

- ✓ **Red de Prestadores de Servicios Turísticos de la cuenca del Río Otún**  
Hacer parte de la Red e incidir en las decisiones de destino cuenca, aportando con calidad y servicio.
  
- ✓ **Prestador de Servicio Yarumo Blanco**  
Aunar esfuerzos con los Operadores de Servicio Turístico del Santuario de Fauna y Flora, como aliado estratégico de anclaje turístico.
  
- ✓ Como medio de canal de difusión, Café Santa Clara (Centro de Negocios) hace parte de nuestro canal de Posicionamiento, ya que ellos como torrefactores necesariamente reciben extranjeros y actualmente nuestro producto hace parte de un destino de café, en el cual pueden explicar la producción de orígenes de café.
  
- ✓ Como parte de las actividades de comercialización del producto turístico café Morronés, se ha realizado actividades conjuntas de acercamiento, conocimiento del proyecto, viviendo propiamente el espectro de actividades con:
  1. Operadora Comunitaria Yarumo Blanco
  2. Sol Tur
  3. Nature Trips
  4. Locos por la Bici
  5. Grupo de Caminantes Aukanes
  6. Colombia Adventure

Las alianzas estratégicas que se crean en este momento con los diferentes prestadores de servicios, son de gran importancia para la implementación y desarrollo del producto turístico en la Finca Café Morrones ya que nos permiten

realizar un servicio de calidad, yendo de la mano de personas que ya cuentan con una experiencia de empresa en el mercado.

## **4.3 MÓDULO DE MERCADOS**

### **4.3.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

La finca Café Morrones se ubica en la vereda Morrón del Corregimiento de la Bella, a 1850 msnm, nos ubicamos en la divisoria de agua de los ríos Otún y Consotá. La cuenca del río Otún como un destino turístico es la primer entrada en la cual se influenciara el proyecto, partiendo también de involucrar a las comunidades aledañas a la vereda.

Ofrecemos a nuestros visitantes, la oportunidad de conocer una familia con más de 5 generaciones, donde podrá hacer recorridos por cultivos de café, apreciar la transformación del producto de café, en combinación con la oferta ambiental, donde podremos observar el cuidado de las cuencas abastecedoras de aguas que nacen en la misma finca y los corredores biológicos que garantizan la oferta natural.

Es importante resaltar que la construcción del producto turístico se enmarca en la salvaguarda del patrimonio cultural cafetero y las tradiciones de una familia campesina, resaltando la relación amigable con el agro ecosistema cafetero, apreciando atributos como:

1. Tradición cultural entorno al café
2. Conservación de fuentes hídricas
3. Arraigo cultural cafetero
4. Café en laderas
5. Finca típica cafetera
6. Producción del mejor café suave del mundo.

El visitante podrá experimentar con sus sentidos a 1850 msnm las características físicas, visuales, sensoriales, olfativas y gustativas reales de los componentes del paisaje andino cafetero.

- Características del piedemonte en la transición de las áreas protegidas.
- Casa típica de la vereda. Equipamientos para la producción de café.
- Guianza por el mismo productor de café

## **PROMESAS**

Un producto turístico se puede considerar experiencial si es capaz de ser multi sensorial, responsable, personal, generar conexión, único y cualitativo emocionalmente. (José A García Suarez – como crear una experiencia turística Mayo 2007)

La finca turística Café Morrones, promete a sus clientes atesorar momentos culturales y memorables, a través de las características de una Familia con 5 generaciones de arraigo al café y empoderados de su territorio para la salvaguarda de la cultura.

El visitante podrá interactuar de primera mano con la Abuela, contadora de historias y quien es una de las fundadoras de la vereda morrón en las Montañas Andinas.

Conocerá las personas productoras del mejor café suave del mundo, para ingresar a los agroecosistemas cafeteros, descubriendo las relaciones naturales que aportan a la creación de un café de origen.

Sentarse en el patio de una finca cafetera y disfrutar con una taza de café Morronés el bonito paisaje de laderas entre las cordilleras Central y Occidental de los andes colombianos, lugar donde se disfruta el café más suave del mundo.

### ***DIRIGIDO A:***

Parejas

Grupos

Familia

Personas individuales

## **Caracterización de los servicios ofrecidos por la finca Café Morronés**

### **Servicio de Guianza**

Se realiza una Guianza interpretativa por los senderos del cultivo del café, donde se realizará un recorrido de 2 horas aproximadamente, con las siguientes estaciones de interpretación:

1. Apreciación del paisaje hacia la ciudad de Pereira, contexto geográfico del lugar
2. inicio de sendero conociendo los agro ecosistemas cafeteros y la producción de café
3. Cultivos de café, asociaciones ecológicas, benéficas, importancia de la sostenibilidad en la caficultura
4. Experiencia del beneficio de café, secado, almacenamiento, producción y comercialización.



*Ilustración 5 Servicio de Guianza*

### **Cata de café, Descubriendo los sabores del café de origen en una finca Cafetera:**

La cata de café, hace parte del proceso, por el cual percibimos los sabores y atributos de un café de origen, en este marco, mostramos al visitante las influencias climáticas, ecológicas y aquellas que hacen parte de la dedicación de una Familia cafetera.

El proceso de cata, hace parte de conjugar el producto de café con diferentes métodos de preparación y extracción revelando los sabores reales de un café de Origen utilizando variedades cultivadas en la finca como son Caturro, Típica y Castilla.

### **Valor del Servicio**

\$25.000 pesos por persona, que incluyen entrada, recorrido y cata de café.

### **Venta de productos del café**

Como parte de la oferta complementaria del producto turístico de café, los visitantes podrán llevar un recordatorio de la finca, para lo cual se tendrá venta de café Morronés, en libras y en medias.

### **Valor**

Café Morronés x 500 \$14000

Café Morronés x 250 \$7000

### **Tipo de usuarios**

Extranjeros (Estados Unidos, Japón, Alemania, Francia, España, Korea, Canadá, México, Ecuador y Argentina.)

### **La clase de servicio**

Para la finca turística café Morronés el servicio esta implementado por reservas, de tal modo que se denominara ocasional.



*Ilustración 6 Café Morrones como producto terminado.*

#### 4.3.1 DESCRIPCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO

Colombia en los últimos años ha mostrado una tendencia creciente en la industria del turismo. Una dinámica resultado del enfoque de la política nacional dirigida a fortalecer y consolidar la oferta turística y a incrementar los recursos para la promoción del país. Así, ha sido un propósito fundamental desde el gobierno central mantener los logros alcanzados y viabilizar al sector de gran representatividad en la economía nacional.<sup>6</sup>

Para el proyecto Finca Café Morrones se creó un perfil de viajero donde, como mercado total se clasifican las personas amantes del café y motivadas por la cultura cafetera, la naturaleza y el paisaje en la zona andina, el mercado potencial son los visitantes internacionales y nacionales, de edades entre los 20 años en adelante que aprecien la cultura cafetera. Operadoras turísticas, Empresas, extranjeros, comunidad local y la escuela de turismo sostenible.

El mercado objetivo se señaló según el estudio que se basó en datos arrojados por el Santuario de Flora y Fauna Otún Quimbaya y el DANE en la encuesta a extranjeros 2012-2013 donde se realizó un análisis tomando la edad promedio, forma de viaje, pernoctación, estatus escolar y perfil demográfico.

**Tabla 4 Perfil del visitante PCC, Fuente: Elaboración propia basados en el documento Unión Temporal THR, Diseño y estructuración de productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero.**

<i>Perfil Demográfico</i>	Hombre Adulto 31/40 años
<i>Grupo de Viaje</i>	Parejas, Individuales y Grupos.
<i>Estatus Escolar y Profesional</i>	Profesional, Trabajador independiente
<i>Motivos de Viaje</i>	Vacaciones, visita a la familia, Realizar actividades de aventura, turismo cultural y de naturaleza.
<i>Actividades Preferidas</i>	Conocer sitios históricos y culturales, descansar, apreciar el paisaje.
<i>Organización de Viaje</i>	Semi-organizado
<i>Estancia media</i>	3-7 días

<sup>6</sup> Situación actual de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero PCC, Diseño y estructuración de productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero, Bogotá 2013

#### **4.3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Se realizó un estudio basado en las Fincas productoras de Café con emprendimiento turístico en el PCC, y Fincas Productoras de Café con potencial para emprendimiento Turístico en el PCC <sup>7</sup> y allí se identificaron los principales prestadores de servicios turísticos dentro del área que comprende el proyecto Café Morrones y el departamento de Risaralda. Se identificaron dos tipologías de prestadores de servicio:

##### **Fincas productoras de Café con emprendimiento turístico en el PCC:**

Fincas productoras de café que ya se encuentran prestando servicios turísticos, además de ser comercializadoras de Café.

1. Flor de Apia
2. Finca Don Manolo
3. Café Monte Jazmín
4. La finca del café
5. Finca el placer
6. Finca Buena vista
7. Hacienda Venecia
8. Hacienda Génova
9. Finca Atenas
10. El porvenir

---

<sup>7</sup> Unión Temporal THR, Diseño y estructuración de productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero.

**Fincas Productoras de Café con potencial para emprendimiento Turístico en el PCC:**

Fincas productoras de café con proyección para la prestación de servicios turísticos dentro del área del paisaje cultural cafetero pero que aún no prestan este servicio.

1. Aso manantial Café
2. Hacienda Horizontes
3. Apecafeq
4. Café Símbolo.

Se detecta en el estudio en total 10 prestadores de servicios que podrían ser catalogados como competencia para Café Morrones, sin embargo solo 3 de estas están dentro del área de influencia del proyecto, ya que las demás se encuentran dentro del departamento de Risaralda pero ninguna se encuentra dentro del área metropolitana.

Según lo dicho anteriormente, en la tabla numero 6 relacionada a continuación, se pueden identificar como competidores directos del Proyecto Turístico Finca Café Morrones la Finca Don Manolo, Hacienda Génova y Café Monte Jazmín, a continuación, se relaciona un comparativo entre cada una de las partes en cuanto a ubicación, tarifa y estrategias de comunicación que actualmente usan:

**Tabla 5 Fincas Productoras de Café y Prestadoras de servicios turísticos dentro del área de influencia del Proyecto Café Morrones. Fuente: Elaboración propia basados en información suministrada por las páginas web de los prestadores de servicio.**

Nombre del Establecimiento	Valor del servicio	Ubicación	Canal de Distribución	Página Web
Café Don Manolo	Desde \$30.000	Vereda el Estanquillo Dosquebradas   Ruta al alto del nudo, Pereira	Uso de GDS, redes sociales y pagina Web	<a href="http://www.cafedonmanolo.simdif.com">http://www.cafedonmanolo.simdif.com</a>
Café Monte Jazmín	Desde \$30.000	Vereda Pital de Combia, Sector El Mango, Finca	Uso de GDS, redes sociales y	<a href="http://www.montejazmin.com/">http://www.montejazmin.com/</a>



		El Jazmín, Pereira	pagina Web	
Hacienda Génova	Desde \$39.000 hasta \$87.000	Vereda Monte largo, Pereira	No cuenta con página web, pauta en algunos blogs de viajes	<a href="http://www.pereira.travel/servicios/proceso-del-caf-hacienda-genova-en-risaralda">http://www.pereira.travel/servicios/proceso-del-caf-hacienda-genova-en-risaralda</a>

8

En la tabla que se relaciona a continuación, se hace una comparación del producto que ofrecemos en el proyecto Finca Café Morrones y los productos que actualmente manejan los prestadores de servicio, se puede observar que se resaltan las características más relevantes de los productos y las fortalezas y desventajas frente a la competencia.

Producto/servicio de mi empresa	Características relevantes	Productos/servicios de la competencia	Ventajas frente a la competencia	Desventajas frente a la competencia
Servicio de Guianza, Cata de Café e interpretación ambiental.	Servicio experiencial, personalizado, realizado por una familia de 5 generaciones con conocimiento en la cultura cafetera.	Recorrido guiado y Cata de Café.	5 generaciones dedicadas al cuidado del café y el legado de la cultura cafetera.	Falta de tecnología para la preparación y cata del café.
Venta de Café	Producto de calidad, Café especializado.	Venta de Café		Falta de publicidad y comercialización del producto

**Tabla 6 Comparación del producto frente a la competencia, Fuente: Elaboración propia basados en información suministrada por las páginas web de los prestadores de servicio.**

<sup>8</sup> Fuente: Elaboración propia basados en información suministrada por las páginas web de los prestadores de servicio.

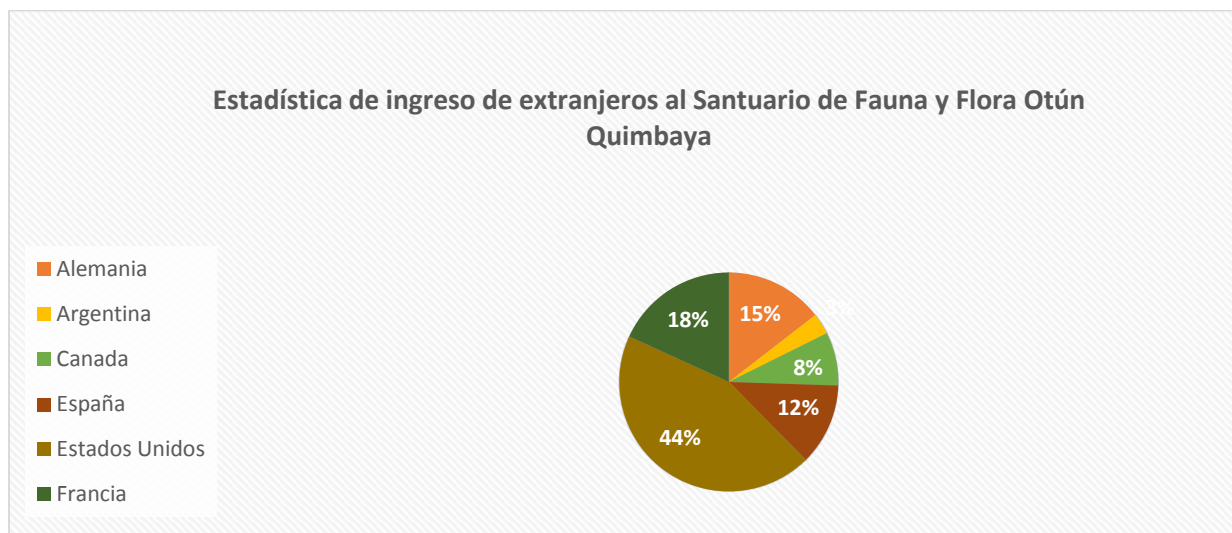
### 4.3.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para el estudio de la se demanda se tomaron fuentes secundarias con base a datos suministrados por la operadora turística Yarumo blanco, siendo ellos nuestro principal aliado y con los cuales se proyecta realizar la puesta en marcha del producto.

La cuenca del río Otún se está consolidando actualmente como un destino turístico de Naturaleza, ya que cuenta con características de destino que hacen que sea buscada por diferentes viajeros.

Quienes llegan a la cuenca del río Otún buscan realizar actividades como:

- Avistamiento de aves
- Caminatas ecológicas
- Fotografía y Videos
- Ciclismo
- Conocimiento de la Cultura local.



*Ilustración 2 Estadística ingreso de extranjeros al Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, Fuente: Elaboración propia basada en datos suministrados por la Unidad de Parques Nacionales al Santuario de Flora y Fauna Otún Quimbaya, ingreso de visitantes durante el año 2015.*

En datos aportados por la Unidad de Parques Nacionales al Santuario de Flora y Fauna Otún Quimbaya, se evidencia que los países con mayor número de visitantes

durante el año 2015 están liderados por Estados Unidos en un 44% con 253 visitantes, seguido de Francia con un 18% con 104 visitantes, Alemania en un 15% con 83 visitantes, España en un 12% con 69 visitantes, Canadá en el 8% con 45 visitantes y finalmente Argentina en un 3% con 18 visitantes.

Por este motivo se han elegido estos países como mercado objetivo para el proyecto Café Morrones.

### **La demanda actual y potencial para el Paisaje Cultural Cafetero:**

Según el estudio del Diseño y estructuración de productos turísticos del PCC<sup>9</sup>, De los 5,4 millones de viajeros estimados en Colombia en 2012, un 30% aproximadamente son extranjeros.

En el año 2012, en Colombia se movieron 3,7 millones de viajeros nacionales y llegaron cerca de 1,7 millones de viajeros extranjeros<sup>10</sup>. La evolución de ambos grupos en los últimos 5 años ha sido positiva. El crecimiento de los turistas extranjeros ha sido constante, con porcentajes en 2011 y 2012 de alrededor del 7%. Un dato que según Proexport<sup>151</sup>, se ha mantenido en el primer trimestre del presente año 2013. A pesar de este crecimiento constante, el turista extranjero sigue representando una tercera parte del volumen total de turistas.

Este estudio nos revela que el PCC, con un total estimado de 0,8 millones de viajes, concentra aproximadamente el 15% de los movimientos viajeros totales en Colombia.

### **Demanda Según País de Origen**

A continuación se relaciona en la Imagen, datos suministrados por la DIAN 2012-2013<sup>10</sup>, donde nos muestra el número de viajeros por continente que se recibieron durante los últimos 4 meses del año 2012 y todo el año 2013 siendo Europa y Norte América los continentes producen la mayor cantidad de viajeros para Colombia y siendo en 2012, Septiembre el mes con mayor llegadas (149.915), seguido en 2013 por los meses de enero con 193.427, abril con 128.456, Mayo con 130.202, y agosto con 140.522 personas.

---

<sup>9</sup> Fontur 2013, DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL PCC.

<sup>10</sup> Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) Bogotá 2013

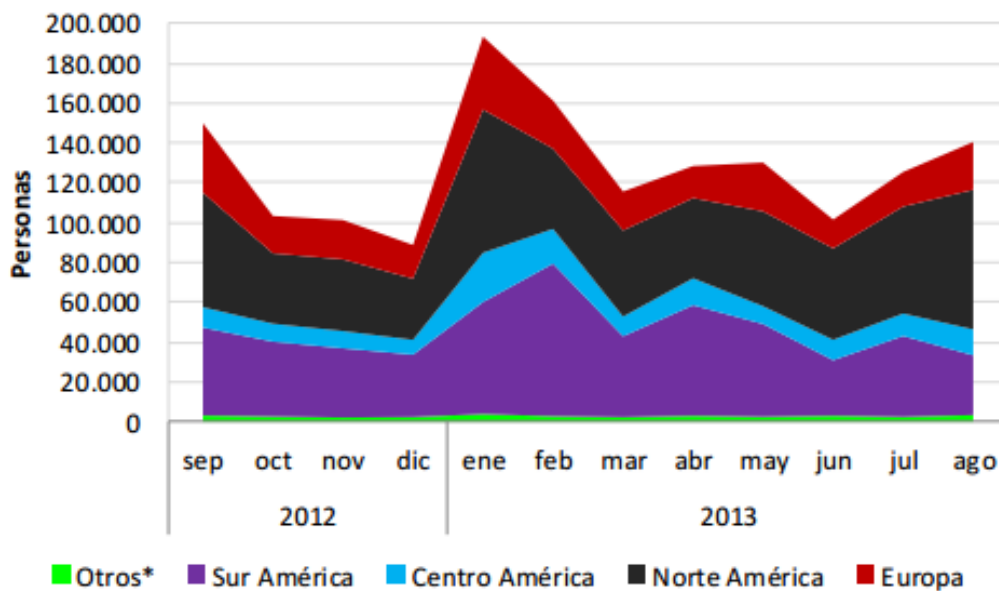


Ilustración 3 Demanda Según País de Origen 2012-2013. Fuente: DANE, Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) Bogotá 2013.

Sin embargo según el estudio para el diseño y estructuración de productos turísticos del PCC<sup>11</sup>, para éste predomina EEUU en un 36% en cuanto a mercado de origen de turistas que llegan a esta región, seguido por España con un 13%.

### **Demanda Según Motivo de Viaje**

Según información extraída del estudio “La encuesta de viajes internacionales, EVI” del DANE el porcentaje más representativo de las estadísticas a continuación relacionadas, da a conocer los negocios como principal motivo de viaje de las personas que llegan a Colombia:

<sup>11</sup> Ruta del Café para el desarrollo económico y social del departamento de Quindío”, NSM Consultores, 201

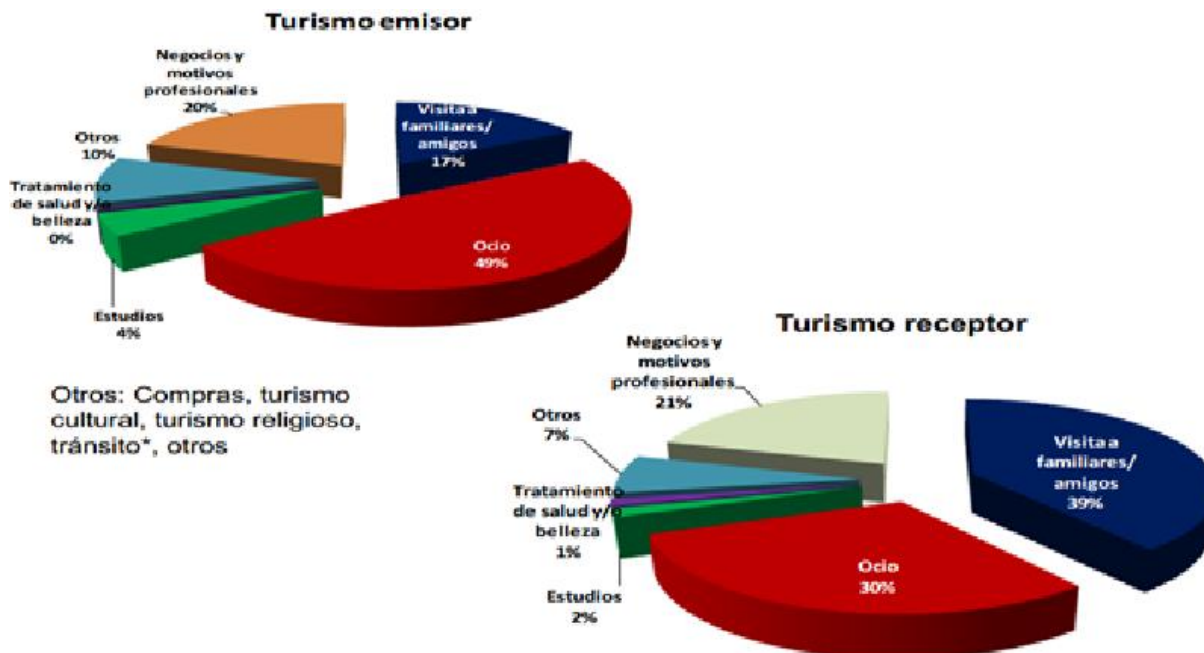


Ilustración 4 Motivo de Viaje de los Visitantes. Fuente: DANE, Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) Bogotá 2013.

“Investigación internacional de mercados para la región de América”, estudio realizado por SigmaDos-THR en 13 mercados americanos en 2012, se estima que únicamente un 43% de los viajeros que llegan a Colombia lo hacen con el motivo exclusivo de pasar unas vacaciones, mientras que el 38% lo hacen con el motivo principal de visitar a familiares y amigos, quedando un 19% que viajan por motivos de negocio<sup>12</sup>.

### Organización del Viaje

La organización del viaje del turista de un estudio del DANE<sup>13</sup> en los 4 últimos meses del 2012 y durante todo el año 2013, de un total de 1.539.965 visitantes, 371.742 organizan su viaje por medio de una agencia de viaje en Colombia o en el país de origen o con terceros que no son agencias de viaje, 1.085.692 personas organizaron ellos mismos su viaje, y 82.531 personas usaron más de un tipo de organización del viaje y otro tipo de organización.

<sup>12</sup> Diseño y estructuración de productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero

<sup>13</sup> DANE - Encuesta de Viajeros Internacionales, 30 de diciembre de 2013

## Pernoctación promedio

Se evidencia según la EVI<sup>14</sup> que de las personas que viajan a Colombia el 5% de esta cantidad pernoctan en la ciudad de Pereira, por encima de Bucaramanga, Armenia, Santa Martha y Manizales, y con tan solo una diferencia del 3% con Cartagena ciudad de vocación turística.

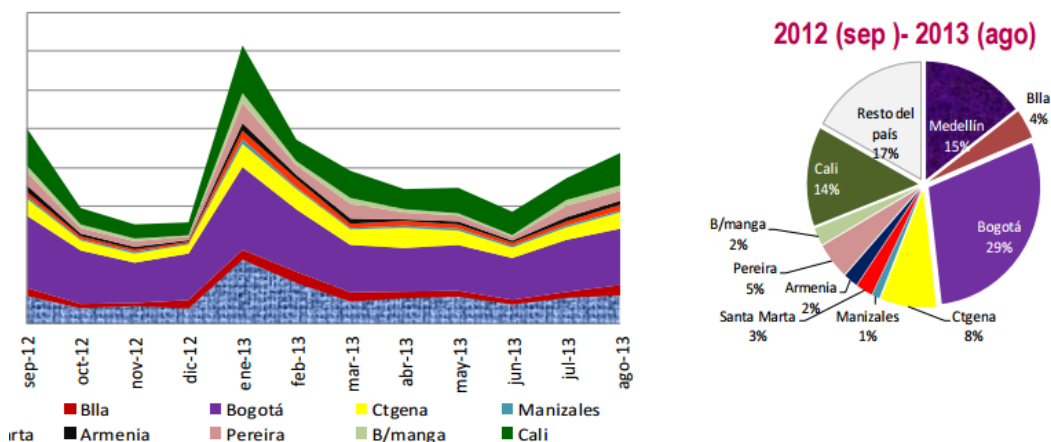


Ilustración 5 Pernoctación Promedio 2012-2013. Fuente: DANE, Encuesta de Viajeros Internacionales (EVI) Bogotá 2013.

### 4.3.3.1 ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Para la investigación efectuada en el marco del Turismo cultural, con el objetivo de hallar resultados que permitan la toma de decisiones asertivas para el diseño de una propuesta de Plan de negocios para el producto turístico experiencial de la finca café morrones se realiza un análisis estadístico con las siguientes características:

Se ha elegido un tipo de muestreo no aleatorio que se caracteriza por la no rigurosidad que genera el estudio, ya que los investigadores que hacen parte del proceso, cuentan con limitaciones de tiempo y recurso humano al momento de realizar el proceso de recolección de datos.

<sup>14</sup> DANE - Encuesta de Viajeros Internacionales, 30 de diciembre de 2013

Teniendo en cuenta que la finca cafetera se especializa en un segmento del mercado específico, se opta por realizar un muestreo discrecional que permite seleccionar los sujetos que harán parte de la muestra con el fin de hallar los resultados esperados. Sin embargo, de acuerdo a las limitaciones anteriormente mencionadas, el equipo investigador logra obtener una muestra de 60 encuestas teniendo en cuenta que se realizan únicamente a un segmento específico de la población.

#### **4.3.3.2 DATOS OBTENIDOS**

Para recolectar los datos que se hacen necesarios en la investigación del producto turístico experiencial de la finca café morrones se diseña una encuesta basada en 6 preguntas fundamentales de selección múltiple, que nos permiten hallar resultados sobre las características y preferencias del viajero (ver anexo).

#### **4.3.3.3 ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

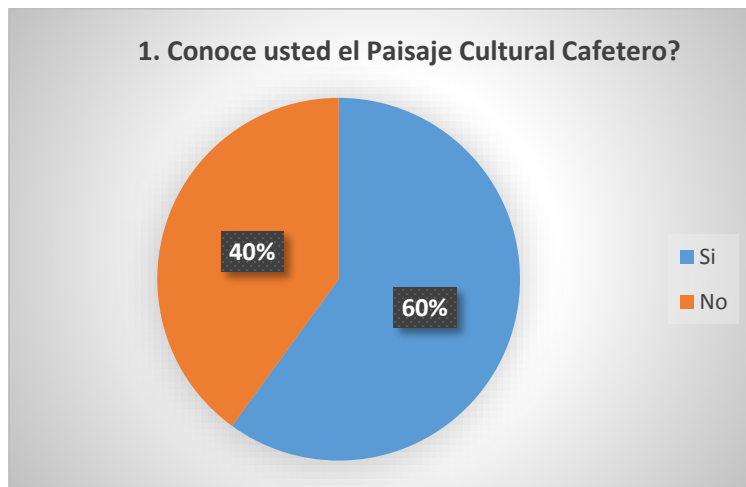
En el marco de la investigación de mercado para el producto turístico experiencial de la finca café morrones se ha realizado una encuesta a los viajeros que llegaron a la ciudad de Pereira entre los días 1 de Abril al 5 Abril del 2016, quienes se encontraron visitando el Santuario de Flora y Fauna Otún Quimbaya, el cual cuenta con un perfil de turismo de naturaleza y turismo cultural.

#### **4.3.3.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

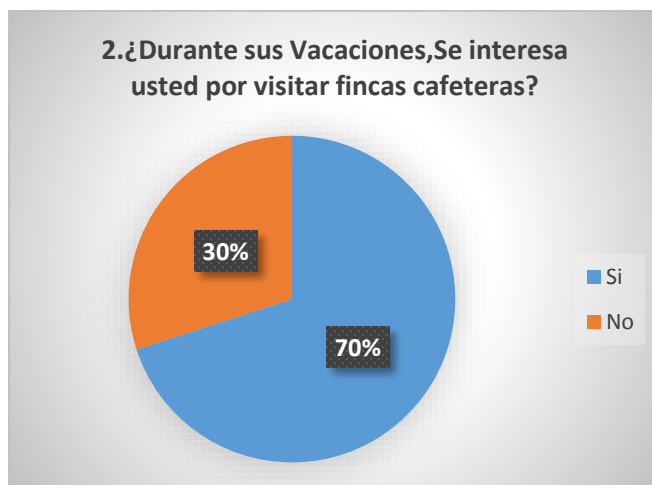
Estos resultados permitieron analizar la segmentación de mercado que se realizó al plantear el proyecto, evidencia la disponibilidad y necesidad que tiene los viajeros

de contar con un producto turístico que reúna las características de la auténtica cultura cafetera. De acuerdo a estas encuestas se puede notar que la mayoría de las personas dieron una respuesta positiva a la propuesta del producto, esto se evidencia con el número de encuestas a realizar ya que al obtener mayor número de respuestas positivas, se disminuye el número de encuestas que se deben realizar.

Basados en la encuesta realizada, se obtienen los siguientes resultados:



El 60% de los viajeros que llegaron entre los días 01 al 05 de abril de año 2016 respondieron afirmativamente cuando se les pregunto si conocían el Paisaje Cultural cafetero.





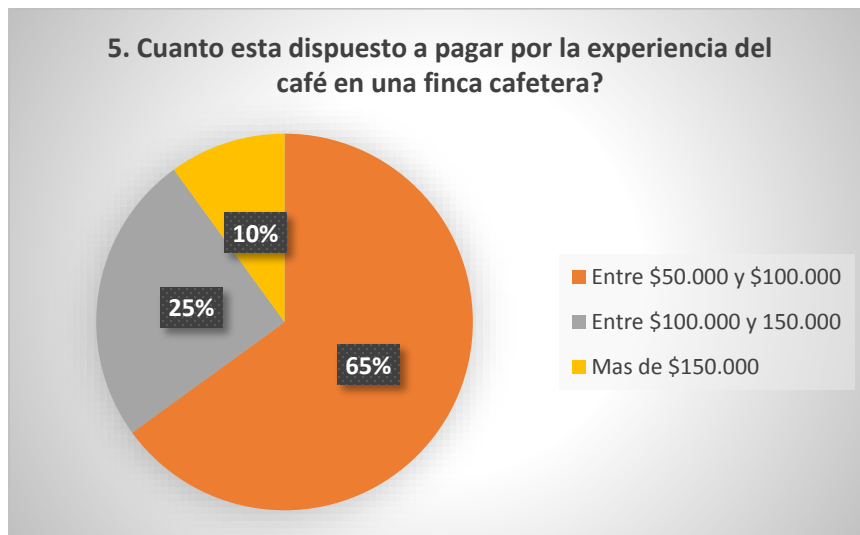
El 70% de los viajeros a los que se les realizo la encuesta respondieron afirmativamente al hecho de estar interesados en visitar una finca cafetera en su periodo de vacaciones. Teniendo en cuenta lo anterior, la propuesta Finca Café Morrones pretende brindar satisfacción a las necesidades del viajero brindando un servicio personalizado y exclusivo.



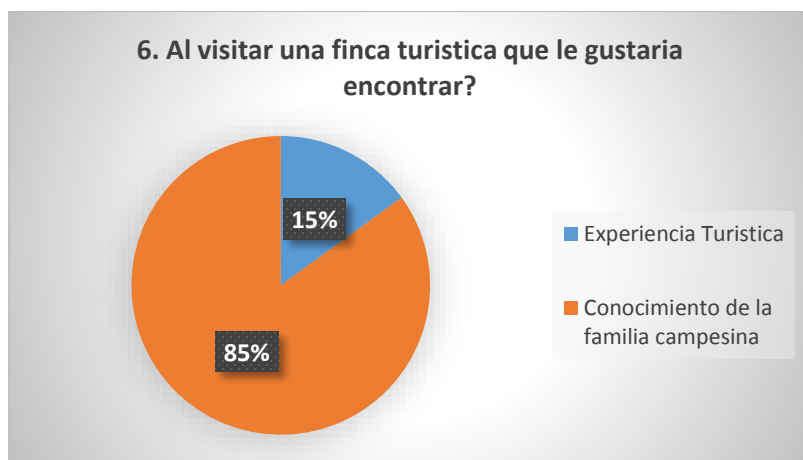
El 65% de la población encuestada demuestra un interés por conocer la cultura cafetera cuando se les pregunto sobre que le llamaba la atención del PCC. Esto genera una ventaja para el Proyecto Café Morrones puesto que la experiencia memorable se basa en el conocimiento de la auténtica cultura cafetera y la transmisión de saberes ancestrales.



El 70% de las personas afirman conocer el concepto de un Café especial. Café Morrones tiene como tarea ampliar no solo el conocimiento que tienen las personas en cuanto al concepto de Café Especial, sino también el de crear una experiencia única a partir del proceso de éste.



Según encuesta realizada, el 65% de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$50.000 y \$100.000 pesos por una experiencia cafetera, lo que nos afirma que la tarifa que estamos ofreciendo por nuestra experiencia cafetera está acorde con la que ofrece actualmente la competencia y que están dispuestos a pagar los visitantes.



Finalmente, el 85% de los encuestados arrojó una respuesta positiva en cuanto al querer encontrarse con el conocimiento de la familia campesina cuando visitan una finca cafetera.

Para generar una propuesta llamativa, Finca Café Morrones tiene en cuenta los datos que surgen de la investigación realizada a través de las encuestas realizadas con motivo de proponer una oferta turística acorde a las necesidades de descanso y espacios diferentes de los viajeros que buscan la cultura cafetera. Para lo anterior, se hace indispensable conocer las preferencias y gustos de nuestro mercado potencial, esto nos permitirá la prestación de un servicio exitoso, memorable e inolvidable.

#### 4.3.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

El público al cual se va a dirigir la estrategia de comunicación y publicidad son los viajeros amantes del café e interesados en catar y saber diferenciar los sabores y aromas de esta bebida universal.

Se transmitirá un mensaje a los viajeros, de tal manera que éste genere recordación y sea de fácil absorción.

Así mismo, se resaltarán los valores representativos y autóctonos de la Finca Café Morrones, siendo éstos los que nos permitan la puesta en marcha de una propuesta publicitaria llamativa para nuestros visitantes.

A continuación se relaciona el perfil del turista con sus respectivas características:

- ✓ **Perfil Demográfico:** Hombre Adulto 31/40 años
- ✓ **Grupo de Viaje:** Parejas, Individuales y Grupos.
- ✓ **Estatus Escolar y Profesional:** Profesional, Trabajador independiente
- ✓ **Motivos de Viaje:** Vacaciones, visita a la familia, Realizar actividades de aventura, turismo cultural y de naturaleza.
- ✓ **Actividades Preferidas:** Conocer sitios históricos y culturales, descansar, apreciar el paisaje.
- ✓ **Organización de Viaje:** Semi-organizado
- ✓ **Estancia media:** 3-7 días

**Nombre:** El Nombre del producto será “Finca Café Morrónes”, haciendo alusión a la vereda Morrón donde se encuentra ubicada la finca el porvenir, y a lo que culturalmente los campesinos denominan Morro a las laderas cafeteras, parte de los atributos que categorizados en el Paisaje Cultural Cafetero.

**Tagline:** “Experiencia inolvidable, de la semilla a la taza” con este slogan queremos que el cliente tenga la seguridad de que su experiencia cafetera será memorable y recordada. Ligaremos la historia de 5 generaciones familiares arraigadas al café y a través de esta estará basada el guion del recorrido.

**Colores:** Café Morrónes utiliza una escala de colores Tierra, en su paquete y Logo que simbolizan el color del Café y la tierra donde éste está sembrado.

**Logo:** El Logo de Café Morrónes, como se muestra en la ilustración numero 8 representa las Montañas de la zona andina, condensando la oferta hídrica y ambiental del Paisaje Cultural Cafetero y finalmente un terminado tipo petroglifo que representa la Cultura Quimbaya que habitó la zona Cafetera.



*Ilustración 6 Logo Café Morrónes*

#### 4.3.5 ESTRATEGIA PUBLICITARIA

##### 4.3.5.1. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN:

Para el presente informe se realizó una investigación sistemática de la información con la que cuenta cada una de las fincas prestadoras de servicios turísticos. Lo anterior arroja un diagnóstico positivo en cuanto a información específica como guía para el viajero.

En su gran mayoría se observan páginas con información muy completa donde le dan al viajero todos los detalles de la finca y los servicios, dejando en evidencia la oportuna información que se ofrece vía internet, la cual hoy en día es una de las herramientas más importantes para el turista.

Pereira cuenta con mecanismos de promoción en su mayoría digitales, accesible a todas las personas, ya que se fundamenta en páginas del estado, gubernamentales y departamentales. Algunos de estos mecanismos son Proexport, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo y la Página web de la Gobernación del departamento de Risaralda.

Como canales de distribución se utilizarán medios digitales como correo electrónico ([Cafemorrone@gmail.com](mailto:Cafemorrone@gmail.com)) Pautas en redes sociales (Facebook e Instagram), y búsquedas en Google. En medios de Impacto masivo se utilizarán los Brochure.

Como estrategia publicitaria en medios especializados, Café Morrone tiene una alianza con la agencia operadora Yarumo Blanco, quien nos apoya en cuanto a comercialización y promoción de la finca y la actividad turística. Café Morrone se hizo presente por parte de la agencia de viajes en la Feria Anato 2016 en el mes de febrero, donde logramos que las personas que se acercaban a recibir información de atractivos turísticos, conocieran la Finca Café Morrone, su producto y el servicio turístico que actualmente ofrecemos.

La imagen publicitaria, (ver anexo 3) se hace resaltando la oferta de la Finca Café Morrone y los atributos del paisaje cultural cafetero. Se utilizara tarjeta de presentación con los datos de contacto del Gerente y el uniforme inicialmente será un delantal con el logo de Café Morrone.

## **4.4 MÓDULO DE ORGANIZACIÓN**

### **4.4.1 MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN**

- La empresa Café Morrone se coge a la ley 300 de 1996, Ley general de Turismo, Norma técnicas NTS 004 Establecimientos Gastronómicos y Bares, Requisitos de sostenibilidad, Ley 1336 de 2009 para la lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes, Ley 1429 del 29 de diciembre de 2010 formalización y generación de empleo en el país.

#### **4.4.1.1. TIPO DE ORGANIZACIÓN:**

- Se decide que el tipo de organización más pertinente es una Sociedad por Acciones Simplificadas S.AS.

#### **4.4.1.2. NÚMERO DE SOCIOS**

- El número de socios con el cual desea iniciar el negocio es de dos personas.

#### **4.4.1.3 PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES**

- ✓ **Emprendedor Social:** Emprendedores que implementan modelos de negocios sostenibles con propósitos sociales integrados al enfoque de mercado, siendo escalables y replicables.

#### 4.4.1.4 TRAMITES A REALIZAR PARA CONSTITUIRSE LEGALMENTE

1. Inscripción del RUT
  - ✓ Inscripción del nombre de la empresa en la Cámara De Comercio de Pereira
  - ✓ Registro Nacional de turismo
  - ✓ Registro Único Empresarial y Social RUES
  - ✓ Registro de Matricula Mercantil CCB

### 4.1.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL

#### 4.4.2.1 MATRIZ DOFA Y SU RESPECTIVO DIAGNOSTICO

*Tabla 7 Matriz Dofa*

	Fortalezas	Debilidades
<b>DOFA</b>	Contar con una Familia Cafetera con 5 generaciones de arraigo cultural. Cercanía al destino cuenca del río Otún y a la ciudad de Pereira Estudiante de Turismo Sostenible Producción de cafés especiales de Origen	Temor por parte de la familia al cambio Falta de preparación en la prestación de los servicios turísticos en la Familia Falta de capital de inversión Falta de equipamiento para la prestación del servicio
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>

<p>Enlace del producto turístico con la Operadora Yarumo Blanco. Red de prestadores de servicios Turísticos de la Cuenca del río Otún Zona de influencia del Paisaje Cultural Cafetero. Mercado inexplorado de producto de café en los corregimientos de la Bella y la Florida.</p>	<p>2, 1 Aunar esfuerzos conjuntos para la consolidación del destino cuenca mediante el producto turístico café Morronés.</p> <p>1, 3 Fortalecer la oferta turística actual a través de los conocimientos de una Familia cafetera y la belleza paisajística de la zona de influencia del PCC.</p> <p>3,2 Aportar el conocimiento técnico turístico, con el fin de apoyar las iniciativas que se vienen realizando en la cuenca, mediante capacitaciones dirigidas a la comunidad organizada.</p> <p>4,4 Salvaguardar los conocimientos y tradiciones culturales ligadas a la producción de café por pequeños productores.</p>	<p>1,1 Potencializar los atributos con que cuenta el producto mediante procesos de turismo sostenibles que se consolidan en la red de prestadores de servicios en la cuenca del río Otún.</p> <p>2,2 Acceso a capacitaciones en prestación de servicios a través de la red de prestadores de servicios organizados.</p> <p>3,4 Postular el proyecto ante diversas convocatorias de financiamiento, como las generadas por el fondo Emprender. Aprovechando el potencial turístico con que cuenta la idea de negocio.</p>
<p><b>AMENAZAS</b> Estado de las vías con tramos sin pavimentar. Incertidumbre por ser un primer Producto de café en el Corregimiento de la Bella y la Florida Competencia en la zona por crecimiento de afluencia turística.</p>	<p><b>FA</b> 1,2 Aprovechar los atributos que tiene la familia y potencializar las bondades culturales para el producto de finca cafetera. 2,1 Gestionar ante la administración el arreglo de vías, mejorando las conexiones con los corredores turísticos. 3,3 Aportar en la organización de destino como familia y comunidad organizada, para el crecimiento equitativo local.</p>	<p><b>DA</b> 1,1 Potencializar los atributos con que cuenta el producto mediante procesos de turismo sostenibles en la cuenca del río Otún.</p>

Partiendo del análisis de la organización, debilidades y fortalezas se evidencia que las actividades más significativas para el producto turístico café Morronés parten de

las incertidumbres de mercado, y la inexperiencia en la consolidación de un producto turístico de café.

En otro aspecto el tener la cercanía de una operadora turística, supone que las amenazas y oportunidades son el panorama que define las estrategias, las cuales darán el derrotero para la construcción del producto, las cuales están definidas por tres estrategias principales, la primera de ellas está basada en fortalecer la idea de negocio frente a los principales actores que son la familia, demostrando la viabilidad económica de la idea de negocio.

La segunda estrategia parte en la gestión de recursos económicos para el financiamiento de la construcción del producto turístico en sus diferentes etapas, participando en diferentes espacios para acceder a recursos.

La tercera se basa en la consolidación y promoción del producto turístico a nivel local y regional, mediante la participación y divulgación del producto turístico en espacios propiciados por las entidades turísticas y aquellas agremiaciones de este sector.

#### **4.4.2.2 DEFINICIÓN DE OBJETIVOS ORGANIZACIONALES (CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO)**

##### **Objetivo a Corto Plazo**

Realizar la puesta en marcha de la finca turística café Morrones, cumpliendo con los requisitos mínimos de la prestación de servicios experienciales de café.

##### **Objetivo a Mediano Plazo**

Realizar obras de equipamiento e infraestructura, como parte complementaria de la experiencia turística.

##### **Objetivo a Largo Plazo**

Consolidar el producto turístico café Morrones, como producto en la ciudad de Pereira como oferta complementaria de las rutas del eje cafetero.



### 4.4.2.3 CUADRO DE MANDO INTEGRADO

Tabla 8 Cuadro de Mando Integrado

<b>Perspectiva</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Indicador</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Meta</b>	<b>Frecuencia de Medición</b>	<b>Optimo</b>	<b>Tolerable</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Resultado</b>	<b>Responsable</b>
Financiera	Solventar la inversión	Punto de equilibrio	%	100%	4 años	100%	70%	30%	NA	Gerente Operativo
Clientes	Obtener un nivel de satisfacción del 80% en nuestros clientes	Nivel de Satisfacción	%	80%	Mensual	80%	50%	30%	NA	Gerente Operativo
Procesos	Promocionar para luego posicionarse	Aumentar las ventas	%	50%	Mensual	30%	20%	10%	NA	Gerente Operativo
Procesos	Mantener la Innovación y excelencia en el servicio	Atraer nuevos clientes y mantener los actuales	%	50%	Semestral	30%	15%	10%	NA	Gerente Operativo
Procesos	Incrementar los volúmenes de venta	Producción	%	10%	Anual	10%	5%	3%	NA	Gerente Operativo
Procesos	Obtener la Certificación Sello verde Colombia en el Café como producto	Certificación	%	100%	Mensual	100%	80%	50%	NA	Gerente Operativo
Capacidad de Aprendizaje	Capacitar a nuestros colaboradores en especialidades del café	Numero de colaboradores capacitados	Número de Personas	4 colaboradores capacitados	Semestral	4	3	1	NA	Gerente Operativo

#### 4.4.2.4 MISIÓN

- ✓ Somos una familia con apropiación de la cultura cafetera, ubicada en la vereda morrón, que a través del producto turístico y experiencias memorables conservamos y mostramos la transformación del café en las zonas andinas, alternando la oferta con la cuenca del río Otún

#### 4.4.2.5 VISIÓN

- ✓ Consolidarse en el 2020 como el mejor atractivo turístico experiencial asociado al proceso del café en el departamento de Risaralda, complementando la oferta turística del Corregimiento de la florida y la Bella como zona de influencia del producto en el Municipio de Pereira.

#### 4.4.2.6 VALORES CORPORATIVOS

**Trabajo en Equipo:** Con el aporte de todos los que intervienen en los diferentes procesos productivos y de servicios de Café Morrones buscamos el logro de los objetivos.

**Confianza:** Cumplimos con lo prometido al ofrecer el mejor servicio a un precio justo y razonable, proporcionando una experiencia memorable.

**Respeto:** Escuchamos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones laborales con el cliente.

**Responsabilidad:** Trabajamos con seriedad, en consecuencia con nuestros deberes y derechos, acorde con nuestro compromiso con nuestra empresa y el cliente.

**Honestidad:** realizamos todas las labores y deberes con transparencia y rectitud.

**Solidaridad:** Trabajamos y estamos comprometidos con la comunidad y asumimos que nuestras acciones afectan a los demás, por eso buscamos una unión donde todos resultemos beneficiados.

**Exclusividad:** Prestar servicios diferenciales que se caractericen por experiencias distintas a las regulares.

**Confianza:** Para que el cliente siempre nos elija.

#### 4.4.2.7 POLÍTICAS EMPRESARIALES

- ✓ **Restrictivas:** Cada empleado cumplirá con sus derechos y deberes dentro de la empresa, como el porte de su uniforme según su labor, horarios, atención y presentación al cliente, representación dentro y fuera de la empresa.
- ✓ **Motivacionales:** Todas las personas que hacen parte de esta empresa recibirán un sueldo acorde a su cargo, recibirán todas sus prestaciones de ley, tendrán un SOAT en caso de cualquier accidente, un seguro en caso de calamidades domésticas, vacaciones de 20 días por un año laborado, Capacitaciones en procesos que fortalezcan sus conocimientos y nivel profesional, Incentivos de acuerdo al nivel de ventas de la empresa.
- ✓ **Sociales:** El equipo de trabajo de Café Morrones, gestionaremos alianzas y campañas de apoyo a la comunidad, nos acogemos a la Ley 1336 de 2009 para la lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes. Estamos comprometidos con el desarrollo de la comunidad por medio de alianzas estratégicas con empresas turísticas que se enfoquen especialmente en el turismo de naturaleza y cultura, involucrando a la comunidad en estos procesos turísticos.

#### 4.4.3 Manual de estructura

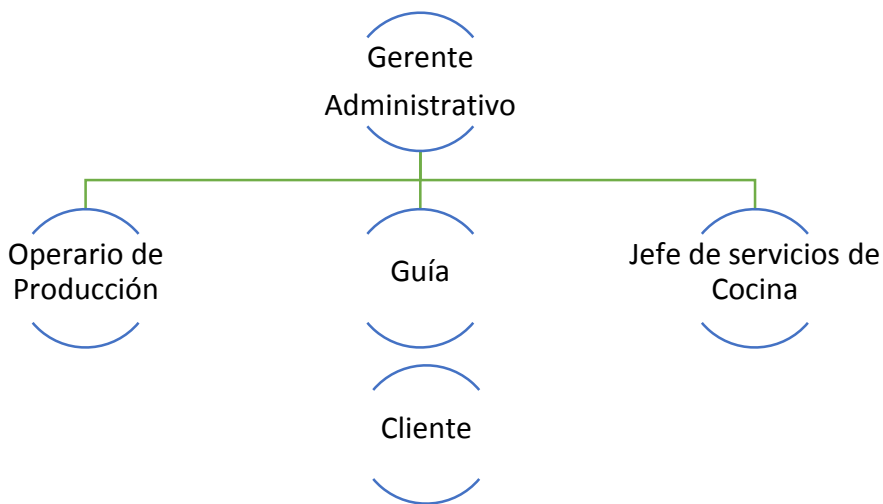


Ilustración 7 Organigrama/Manual de estructura. Fuente: Elaboración propia

Nivel	Cargo	Persona	Salario
DIRECTIVO	Gerente	1	\$ 1.800.000,00
Operativo	jefe de servicios de cocina	1	\$ 689.454,00
Operativo	jefe de producción	1	\$ 689.454,00
total mes			\$ 2.248.362,00

#### 4.4.4 Manual de funciones

De acuerdo al manual de estructura y/u organigrama de la organización, se creó un manual de funciones básicas que debe realizar el personal. Todas las áreas y actividades serán supervisadas por el Gerente Administrativo y se llevara un control periódico de éstas.

<b>PERFIL Nivel académico, experiencia y habilidades</b>	Administrador del Turismo Sostenible Conocimientos generales sobre la actividad turística. Habilidad para comunicar, orientar en informar. Habilidad para supervisar. Habilidad para elaborar informes.
<b>Gerente Administrativo</b>	
<b>Departamento:</b> Operativo	
<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente Administrativo	
<b>Personal a cargo:</b> NA	
<b>Propósito:</b>	
Administrar los recursos humanos, materiales (logística) Y financieros relacionados con el proceso de negocios, diseñando las políticas y procedimientos a seguir en materia presupuestal, flujos de efectivo, análisis financiero, movilidad del personal y control del gasto administrativo;	

<p>garantizando el suministro oportuno de los recursos necesariamente requeridos en la implementación de los proyectos de producción.</p>	
<p><b>Experiencia:</b> Un año de experiencia como Administrador.</p>	
<p><b>Funciones</b></p> <p>Formula y propone políticas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las actividades relacionadas con la administración y contabilidad de la organización.</p> <p>Elaboración y control de presupuestos.</p> <p>Control de Cuentas por Cobrar y Cuentas por Pagar.</p> <p>Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa.</p> <p>Atención de quejas y reclamos.</p>	<p><b>Periodicidad</b></p> <p>Diaria</p>
<p><b>Procesos en los que interviene</b></p>	<p>Financieros, Administrativos y operativos.</p>

<p><b>PERFIL Nivel académico, experiencia y habilidades</b></p> <p><b>Operario de Producción</b></p>	<p>Conocimientos generales sobre la actividad turística.</p> <p>Conocimientos sobre el Patrimonio Cultural.</p> <p>Habilidad para comunicar, orientar en informar.</p> <p>Habilidad para elaborar informes.</p>
<p><b>Departamento:</b> Operativo</p>	
<p><b>Jefe Inmediato:</b> Gerente Administrativo</p>	
<p><b>Personal a cargo:</b> NA</p>	
<p><b>Propósito:</b></p>	

<p>El Operario de producción será la persona de apoyo para las labores de asistencia y mantenimiento de la Finca. Será la persona a cargo de mantener las instalaciones y facilidades para la actividad turística.</p>	
<p><b>Experiencia:</b> Experiencia Mínima reciente y estable de 1 año</p>	
<p><b>Funciones</b></p> <p>Recibe las instrucciones del gerente a cerca del mantenimiento buen uso de los jardines y senderos.</p> <p>Elabora informe sobre el estado de los bienes de la finca.</p> <p>Mantiene en buen estado las instalaciones de la Finca.</p>	<p><b>Periodicidad</b></p> <p>Diaria</p>
<p><b>Procesos en los que interviene</b></p>	<p>Buen funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones de la finca</p>

<p><b>PERFIL Nivel académico, experiencia y habilidades</b></p> <p><b>Guía Turístico</b></p>	<p>Conocimientos generales sobre la actividad turística.</p> <p>Conocimientos sobre el Patrimonio Cultural.</p> <p>Habilidad para comunicar, orientar en informar.</p> <p>Habilidad para la conducción de grupos.</p> <p>Habilidad para promover actividades de animación.</p> <p>Habilidad para elaborar informes.</p>
<p><b>Departamento:</b> Operativo</p>	
<p><b>Jefe Inmediato:</b> Gerente Operativo</p>	
<p><b>Personal a cargo:</b> NA</p>	
<p><b>Propósito:</b></p>	

El guía es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

**Experiencia:** Un año de experiencia como Guía Turístico.

<p><b>Funciones</b></p> <p>Recibe las instrucciones de la empresa sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar.</p> <p>Supervisar la unidad de transporte a utilizar.</p> <p>Elabora informe al finalizar los recorridos.</p> <p>Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad.</p> <p>Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.</p> <p>Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.</p> <p>Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios.</p> <p>Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario.</p>	<p><b>Periodicidad</b></p> <p>Diaria</p>
<p><b>Procesos en los que interviene</b></p>	<p>Atención y Recepción de clientes</p>

<p><b>PERFIL Nivel académico, experiencia y habilidades</b></p> <p><b>Jefe de servicios de Cocina</b></p>	<p>Manejo de software de Alimentos y Bebidas.</p> <p>Fluidez Verbal</p> <p>Trabajo bajo presión.</p> <p>Buena presentación.</p> <p>Actitud deservicio.</p> <p>Disponibilidad horario.</p> <p>Rotación de turnos.</p>
---	--

<b>Departamento:</b> Operativo	
<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente Administrativo	
<b>Personal a cargo:</b> NA	
<b>Propósito:</b>  El Jefe de servicios de Cocina es la persona que estará a cargo de la elaboración de los refrigerios y alimentos que consumirán nuestros clientes.	
<b>Experiencia:</b> Un año de experiencia como Guía Turístico.	
<b>Funciones</b>  Dirigir, supervisar, y Planificar el conjunto de actividades del departamento de cocina.  Realizar el Inventario y control de materiales, mercancías, etc.  Elaboración de platos y requerimientos de los turistas.	<b>Periodicidad</b>  Diaria
<b>Procesos en los que interviene</b>	Atención y Recepción de clientes

## 4.5 SISTEMA DE GESTIÓN AMBIENTAL

### 4.5.1. INTRODUCCIÓN

En varios países de Suramérica y Centroamérica, la economía nacional ha estado históricamente muy influenciada por la actividad cafetera. Por casi un siglo, el café ha constituido la principal fuente de generación de recursos que, en términos de desarrollo social, permitió a la población contar con un nivel de vida digno. De hecho, en la época de la expansión de esta actividad (de los años setenta a los noventa) se tuvieron estándares de vida muy superiores a los promedios nacionales en los diferentes países cafetaleros. Sin embargo, a partir de las postrimerías de los años ochenta, la dinámica de las áreas cafetaleras fue significativamente alterada por el efecto de políticas macroeconómicas que



afectaron la economía cafetalera. Esto conllevó a que las áreas predominantemente cafetaleras comenzaran un proceso de diversificación del paisaje y de los medios de vida de los hogares campesinos (Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza, CATIE. 2011).

Dentro de las diversificaciones que se ha tenido en los cultivos de café como estrategia para su supervivencia y sostenimiento, se presenta el nuevo modelo de las fincas agro turísticas cafeteras. Las cuales buscan no solo el manejo sostenible de la unidad agrícola, sino también la potencialización de saberes tradicionales con las nuevas tecnologías y avances que en materia de sostenibilidad puedan ser factibles.

Es así como la Finca los Morrones ubicada en la vereda Morrón del municipio de Pereira se convierte en un destino turístico de temática cafetera y con principios de sostenibilidad, a partir de la práctica ecológica sostenible con proyección a la producción orgánica del cultivo del café.

#### 4.5.2 OBJETIVO

Identificar y evaluar los impactos ambientales que ocasiona la actividad agro turística cafetera de la finca Morrones, vereda Morrón del municipio de Pereira

##### **Específicos**

- Realizar diagnóstico de las actividades realizadas en el proyecto agroturismo cafetero
- Documentar la matriz de impactos ambientales mediante la metodología de Conesa Fdez-Vítora.
- Proponer Plan de Acción para los impactos significativos.

#### 4.5.3 ALCANCE

Esta normatividad aplica para todas las actividades turísticas que se han de realizar en la finca y todos los visitantes.

#### 4.5.4 DEFINICIONES

##### **Ambiente:**

El ambiente representa además una categoría social constituida por comportamientos, valores y saberes; el ambiente –como una totalidad compleja y articulada– está conformado por las relaciones dinámicas entre los sistemas natural, social y modificado<sup>15</sup>.

**Aspecto ambiental:** Son los elementos, actividades, productos o servicios de una organización que pueden interactuar con el ambiente<sup>16</sup>.

**Impacto ambiental:** Cualquier cambio en el ambiente, sea adverso o beneficioso, resultante de las actividades, productos o servicios de una organización.

**Gestión Ambiental:** La gestión ambiental es un proceso permanente y continuo. El Sistema Nacional de Gestión Ambiental se crea con la finalidad de supervisar, integrar y coordinar la aplicación de políticas destinadas a la protección del ambiente (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.2013)

Según (Estevan Bolea, 1994) la gestión ambiental es el conjunto de acciones encaminadas a lograr la máxima racionalidad en el proceso de decisión relativo a la conservación, defensa, protección y mejora del medio ambiente, basada en una coordinada información multidisciplinar y en la participación ciudadana.

La gestión ambiental se apoya básicamente en una serie de principios, de los que hay que destacar los siguientes.

- Optimización del uso de los recursos
- Previsión y prevención de impactos ambientales
- Control de la capacidad de absorción del medio de los impactos, o sea control de la resistencia del sistema.
- Ordenación del territorio.

**Turismo:** El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de

---

<sup>15</sup> Concepto de Ambiente por Augusto Ángel Maya, Ángel Maya, A., Método histórico y medio ambiente, Maestría en educación ambiental, Universidad de Guadalajara, Módulo II, Ambiente y Desarrollo, México, 1996.

Las definiciones mencionadas en este capítulo fueron tomadas de la Norma NTS TS 002.

residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

**Agroturismo:** El agroturismo es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural.

**Ecoturismo:** El Ecoturismo es aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible. El Ecoturismo busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos. Por lo tanto, el Ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo de impacto sobre los ecosistemas naturales, respeta el patrimonio cultural, educa y sensibiliza a los actores involucrados acerca de la importancia de conservar la naturaleza.

**Turismo Sostenible:** turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos. El turismo debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores Naturales y culturales.

**Atractivo turístico:** Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un lugar o destino y que generan interés en el turista.

**Destino turístico:** Unidad territorial (área, lugar o zona) en la que se conforma una cadena productiva en torno a la gestión de un producto o una familia de productos turísticos en condiciones competitivas (excelencia en la prestación de los servicios) que le permitan obtener al turista una experiencia única e inolvidable de su viaje.

**Paquete turístico:** Conjunto de bienes y servicios que se comercializan como un todo o marca y se vende con un precio unitario. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones.

**Producto turístico:** El conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico de mercados determinados, compuesto por una serie de

elementos tangibles e intangibles que generan satisfacción turística, que para efectos de consumo se desarrolla en varias etapas.

#### **4.5.5. MATRIZ DE IMPACTOS Y ASPECTOS AMBIENTALES**

Finca Café Morrones tiene como principal objetivo ser una empresa reconocida por llevar a cabo un turismo diferenciador con enfoque sostenible, basados en la normatividad que aplica para dicho reconocimiento y con proyección de certificaciones turísticas sostenibles que no solo le aporten a la empresa, sino que principalmente beneficien a la comunidad.

Para iniciar este proceso es necesario tener en cuenta la aplicación de normas, así como el análisis del impacto que genera la actividad turística a realizar, buenas prácticas ambientales sostenibles socioculturales basadas en la NTSTS 001 y el documento guía para la elaboración de un plan de negocios con enfoque hacia la sostenibilidad.

Se especifica una matriz de impactos, donde se relacionaran las actividades turísticas que el viajero puede realizar en la finca por la actividad turística y la forma de prevenirlos en caso de ser negativo<sup>17</sup>. En la Matriz de Impactos se le da una valoración a cada actividad y el tipo de afectación o beneficio que esta puede producir al ecosistema donde se va a realizar la actividad (Ver anexo 2).

---

#### 4.5.6. Propuesta basada en los requisitos de sostenibilidad

##### 4.5.6.1. Código de conducta



La finca café morrones promocionará de manera activa las tradiciones y costumbres de la región, a través de la fotografía y literatura en espacios propios.



Todos los productos ofrecidos por la finca Café morrones serán de comercio local y solidario. Garantizando la idoneidad de los productos con calidad y cuidado por el ambiente



- La finca café morrones cuenta con programas ambientales en:
- Manejo de residuos orgánicos, ordinarios y peligrosos.
- No uso de pesticidas ni fungicidas para el cultivo de café.
- Programa de reciclaje y reutilización
- Pozo séptico para aguas domésticas



- El proyecto sensibiliza a sus visitantes para que:  
Realicen devolución de los residuos que traigan a la finca
- Realicen los senderos ecológicos determinado para el cuidado del paisaje y suelo
- No recolecten muestras de ningún tipo de flora, fauna, fósiles o algún otro.
- No alimente los animales propios del ecosistema

#### 4.5.6.2. Procedimiento mejora continua

##### **OBJETIVO:**

Establecer permanentemente acciones de mejora continua al sistema de sostenibilidad del Producto Turístico Café Morronés, para identificar fortalezas y debilidades que lleven a la potencialización de la prestación del servicio.

##### **ALCANCE:**

Aplica a todos los procesos del proyecto Turístico Café Morronés

##### **RESPONSABLE:**

Líderes de cada proceso

##### **DEFINICIONES:**

**ACCIÓN:** actividad coordinada tendiente a alcanzar objetivos deseados y propuestos.

**ACCIÓN CORRECTIVA:** acción emprendida para eliminar las causas de una no conformidad detectada, o de algún aspecto que no satisfaga los requisitos del Sistema de Gestión integral y afecte su eficacia

**ACCIÓN PREVENTIVA:** acción emprendida para eliminar las causas de una no conformidad potencial, o de algún aspecto que no satisfaga los requisitos del Sistema de Gestión de Calidad y afecte su eficacia.

**ADELANTAR ACCIONES:** establecer y ejecutar actividades coordinadas tendientes a alcanzar objetivos deseados o propuestos. Gestión o ejecución que se desarrolla en torno a una actividad.

**CLIENTE:** organización o persona que recibe un producto o servicio.

**CORRECCIÓN:** acción tomada para eliminar una no conformidad detectada, puede realizarse junto con una acción correctiva; puede ser por ejemplo un reproceso; es decir la acción tomada sobre un producto no conforme para que cumpla con los requisitos.

**MEJORA CONTINUA:** actividad recurrente para aumentar la capacidad de cumplir los requisitos.

**NO CONFORMIDAD:** incumplimiento de un requisito.

**OPORTUNIDAD DE MEJORA:** condición o circunstancia que posibilita el incremento del desempeño de procesos, productos o personal.

**PARTE INTERESADA:** persona o grupo que tenga un interés en el desempeño o éxito de una organización.

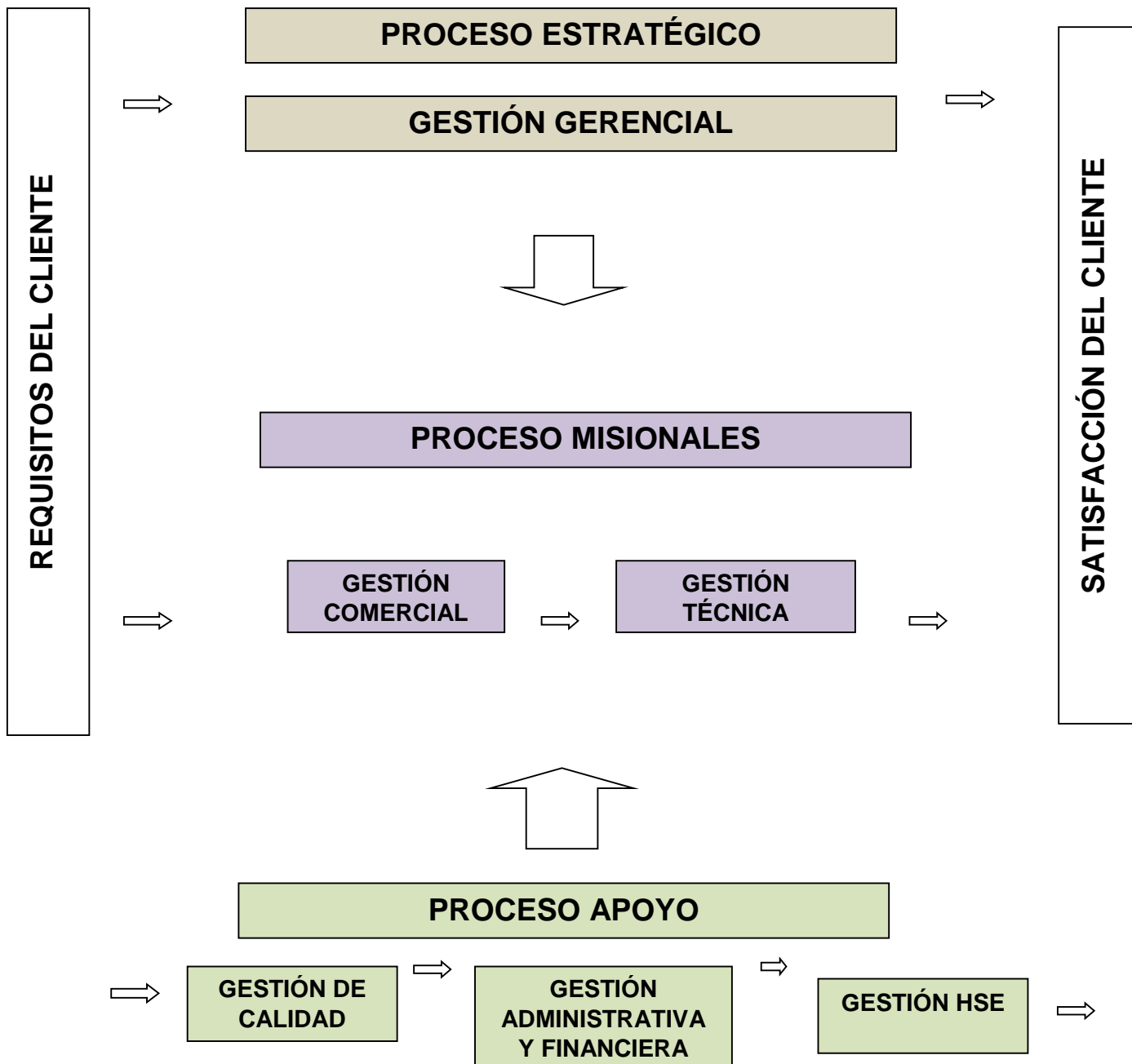
**REQUISITO:** necesidad o expectativa establecida generalmente implícita u obligatoria.

**SEGUIMIENTO:** observación de cómo va el sistema de sostenibilidad.



**REINGENIERÍA:** método mediante el cual una organización puede lograr un cambio radical de rendimiento, medido por el costo, tiempo de ciclo, servicio y calidad, mediante la aplicación de procesos enfocados hacia el cliente.

*Ilustración 8 Mapa de Procesos. Fuente: Elaboración Propia*



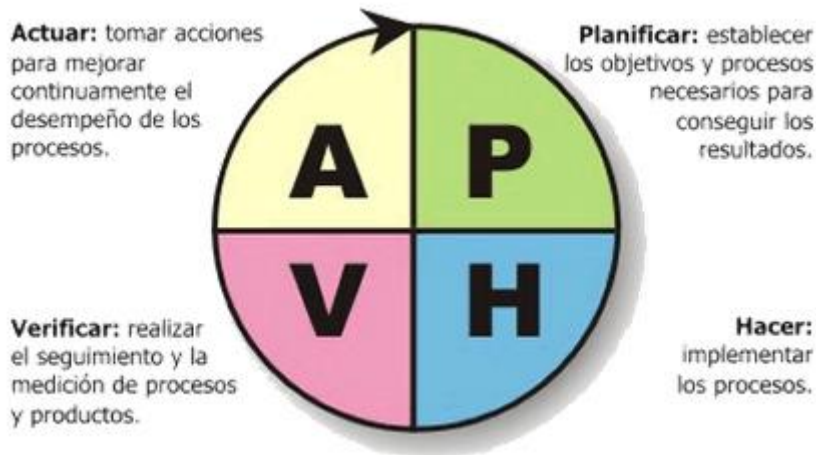
## GENERALIDADES:

Dentro de la Empresa café morrones, se busca adelantar acciones de mejora que permitan cumplir con los requisitos de la norma y fortalecer el sistema de sostenibilidad. Las acciones quedaran registradas en la matriz mejora continua

Para diligenciar la matriz se consideran los siguientes criterios:

<b>Fecha de la acción</b>	Fecha al momento de generar la acción de mejora
<b>Causa o descripción de la no conformidad</b>	Labor o tarea desempeñada en el proceso
<b>Descripción de la acción de mejora</b>	Se detalla o amplía la actividad que se identificó en el aspecto ambiental
<b>Responsable</b>	Es la persona encargada de ejecutar la acción de mejora
<b>Fecha límite para ejecutar la acción de mejora</b>	Se establece un plazo para el cumplimiento de la actividad
<b>Seguimiento (Eficacia):</b>	Observación: se refiere a la descripción de cómo se encuentra dicha acción se realizó , no se realizó y sus respectivas evidencias (Eficacia de la acción implementada)
	Fecha: Cuando se revisa la acción de mejora.

## Identificación de la mejora:



## Identificación y seguimiento acciones de mejora

Cualquier integrante de la empresa puede identificar, registrar acciones de mejora al sistema de sostenibilidad en la matriz mejora continua.

El seguimiento a estas acciones puede ser realizado en comités, revisión de procesos, desde el mismo responsable del sistema.

## Identificación y Registro de las No Conformidades

Cualquier integrante de la empresa puede identificar y registrar no conformidades originadas por quejas, auditorías internas, externas encuestas de satisfacción, incumplimiento de objetivos y entre otros. Una vez son detectadas las no conformidades, son registradas por el líder del sistema.

-El Auditor identifica y registra las no conformidades detectadas en auditorías internas del sistema de sostenibilidad.

-Por cualquier incumplimiento a un requisito de las normas, de la empresa.

- El responsable del sistema de sostenibilidad diligencia la matriz de mejora continua en su totalidad.

### Seguimiento:

Se realiza a la eficacia de las acciones tomadas (es decir, si con su implementación se cumplió o no el objetivo para el cual se estableció) y se registran los resultados la matriz mejora continua en el espacio establecido "Seguimiento" si al realizar el seguimiento de la acción propuesta no se obtienen los resultados esperados, nuevamente se reporta la no conformidad y se vuelven aplicar los numerales , de éste procedimiento hasta que se evidencia eficacia con la implementación de la acción propuesta.

A continuación se describe el Manejo del Producto No Conforme.

*Tabla 9 Manejo del producto no conforme. Fuente: Elaboración propia basados en la norma NTS TS 002*

	<b>QUE</b>	<b>COMO</b>	<b>QUIEN</b>	<b>DONDE</b>
1	IDENTIFICAR EL PRODUCTO NO CONFORME	De acuerdo a las fuentes posibles de estas (ver numeral 6.1 de este procedimiento).	Todo el personal de la Empresa.	Reporte de Producto o servicio No Conforme
2	DESCRIBIR EL PRODUCTO O	Registrando en el formato la descripción del producto o Servicio No Conforme y	Todo el personal de la Empresa.	Reporte de Producto No Conforme

	<b>QUE</b>	<b>COMO</b>	<b>QUIEN</b>	<b>DONDE</b>
	SERVICIO NO CONFORME	entregar a Coordinador de Calidad		
3	DAR TRATAMIENTO O Y DISPOSICIÓN	<p>Evaluar la no conformidad y determinar la acción pertinente que se tomara para corregir la no conformidad utilizando el formato.</p> <p>Si el producto no conforme es repetitivo, o de acuerdo al impacto de la no conformidad, se abrirá la acción correctiva o preventiva.</p>	Líder del proceso	Reporte de Producto No Conforme
4	IMPLEMENTAR LA ACCIÓN REQUERIDA	<p>Ejecutar las acciones descritas para la eliminación de la No conformidad.</p> <p>En caso de concesión con el cliente se anota y se registra cual fue la solución aceptada.</p>	Personal responsable de acción	Reporte de Producto No Conforme
5	EFFECTUAR SEGUIMIENTO A EL TRATAMIENTO	Realizar seguimiento al resultado obtenido del tratamiento suministrado a la no conformidad con el fin de establecer si ya fue eliminada, mediante una nueva inspección ó revisión. Registrar la efectividad del tratamiento o solución.	Coordinador de calidad	Reporte de Producto No Conforme
6	HACER CONTROL	Hace un Control acerca de los productos y servicios no conformes atendidos, el cual	Coordinador de calidad	Seguimiento Producto No Conforme

	QUE	COMO	QUIEN	DONDE
		será tenido en cuenta en la revisión por la Dirección.		

#### 4.5.6.3. Procedimiento sensibilización y capacitación

##### **OBJETIVO:**

Realizar las capacitaciones y jornadas de formación establecidas para fortalecer y potencializar los conocimientos y competencias del personal del proyecto café morrones

##### **ALCANCE:**

Aplica para el desarrollo de las actividades de entrenamiento y capacitación del personal del proyecto Café morrones

##### **RESPONSABLE:**

Líderes de cada proceso

##### **DEFINICIONES:**

**CAPACITACIÓN:** conjunto de actividades organizadas, relativas tanto a la educación no formal como informal, de acuerdo a lo establecido por la Ley General de Educación, dirigidas a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio

de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión de la organización<sup>18</sup>

**FORMACIÓN:** conjunto de actividades que tiene por objeto desarrollar y fortalecer competencias propias de la organización para el mejoramiento en la prestación del servicio según misión de la misma.

## DESARROLLO

El líder del proceso de gestión Humana de la organización atenderá las necesidades básicas de entrenamiento y capacitación transversales identificadas, y apoyará el desarrollo de actividades de entrenamiento y capacitación identificadas y reportadas. Las cuales en todo caso deberán ser realizadas según procedimiento.

<b>1</b>	Que la actividad económica del proveedor sea coherente con la necesidad de la Empresa.
<b>2</b>	Que esté inscrito ante la DIAN por medio del RUT, sin importar el régimen contributivo al cual pertenezca.
<b>3</b>	Que los productos y/o servicios sean reconocidos por su buena <b>Calidad</b> .
<b>4</b>	Que la <b>Confiabilidad</b> del proveedor y/o servicios, la marca nos brinde seguridad para eliminar la probabilidad que algo falle respecto al producto.
<b>5</b>	Que el <b>Precio</b> ofrecido sea competitivo con el resto de los proveedores del mismo sector.

---

<sup>18</sup> Definición adaptada del Procedimiento de capacitación de la Universidad de Cundinamarca.2013

<b>6</b>	Que la <b>Forma de Pago</b> sea pactada de acuerdo a las posibilidades económicas de la Organización.
<b>7</b>	Que la <b>Garantía Ofrecida</b> de los productos y/o servicios comprados sea respetada en los casos donde se llegue a presentar devolución, defectos, vencimientos, o porque no sean los solicitados.
<b>8</b>	Que la <b>Oportunidad en los Tiempos de Entrega</b> pactada con el proveedor sea de estricto cumplimiento.
<b>9</b>	Garantizar un plazo posterior a la compra, ósea un <b>Servicio Post-Venta</b> que permita percibir el interés que tiene el proveedor de obtener la satisfacción del Cliente.
<b>10</b>	Recibir del proveedor <b>Acompañamiento en Campo</b> como un modo de apoyo en la ejecución de la asesoría en la aplicación y uso de los diferentes productos.
<b>11</b>	Que el proveedor sea de producción local
<b>12</b>	Que el proveedor tenga un modelo de sostenibilidad

*Fuente: Información obtenida de Consultores de Gestión Integral S.A.S. 2015*

### **Registro de Proveedores de suministros y servicios externos:**

Con los Proveedores definidos, se procede a realizar el registro del mismo en el formato "REGISTRO DE PROVEEDORES DE SUMINISTROS Y SERVICIOS EXTERNOS" y se solicita:

- RUT Actualizado (Registro Único Tributario)

Con los nuevos proveedores, se remite al proveedor el Formato de Inscripción de Proveedor, para que diligencie la información solicitada y aporte los documentos soportes requeridos para formalizar su vinculación.



#### **4.5.6.3.1 Identificación de necesidades de capacitación**

Las principales fuentes de detección de necesidades de entrenamiento y capacitación dentro del proyecto pueden ser:

Informes de auditorías

Informes de revisión por la dirección

Detección de no conformidades

Información de la evaluación de Desempeño referente a capacitación

Impactos ambientales

Requisitos legales del Sistema de Gestión Ambiental

Comunicaciones y solicitudes de entes gubernamentales y/o comunidad

Quejas, reclamos y sugerencias

Identificación de cargos y temas a desarrollar

#### **Recursos**

Una vez identificado la necesidad de capacitación y a quienes será dirigido la Gerencia brindará los siguientes recursos

Espacio físico y tiempo

Material didáctico

Equipos tecnológicos y demás herramientas necesarias

Personal idóneo para desarrollo de los temas

## **Evaluación**

Todas las jornadas de capacitación serán evaluadas en los siguientes aspectos mediante presentación escrita.

Evaluación del formador

Evaluación de conocimiento

Evaluación eficacia de la capacitación

## **Registros**

Anexo 1. Matriz de capacitación

Anexo 2. Formato de evaluación del formador

Anexo 3. Evaluación de eficacia de capacitación

4.5.6.4. Criterio de Compras

### **OBJETIVO:**

Seleccionar los proveedores bajo los criterios definidos por la Organización para asegurar la calidad y oportunidad de los productos y servicios adquiridos con el fin de mejorar en la comercialización de productos y/o servicios, garantizar la satisfacción del cliente y de cada uno de los integrantes de la organización que contribuyen al mejoramiento continuo de todos los procesos.

**ALCANCE:**

Aplica a todos los procesos del proyecto café morrones.

**RESPONSABLE:**

Líderes de proceso de compras

**DEFINICIONES:**

**ACTIVO FIJO:** son bienes de cualquier naturaleza adquiridos por la organización con la intención de utilizarlos en el desarrollo de su operación permanentemente o por un tiempo determinado, que no están para la venta.

**INSUMO:** bien consumible utilizado en la producción de otro bien o servicio.

**PROVEEDOR:** persona natural o jurídica que suministra bienes o servicios.

**DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES****4.5.6.4.1 Selección de Proveedores de Suministros**

Para seleccionar los proveedores se debe tener en cuenta que estén en la capacidad de suministrar los productos y servicios requeridos, además deben cumplir con los siguientes criterios:

**Tabla 10 Criterio de compra**

ITEM	CRITERIO
1	Que la actividad económica del proveedor sea coherente con la necesidad de la Empresa.
2	Que esté inscrito ante la DIAN por medio del RUT, sin importar el régimen contributivo al cual pertenezca.
3	Que los productos y/o servicios sean reconocidos por su buena <b>Calidad</b> .
4	Que la <b>Confiabilidad</b> del proveedor y/o servicios, la marca nos brinde seguridad para eliminar la probabilidad que algo falle respecto al producto.
5	Que el <b>Precio</b> ofrecido sea competitivo con el resto de los proveedores del mismo sector.
6	Que la <b>Forma de Pago</b> sea pactada de acuerdo a las posibilidades económicas de la Organización.
7	Que la <b>Garantía Ofrecida</b> de los productos y/o servicios comprados sea respetada en los casos donde se llegue a presentar devolución, defectos, vencimientos, o porque no sean los solicitados.
8	Que la <b>Oportunidad en los Tiempos de Entrega</b> pactada con el proveedor sea de estricto cumplimiento.
9	Garantizar un plazo posterior a la compra, ósea un <b>Servicio Post-Venta</b> que permita percibir el interés que tiene el proveedor de obtener la satisfacción del Cliente.
10	Recibir del proveedor <b>Acompañamiento en Campo</b> como un modo de apoyo en la ejecución de la asesoría en la aplicación y uso de los diferentes productos.
11	Que el proveedor sea de producción local
12	Que el proveedor tenga un modelo de sostenibilidad

## **Evaluación Proveedores de Suministros:**

Una vez al año se realizará la Evaluación de Proveedores de Suministros a los que se les haya comprado en ese mismo periodo de tiempo, donde se evalúa principalmente:

- Cumplimiento en el tiempo de entrega
- Calidad (certificaciones ISO 9001 ISO 14001) (Modelos de Sostenibilidad)
- Precio
- Servicio Post Venta

Los valores de evaluación serán CONFIABLE- ACEPTABLE – REGULAR

## **REGISTROS**

Anexo 1.Registro de proveedores de suministros y servicios externos

Anexo 2. Evaluación de Proveedores

4.5.6.5. Política de sostenibilidad

### **POLÍTICA DE SOSTENIBILIDAD**

La finca el porvenir (café morrones) está comprometida con la satisfacción de nuestros visitantes, garantizando el cumplimiento de los servicios ofrecidos con responsabilidad, confiabilidad y calidad a través de la mejora continua de los actividades y el desarrollo de competencias del recurso humano, generando procesos limpios que no impacten negativamente el ambiente y generando controles sobre la responsabilidad turística, en general con el acatamiento de disposiciones legales vigentes.

Es por esto que el proyecto café morrones se encuentra enmarcado en los principios de la Política para el Desarrollo del Ecoturismo, garantizando al 100% de las personas directas e indirectas, visitantes y colaboradores una política de sostenibilidad basada en:

- La observación del paisaje cafetero y apreciación de factores culturales tradicionales a partir de medios de aprendizaje e intercambio de saberes.
- Procurar el cuidado ambiental mediante la disminución del impacto negativo generado por los visitantes y procesos de desarrollo turístico.
- Contribución del desarrollo local mediante la integración y reproducción del modelo en las demás unidades agrícolas vecinas, generación de empleo y apoyo solidario.
- Campañas de autorreflexión y consciencia del cuidado ambiental y tradiciones culturales.
- Proyecto Turístico bajo Modelo de Ambientalmente Responsable en el aprovechamiento de la biodiversidad.

Reconociendo que los procesos de mundialización y de transformación social por un lado crean las condiciones propicias para un diálogo renovado entre las comunidades pero por el otro también traen consigo, al igual que los fenómenos de intolerancia, graves riesgos de deterioro, desaparición y destrucción del patrimonio cultural inmaterial, debido en particular a la falta de recursos para salvaguardarlo.<sup>19</sup>

Entendiendo la importancia de preservar los valores de una Familia campesina, se proponen las siguientes estrategias encaminadas en minimizar el posible estrés que genere la actividad turística en la finca y en el área de influencia.

- Caracterizar las actividades de interacción turística, que comprometan una hibridación cultural con el fin de minimizar pérdidas de identidad.
- Realizar un acompañamiento continuo, en el cual se resalten y salvaguarden los valores y actividades culturales de la Cultura cafetera.

---

<sup>19</sup> CONVENCIÓN PARA LA SALVAGUARDIA DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL París, 17 de octubre de 2003.

•Re significar y apropiar la familia, entorno al valor patrimonial que representan como atributo del Paisaje Cultural Cafetero.

## 4.6. MÓDULO DE FINANZAS

### 4.6.1 .INVERSIONES

A continuación se describe la tabla de inversión inicial, que determina cuales son las acciones que se van a realizar para la puesta en marcha del producto, valorada en equipamiento, adecuaciones, reforma y las que conforman suplir las necesidades básicas para la prestación del servicio.

*Tabla 11 Inversiones totales*

INVERSIÓN		
1	Adecuación	\$ 25.000.000,00
2	Reforma planta y áreas verdes	\$ 10.000.000,00
3	Publicidad – Planes	\$ 3.000.000,00
4	Muebles y encerres	\$ 4.000.000,00
5	Equipos y Tecnologías	\$ 20.000.000,00
6	Registro de Marca	\$ 1.000.000,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 63.000.000,00</b>

En la siguiente tabla, se relacionan aquellos gastos fijos que hace referencia a las obligaciones necesarias, para el funcionamiento y prestación del servicio

*Tabla 12 Gastos Totales*

GASTOS		
	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Servicios Públicos	125000
2	celular	63000
3	Gas	50000
4	Nómina	3378900
5	Legalización de la Empresa	50000
6	Papelería	30000
7	Depreciación	400000
	<b>TOTAL</b>	<b>4096900</b>

Los costos Variables, se relacionan con la afluencia de visitantes que demandaran el gasto dependiendo del consumo y de la venta del producto.

*Tabla 13 Costos Variables por Visitantes*

COSTOS VARIABLES POR VISITANTE		
	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Refrigerio	5000
2	Café	2000
3	Agua	2000
4	Guía	5000



#### 4.6.2. Financiamiento

Después de realizar las estimaciones pertinentes para el montaje y puesta en marcha del proyecto y sus requerimientos de capital durante la operación, es importante analizarlas posibles fuentes de financiamiento para satisfacer las necesidades de capital para las inversiones fijas. Las posibilidades estimadas para este caso son:

Fondo emprender: Fondo de capital semilla creada por el Gobierno Nacional, cuyo objeto exclusivo es financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales<sup>20</sup>. Según el acuerdo No 00010 de 2013, cumplimos con los requisitos para acceder a este beneficio.

#### 4.6.4. Ingresos y costos

En la siguiente tabla se realiza la proyección de ventas para un año, indicando las unidades de venta y el valor unitario por cada visitante.

Los ingresos dependen de la estacionalidad donde se señalan 6 temporadas para Colombia.

*Tabla 14 Ingresos*

INGRESOS					
ITEM	DESCRIPCIÓN	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR	%
ENERO	Pasadía	175	25000	4375000	10,90
FEBRERO	Pasadía	100	25000	2500000	6,23
MARZO	Pasadía	100	25000	2500000	6,23

<sup>20</sup> Fondo Emprender

ABRIL	Pasadía	175	25000	4375000	10,90
MAYO	Pasadía	100	25000	2500000	6,23
JUNIO	Pasadía	175	25000	4375000	10,90
JULIO	Pasadía	175	25000	4375000	10,90
AGOSTO	Pasadía	100	25000	2500000	6,23
SEPTIEMBRE	Pasadía	100	25000	2500000	6,23
OCTUBRE	Pasadía	130	25000	3250000	8,10
NOVIEMBRE	Pasadía	100	25000	2500000	6,23
DICIEMBRE	Pasadía	175	25000	4375000	10,90
		1605		40125000	100,00

## 5. CONCLUSIONES

La demanda turística que se presenta en la región del eje cafetero con intenciones culturales, abre camino a la necesidad de contar con las herramientas necesarias para satisfacer las necesidades de este tipo de viajeros. Tal como lo muestra la historia y los procesos alternos al desarrollo de la ciudad, se hace indispensable contar con una opción renovada de productos y servicios especializados que permitan al turista disfrutar de la mejor experiencia en nuestro territorio.

De acuerdo a previas investigaciones, se puede observar que aunque se cuenta en la ciudad con varios prestadores de servicios dentro del departamento, son muy pocos los que se encuentran dentro del área metropolitana.

Por lo anterior se hace necesario un proyecto turístico que genere mayor expectativa para la ciudad basada en turismo cultural y cafetero.

Con esto, se requieren entidades involucradas en procesos afines para concebir convenios estratégicos entre prestadores de servicios turísticos y agencias de viajes, lo cual acarrea mayor organización del sector y los agentes involucrados para generar una propuesta competitiva en el sector.

En la actualidad existen prestadores de servicios turísticos en la ciudad de Pereira que se enfocan en la promoción de la cultura cafetera y demostración de este proceso, ofreciendo paquetes con fines educativos y recreativos, que promocionan el eje cafetero y el municipio de Pereira.

De acuerdo a la investigación realizada para este proyecto, es importante resaltar la viabilidad en todos los campos, de primera mano social pues se pretende trabajar de la mano de la comunidad y prestadores de servicios turísticos por medio de alianzas estratégicas y generación de empleo, en segunda medida para la factibilidad ambiental se elaboró un plan de acción para los posibles impactos generados por la actividad turística, donde se evalúa cada uno y así mismo se

propone una contingencia. En cuanto a la viabilidad financiera y económica, se hace una proyección e investigación referente al monto total de la inversión, la cual resulta positiva y favorable teniendo en cuenta que en lo que se debe invertir es en pequeños acondicionamientos de saneamiento, adecuación del sendero e implementos para la muestra, preparación y cata de café.

En este orden de ideas, la mejor opción para dar respuesta a la necesidad de los viajeros que vienen en busca de cultura cafetera y que llega a la ciudad de Pereira es la finca prestadora de servicios turísticos experienciales, Finca Café Morrones involucra los elementos y estrategias facilitadoras para el desarrollo de la actividad brindando experiencia, acompañamiento y exclusividad. Todo lo anterior, sustentado básicamente en convenios y alianzas corporativas con los prestadores turísticos de la región, para así, generar un alto nivel de sostenibilidad y responsabilidad empresarial que permita ofrecer un servicio único y de calidad.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- PEREIRA: CONTEXTO ACTUAL Y PERSPECTIVA, Pérez Gerson Septiembre 2014
- ESTUDIO DE PROSPECTIVA TERRITORIAL, Pereira, ciudad región de futuro, Escenarios y estrategias del desarrollo territorial al año 2032 con base en la economía y la sociedad del conocimiento.p.61
- GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Enero 2010.
- SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA TURÍSTICA DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO PCC, Diseño y estructuración de productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero, Bogotá 2013.
- UNIÓN TEMPORAL THR, Diseño y estructuración de productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero.
- DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL PCC, Fontur 2013.
- RUTA DEL CAFÉ PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL DEPARTAMENTO DE QUINDÍO, NSM Consultores, 2001.
- DANE - ENCUESTA DE VIAJEROS INTERNACIONALES, 30 de diciembre de 2013.
- FONDO SENA EMPRENDER

## 7. ANEXOS

### Encuesta Perfil del Turista

1. Conoce usted el Paisaje Cultural Cafetero?

- Si
- No

3. ¿Durante sus Vacaciones, se interesa usted por visitar fincas cafeteras?

- Si
- No

3. Que le llama la atención cuando visita el Paisaje Cultural Cafetero?

- La Cultura
- El Café

4. Sabe que es un Café Especial?

- Si
- No

5. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la experiencia del café en una finca cafetera?

- Entre \$100.000 y 150.000
- Entre \$100.000 y 150.000
- Más de \$150.000

6. Al visitar una finca turística que le gustaría encontrar?

- Experiencia Turística
- Conocimiento de la familia campesina

MATRIZ DE IDENTIFICACION Y VALORACION DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES																																							
FORMATO																																							
Área	Proceso	Actividad	Aspecto ambiental	Impacto Ambiental	Características																		TOTAL																
					Medio afectado				Situación				Impacto		Frecuencia					Probabilidad				Cantidad			Peligros			Severidad		Alcance		Sensibilidad		Cumplimiento Legal			
					W	A	S	F	F	P	T	N	A	P	+	-	A	M	S	D	C	SE		BP	PI	1	2	3	1	2	3	1	2	3	AL	ME	BA	L	Z
Siembra	Siembra de árboles	Remoción de tierra (Hoyado)	Movención de tierra	Erosión de los suelos		x						x								x	1																		12
			Transformación del paisaje	Pérdida de cobertura vegetal					x	x					x							x	1																12
	Fertilización	Aplicación de fertilizantes a la siembra	Cambio de propiedades del suelo	Alteración de las propiedades de los suelos y eutrofización en las aguas	x	x						x	x																									15	
Recolección y Beneficio	Proceso de cosecha y despalpadora	Despulpado de la cereza de café	Consumo de agua	Contaminación de las aguas	x							x								x	2																	15	
			Lavado	Lávado de los granos de café	Consumo de aguas	Contaminación de las aguas	x							x								x	2															15	
	Secado y almacenamiento	Secado el grano con luz natural	Generación de olores	Contaminación atmosférica	x							x									x	2																11	
Actividad Turística	Ingreso turistas	Recibo de visitantes	Uso del suelo	Degradación del suelo	x							x								x																		16	
			Recorrido agro sistema cafetero	Recorrido ecológico	Uso del suelo	Degradación del suelo		x						x																									11
			Avistamiento de aves	Avistamiento de aves	Uso del suelo	Degradación del suelo		x						x																									10
Unidad residencial	Servicio de alimentación	Preparación de alimentos	Uso del agua	Contaminación de las aguas	x							x																										15	
			Programa de manejo de residuos	Disposición final de residuos sólidos y peligrosos ordinarios	Generación de residuos líquidos y peligrosos ordinarios	Contaminación de las aguas y suelos	x	x						x																									16
			Servicios sanitarios	Uso de baterías sanitarias	Uso del agua	Contaminación de las aguas	x							x																									17

Tabla 3 Matriz de impactos ambientales, elaborado en base al Estudio de factibilidad para el manejo turístico de la finca Nápoles, Montenegro Quindío, Adriana Felisa Guzmán Maya, Claudia Alejandra Parra Mejia-UTP Facultad de Ciencias Ambientales, Administración del Medio Ambiente 2008

### Interpretación valores de Matriz de Impactos

Nivel de Priorización	sumatoria	actuación
alto	31-48	Prioritaria
Medio	21-30	Atención a mediano y corto plazo
Bajo	0-20	Seguimiento y controles a mejorar