

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL**

**FINCA CAFÉ MORRONÉS**

**ESTUDIANTES**

**LICED FERNANDA MEJÍA RIVERA.**

**LAURA MARITZA MÉNDEZ GUERRERO.**

**EDERSON PORRAS MORENO.**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA**

**FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES**

**PROGRAMA ADMINISTRACION DE TURISMO SOSTENIBLE**

**PEREIRA**

**2017**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL  
FINCA CAFÉ MORRONES**

**Estudiantes**

**Liced Fernanda Mejía Rivera.**

**Laura Maritza Méndez Guerrero.**

**Ederson Porras Moreno.**

**Modalidad**

**Emprendimiento empresarial**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA**

**FACULTAD DE CIENCIAS AMBIENTALES**

**PROGRAMA ADMINISTRACION DE TURISMO SOSTENIBLE**

**PEREIRA**

**2017**



**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

**FIRMA DEL PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**FIRMA DEL JURADO**

---

**FIRMA DEL JURADO**

**Pereira, Junio de 2017**

## **Agradecimientos**

En primer lugar agradecer a Dios por permitir finalizar esta etapa de mi vida académica, a mis padres Noralba Rivera y Javier Mejía, por brindarme su apoyo en este proceso, su paciencia, dedicación y el gran esfuerzo que hacen día a día por verme crecer como profesional y como persona.

A la profesora y directora de proyecto, María Asunción Guzmán López de Baró, quién con su dedicación y tiempo permitió el desarrollo de este proyecto de emprendimiento.

A la familia Porras Moreno, por su acompañamiento y disposición a lo largo de este proceso y por ultimo a mis compañeros Ederson Porras y Laura Méndez, por su paciencia, dedicación, disciplina, amistad y compañerismo durante estos cinco años de formación profesional.

### **Fernanda Mejía Rivera**

En primer lugar quiero agradecerle a Dios por brindarme la fortaleza y constancia en este proceso de formación académica. A mi familia y mis padres Gloria Elena Guerrero y Alberto Méndez, quiénes con su alegría, apoyo incondicional, consejos y escucha han sido testigos y maestros para el cumplimiento de mis metas.

A la familia Porras Moreno, por su hospitalidad, amabilidad y disposición ante las propuestas para su finca y la formulación de este proyecto. A mis compañeros Fernanda Mejía y Ederson Porras por su amistad, alegría, compromiso y entrega, a lo largo de nuestra formación como profesionales.

A nuestra directora, consejera, maestra María Asunción Guzmán López de Baró, por sus críticas, comentarios, motivación y acompañamiento en la formulación de este plan de emprendimiento.

**Laura Méndez Guerrero**

Agradecido con Dios y mi Familia, por su paciencia y comprensión, pero también por ese apoyo moral que me han brindado durante todo este tiempo, para esforzarme en terminar mi carrera.

Gracias Dios por tu sabiduría y por tu ayuda incondicional, por estar siempre a mi lado y ser mi guía perfecto.

A Frank Villada Villa, porque desde el primer momento que conoció el proyecto, ha acompañado cada uno de los momentos para su realización y sigue siendo un apoyo incondicional.

**Ederson Porras Moreno**

## Tabla de Contenido

Agradecimientos.....	5
Tabla de Contenido.....	7
Resumen .....	11
Summary.....	13
Introducción.....	14
Problema de Investigación.....	16
Antecedentes de la Idea .....	18
Planteamiento del Problema .....	20
Objetivos de la Investigación .....	22
Objetivo General.....	22
Objetivos Específicos .....	22
Justificación .....	23
Metodología.....	25
Análisis de Resultados.....	26
Vigilancia Estratégica.....	26

Modelo de Negocio Canvas.....	29
Análisis de Tendencias, Competidores y Mercado Objetivo .....	30
Matriz DOFA, Diseño Organizacional y Talento Humano .....	35
Estrategia Organizacional.....	36
Planeación Estratégica .....	38
Diseño Organizacional .....	39
Perfiles de los cargos .....	41
Mapa de procesos .....	45
Flujogramas por cargos .....	48
Ubicación de la empresa.....	53
Presentación del producto.....	54
Espectro de oportunidades.....	55
Guion temático .....	56
Storyboard .....	60
Descripción de cada paquete .....	61
Estrategia de comunicación .....	64
Diseño de marca y logotipo .....	66
Estrategia de promoción .....	67
Aspectos Económicos.....	68



Conclusiones.....	73
Bibliografía Parcial.....	75
Web grafía Parcial .....	77
Bibliografía.....	79
Anexos .....	81
Anexo 1 Vigilancia Estratégica .....	81
Anexo 2 Registro de visitantes .....	81
Anexo 3 Matriz Dofa.....	81
Anexo 4 Matriz Financiera Excel.....	82
Anexo 5 Portafolio de servicios.....	82
Anexo 6 Preguntas de entrevistas.....	82
Anexo 7 Cotización .....	83
Anexo 9 Matriz de impacto .....	86
Anexo 10 Fotografías .....	87

### ***Tabla de Tablas***

<i>Tabla 1. Modelo CANVAS para Finca Café Morrones</i> .....	30
<i>Tabla 2. Competencia directa actual, Elaboración propia</i> .....	35
<i>Tabla 3. Estrategias FO y FA.</i> .....	37
<i>Tabla 4. Estrategias DO y DA.</i> .....	37
<i>Tabla 5. Planeación estratégica “Finca turística café Morrones”</i> .....	39

<i>Tabla 6. Manual de funciones para el gerente administrativo</i>	42
<i>Tabla 7. Manual de funciones para el asesor comercial y de mercadeo</i>	43
<i>Tabla 8. Manual de funciones para el asesor de ventas</i>	44
<i>Tabla 9. Manual de funciones para el guía turístico</i>	45
<i>Tabla 10. Guion temático</i>	60
<i>Tabla 11. Descripción pasadía</i>	62
<i>Tabla 12. Descripción paquete I</i>	63
<i>Tabla 13. Descripción paquete II</i>	64

## **Tabla de Ilustraciones**

<i>Ilustración 1. Organigrama Finca Café Morrones</i>	40
<i>Ilustración 2. Flujo de procesos</i>	47
<i>Ilustración 3. Flujograma del gerente administrativo</i>	49
<i>Ilustración 4. Flujograma para el asesor de ventas</i>	50
<i>Ilustración 5. flujograma para el asesor comercial</i>	51
<i>Ilustración 6. Flujograma para el guía</i>	56
<i>Ilustración 7. Mapa de ubicación de la finca, en el contexto de la declaratoria del PCC y PNN. Fuente PNN</i>	53
<i>Ilustración 8. Espectro de oportunidades para la Finca café Morrones</i>	56
<i>Ilustración 9. Storyboard</i>	60

## **Resumen**

El siguiente trabajo constituye la creación de un producto turístico, a partir del arraigo cultural y la producción tradicional del café por la familia Porras en la finca el Porvenir de la vereda Morrón en el corregimiento de la Bella del municipio de Pereira.

Mediante la valoración de los recursos naturales y culturales, se realizó el espectro de oportunidades teniendo en cuenta que las actividades principalmente se encaminan a salvaguardar el patrimonio, propiciando una estrategia de arraigo y así evitar la deserción del campo, brindando herramientas dentro del turismo sostenible en pro de mejorar la mirada tradicional de la ruralidad, dentro de la posibilidad de diversificar a través de una unidad de negocio dentro de la Finca Cafetera, por otro lado presenta un estudio de mercado rápido, a partir del déficit de la oferta relacionada con el producto experiencial de café, dentro del producto turístico de la ciudad de Pereira.

Dentro del diseño y desarrollo de las actividades turísticas, se busca brindar una experiencia memorable a los turistas extranjeros y nacionales, para esto se diseñaron tres productos a través de los cuales se pretende reflejar el arraigo de la cultura cafetera que se ha conservado por cinco generaciones, para lo cuál fue necesario establecer un análisis de viabilidad financiera, con el fin de definir la factibilidad del proyecto en cuanto a la venta del producto turístico diseñado, trazando para este un plazo máximo de cinco años.

**Palabras clave:** Arraigo, familia, sostenibilidad, tradición cafetera, experiencia, producto turístico.

## Summary

The following work constitutes the creation of a tourist product, starting from the cultural roots and the traditional production of coffee by Porras family in the farm El Porvenir of vereda Morrón in corregimiento Bella in the municipality of Pereira.

Through the valuation of natural and cultural resources, the spectrum of opportunities was analyzed taking into account the activities are mainly safeguarding the heritage, fostering a strategy of establishment and thus avoiding desertion of the coffee field and providing tools within sustainable tourism in order to improve the traditional view of rurality, within the possibility of diversifying through a business unit within the Finca Cafetera. On the other hand, it presents a short market study, from the supply deficit related to the experiential coffee product, within the tourism product of the city of Pereira.

Within the design and development of tourism activities, the aim is to provide a memorable experience for foreign and national tourists. Three products were designed to reflect the roots of the coffee culture that has been preserved for five generations. For which it was necessary to establish a financial viability analysis, in order to define the feasibility of the project regarding the sale of the designed tourism product, for a maximum term of five years.

**Key words:** Roots, Family, Sustainability, Coffee Tradition, Experience, Tourist Product.

## **Introducción**

El presente trabajo pretende desarrollar un producto turístico experiencial en la finca café Morrones que acerque la cultura cafetera a extranjeros y nacionales a través de las tradiciones de la familia Porras, donde también se refleje la resistencia al cambio y al abandono del campo, junto con sus tradiciones, conocimiento, cultura y demás aspectos que hacen de éste un territorio único no solo por sus características geofísicas sino por la historia que le antecede.

Actualmente se ha presentado un fenómeno social entre la comunidad joven del campo, específicamente en el departamento de Risaralda, donde el desplazamiento hacia las ciudades capitales aledañas es una opción inevitable para esta comunidad, esto acarreando posibles cambios en el uso del suelo, pérdida de la oferta alimentaria del sector, cambios en las tradiciones culturales de la zona, entre otros factores que afectan tanto natural como culturalmente la finca.

Por otra parte se identificó que la oferta turística especializada en el componente cafetero de la capital del departamento de Risaralda es limitada y poco especializada, generando así un desplazamiento de gran parte del público objetivo hacia el departamento vecino, Quindío, donde el posicionamiento es mayor en este tipo de productos turísticos y que en algunos casos no logra reflejar la autenticidad de la región cafetera.

Es por esto que desde la formulación y operación de este producto turístico experiencial se pretende reducir el abandono del campo y con éste las consecuencias para el territorio desde el componente natural, cultural, social y económico y donde la familia Porras y en sí la finca Morrón, serán los aspectos esenciales para llevar a cabo dicho proyecto. En el

diseño del producto turístico, se han tenido en cuenta los criterios de sostenibilidad turística, donde la conservación y la autenticidad de la familia, el componente arquitectónico y el entorno natural donde se ubica el proyecto se deben mantener en el tiempo, enriqueciendo así la experiencia cafetera para el turista y donde el impacto negativo socio-cultural para la familia anfitriona sea casi nulo.

Para esto se han realizado actividades básicas, segmentadas en tres diferentes fases, representadas por: Fase I: estudio de mercado, el cual permitirá la identificación de la competencia directa e indirecta, la oferta y dinámica de productos turísticos similares en el municipio y el público objetivo, también la identificación de criterios necesarios para el diseño de actividades turísticas dentro de la operación de este producto, como el espectro de oportunidades y la consolidación de la experiencia turística, desarrollo de información financiera y contable. La fase II está definida por la realización de la prueba piloto la cual permitirá reconocer la viabilidad de la propuesta y a su vez establecer alianzas estratégicas con operadoras presentes en el destino, para así generar estrategias publicitarias y de comercialización y por último la fase III que se determina por la operación y renovación de actividades turísticas a ofrecer donde se contempla el avistamiento de aves, cata de cafés especiales, entre otras.

## **Problema de Investigación**

En el marco del turismo, Pereira está consolidando su oferta turística de acuerdo a sus potencialidades territoriales como son su historia, su cultura, su entorno natural, su infraestructura, su biodiversidad, la calidez de su gente, entre otros aspectos que permiten el desarrollo de la actividad turística y los cuales han sido analizados y clasificados en el estudio de prospectiva territorial de la ciudad.

En la actualidad en las veredas del Corregimiento de La Bella y en general en la veredas del departamento de Risaralda se han venido generando problemáticas preocupantes: la desaparición gradual del arraigo hacia la cultura cafetera unida a la migración de la comunidad campesina hacia las ciudades y sumada a la falta de una oferta en café que integre los diferentes atractivos de la cuenca del río Otún en el Corregimiento de la Florida.

A partir de esta situación, La Finca Turística Café Morrones propone la planificación, proyección e implementación de un producto turístico basado en el proceso productivo del café: siembra, recolección, despulpado, fermentación, lavado, secado, tostado y degustación del café en una finca cafetera, donde al mismo tiempo se reconozcan y salvaguarden el patrimonio natural y cultural, tangible e intangible de la vereda Morrón, y que éste se pueda sumar a la oferta turística ya existente en la zona.

Ésta nueva propuesta se basa en un estudio de mercado que arroja como resultado la poca oferta que se presenta dentro del área que comprende la vereda La Bella, en cuanto a propuestas de turismo basadas en la experiencia de la cultura cafetera donde el visitante pueda llevarse no sólo el conocimiento de la misma, sino también una experiencia de vivir en el auténtico quehacer que enmarca el Paisaje Cultural Cafetero.



Se busca con esta propuesta, afianzar los lazos entre la comunidad y el proyecto para crear así una propuesta innovadora, única e inclusiva, en el corregimiento de La Bella.

## **Antecedentes de la Idea**

La idea de la propuesta “Finca turística Café Morronés”, surge a partir de la necesidad de complementar el producto de naturaleza de la cuenca del río Otún unido al conocimiento de la cultura cafetera y tratando de satisfacer las necesidades que tienen hoy en día las familias campesinas, articulando nuevas estrategias de economía y oportunidades a través del turismo, ya que existe un bajo apoyo al sector rural.

La Asociación Comunitaria Yarumo Blanco, ve la oportunidad de establecer una alianza con la familia Porras apoyados en los criterios de sostenibilidad que plantea dicha organización, con el fin de crear un producto turístico basado en la experiencia del café, cubriendo así la poca oferta que tiene el corregimiento en este tipo de productos. Así mismo es importante resaltar que a partir del 2015 la finca café morrones ha registrado aproximadamente 60 visitantes entre nacionales y extranjeros lo cuál es un referente importante que demuestra que la demanda turística busca experiencias de este tipo, mostrando un incremento en el interés por la cultura, tradición e historia de territorios con un legado cafetero, especialmente en la capital Risaraldense, por lo se considera que la puesta en marcha del producto turístico café Morrones podría cubrir parte de dicha demanda.

Adicionalmente la Universidad Tecnológica de Pereira, desde la carrera de Administración de Turismo Sostenible, ha sido de trascendente aporte, fomentando dentro de sus alcances el dotar de conocimientos a profesionales que sean capaces de planificar oportunidades para las comunidades dentro de los territorios con vocación turística y promoviendo el desarrollo de las potencialidades del municipio de Pereira, específicamente en el corregimiento La Bella, vereda Morrón, por su importancia en la ecorregión Eje Cafetero.

De este modo, el grupo de trabajo conformado por Liced Fernanda Mejía, Ederson Porras Moreno y Laura Maritza Méndez Guerrero, estudiantes de decimo semestre de turismo sostenible se decide a poner en marcha la creación del producto turístico experiencial de la finca Café Morrones, a través de las cuales se plantean estrategias para que el cultivo de dicho producto y el arraigo por la cultura cafetera se siga manteniendo en el tiempo, y así mismo con la intención de aplicar los conocimientos adquiridos en el transcurso del proceso de formación profesional para tener la oportunidad de crear empresa.

Para la puesta en marcha del producto es importante resaltar que actualmente la finca turística cuenta el legado cultural e histórico cafetero de la familia Porras, la cuál cuenta con su auténtica vivienda tradicional, y sus cultivos de café bajo sombra, contenidos en un aproximado de (7) siete cuadras, lo que hace mucho más atractiva la propuesta de brindar una experiencia alrededor de este producto.

## **Planteamiento del Problema**

Dentro de los síntomas o problemáticas identificados para la formulación del presente proyecto, como eje central encontramos la ausencia de la oferta de productos turísticos relacionados al café y sus derivados en el contexto territorial de la cuenca alta del río Otún, por lo que la mayoría del público interesado en experiencias relacionadas con el mismo, tiene como referente el departamento del Quindío y es por esto que aunque lleguen a la capital Risaraldense para disfrutar de su oferta turística se desplazan a dicho departamento para encontrar productos turísticos relacionados con el café.

También se han reconocido cambios en el uso del suelo, donde debido a la baja rentabilidad en la producción de café, estos han sido reemplazados principalmente por otros cultivos transitorios o permanentes de cebolla, granadilla, tomate, banano, también se observa la producción de cultivos bajo cubierta y suelos para uso ganadero. Actualmente los cultivos de café que permanecen en la zona están siendo reemplazados por variedades de mayor resistencia y producción, afectando la variedad antigua de cafés (Típica) en búsqueda de un aumento en el volumen en la oferta de café, generando así la pérdida de la calidad del producto, sumado a esto, la tenencia y uso de la tierra ha migrado a la parcelación para fincas campestres, situación que genera presión sobre los ecosistemas naturales y transformación en el paisaje.

En este marco uno de los efectos que se ha generado es la deserción de la población campesina, entre jóvenes y adultos hacia la ciudad, como consecuencia de la baja remuneración que tiene el campesino por la actividad que ejerce, buscando oportunidades laborales alternas y una oferta académica más amplia para la comunidad joven, una forma

de vida diferente a la que tuvieron sus padres, lo cual genera una pérdida en el relevo generacional del campo, como consecuencia del bajo apoyo al territorio rural.

Como resultado de lo anterior se plantean posibles escenarios como la pérdida de la cultura tradicional cafetera, aumento en los índices de pobreza en el campo, continuidad en los cambios del uso del suelo, provocando mayor presión en los ecosistemas adyacentes y una pérdida en la apropiación del territorio y a su vez en las tradiciones culturales.

Con la implementación de la finca Café Morrones se pretende brindar una solución a una familia cafetera como resistencia al abandono del campo, lo cual permitirá conservar en el tiempo los usos actuales del suelo, como lo es el cultivo de café bajo sombrío. Así también se preservaran las tradiciones y conocimientos alrededor del café, complementando el producto turístico con el que cuenta actualmente el municipio de Pereira, ofertando una experiencia cafetera tradicional cerca al área metropolitana, desde los componentes de sostenibilidad turística.

## **Objetivos de la Investigación**

### **Objetivo General**

Desarrollar un plan de negocios para la oferta de un producto turístico, basado en el conocimiento del proceso del café y la cultura cafetera.

### **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.
- Realizar una prueba piloto para garantizar la idoneidad y la viabilidad del producto.
- Evaluar distintas formas de distribución del producto turístico a nivel nacional e internacional.

## **Justificación**

La cuenca del río Otún es un corredor turístico el cuál es visitado por nacionales y extranjeros, en este marco la Unidad de Parques Nacionales acoge el mayor porcentaje de visitantes que vienen al Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, con el fin de observar aves y realizar senderismo principalmente. Para este tipo de destinos, se hace necesario brindar nuevos productos y servicios turísticos que sirvan para desarrollar la economía de la zona y la experiencia del visitante.

La finca Café Morronés surge como producto a ofertar en el corregimiento de la Bella y la Florida, generando un valor agregado a lo ofrecido actualmente y aportando un nuevo producto turístico experiencial asociado al café que las distintas operadoras turísticas que visitan la cuenca del río Otún, puedan incluir dentro de su portafolio de servicios, aumentando así el tiempo de estancia en destino de los turistas que visiten el departamento de Risaralda.

Las familias campesinas en la actualidad y particularmente aquellas ubicadas en la vereda Morrón, han presentado un índice de pobreza y una baja oferta de oportunidades en lo relacionado a diversificar o comercializar los productos cultivados en sus fincas. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) publicó su más reciente informe sobre el panorama laboral del campo en América Latina, allí resaltó que el 20% de la población de la región reside en el campo, situación alarmante, pues pasó de representar 58% en 1950 (94 millones de personas) a tan solo 20% en 2015 (123 millones de personas), y se prevé que para 2100 la cifra sea de 65 millones de personas, es decir, solo el 9% de la población total del continente (Panorama Laboral 2016 América Latina y el Caribe ISSN: 2305-0276 versión web pdf).

Como estrategia de resistencia a salir del campo y salvaguardar la unidad familiar campesina, los saberes tradicionales, costumbres y la cosmovisión del territorio, el producto turístico café Morrones, pretende resaltar y resignificar las tradiciones cafeteras, a través de su operación, siendo de vital importancia para ello la conservación de los rasgos tradicionales, donde el componente arquitectónico, cultural y natural se expongan de manera autentica y generando una experiencia legítima de la vida de una familia tradicional cafetera.

Por último, el municipio de Pereira cuenta con oferta turística en el segmento de negocios, comercial, de naturaleza y salud, entre otros, en la cual no está contemplado el producto cafetero, otra de las necesidades que se identificó y que nos llevó a implementar una experiencia alrededor del café, donde la finca Café Morrones es vista como la oportunidad de complementar el producto turístico ya existente en el departamento.



## **Metodología**

Para el logro de los objetivos propuestos en el marco del estudio de factibilidad del producto turístico experiencial de la “Finca café Morrones”, se usaron las siguientes herramientas de obtención de datos:

- Entrevistas semi-estructuradas y estructuradas
- Información secundaria y primaria
- Bases de datos e informes de fuentes como CITUR, Centro de Información Turística, DANE Departamento Administrativo Nacional de Encuestas, IATA
- Consulta de páginas oficiales como la Federación Nacional de Cafeteros
- Apoyo de información periodística y artículos relacionados con datos del comportamiento económico de la producción del café
- Consulta del plan maestro de turismo
- Estudios relacionados con la formulación del guión temático para el diseño de la experiencia turística
- Consulta cuadro de costo y presupuesto para la operación del producto turístico

## **Análisis de Resultados**

Para la conformación de este plan de emprendimiento fue necesario recurrir a metodologías de recolección de información primaria y secundaria, las cuales estuvieron representadas por entrevistas estructuradas y semi-estructuradas, donde la participación de actores claves como la familia Porras Moreno, especialistas en café, el Sr Frank Villada, tostador certificado y representantes de la organización Yarumo blanco, compartieron su conocimiento el cuál será compartido a continuación. Adicionalmente la visita en campo a algunos hostales como el Hostal Kolibri, donde su público presenta gran interés por productos turísticos como la finca Café Morrones y a través de quienes pudimos conocer parte de la oferta actual en el mercado y quienes podrían llegar a ser nuestra competencia directa.

Por otra parte el abordaje de documentos y portales web permitieron fortalecer la información recolectada en campo, con el fin de articular la mayor cantidad a la estructura del proyecto de emprendimiento, esta se encuentra plasmada a través de formatos como la matriz de vigilancia estratégica, matriz DOFA, modelo CANVAS, entre otros.

Por último, con el fin de darle cumplimiento a las actividades propuestas con la formulación de este plan o proyecto de emprendimiento se abordó la metodología propuesta por el profesor Andrés Rivera en la cual se logra estructurar la experiencia y producto turístico, consolidado a través de un sólo producto turístico.

### **Vigilancia Estratégica**

Para la elaboración de la vigilancia estratégica se diligencio la plantilla propuesta por los docentes de emprendimiento, esta plantilla se divide en 5 aspectos los cuales son:

- Patentes
- Legislación
- Trabajos de grados
- Publicaciones
- Contextos

De los cuales 4 de ellos son los que aplican para el desarrollo de la propuesta, de este modo se procedió a realizar la búsqueda de la información secundaria la cuál se considera de gran importancia y que de una u otra forma aporta a la realización y consolidación del proyecto y por último diligenciar las plantillas con esta información.

Entre la información abordada se identificó que es de gran importancia para el desarrollo del contenido temático del producto turístico que se diseñó, el documento “Memoria y gestión del patrimonio en el paisaje cultural Cafetero colombiano (PCC)”. Saldarriaga C. 2016, este trabajo de grado cuenta la relación del Patrimonio Cultural cafetero y la trascendencia que ha tenido en el tiempo, como éste se encontraron tres trabajos de grado y tres publicaciones, los cuáles suministraron información que permite conocer más sobre el consumo de cafés especiales en el eje cafetero y la trascendencia que ha tenido la migración de los jóvenes del campo a la ciudad, así mismo permite establecer información sobre el comportamiento de la oferta y demanda actual, el cuál es de gran importancia para la realización del estudio de mercado abordado en el desarrollo de este proyecto.

Adicional a esto se visualizaron algunas de las normas que cobijan el proyecto y que aportarán a que las actividades realizadas en la finca se desarrollen de forma adecuada y así

mismo se cumpla con los requisitos legales necesarios. Para este punto se tuvieron en cuenta las siguientes normas:

Ley 300 de 1996 Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.

Regula la actividad y la define como esencial para el desarrollo del país, las regiones y entidades territoriales. Plantea que el desarrollo turístico está regido por el principio de descentralización, el cual debe adelantarse bajo criterios de coordinación, concurrencia y subsidiariedad. En ese sentido, le otorga a las entidades territoriales la facultad de formular sus propios planes de desarrollo turístico, siempre y cuando estos se acojan a las normas de carácter superior y a los principios de la política turística nacional. (Colombia C. M., Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun, 2013)

Ley de 1999 del 1993 Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones. (Colombia C. M., Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun, 2013)

Ley 1336 de 2009: Adiciona y robustece la Ley 679 de 2001 de lucha contra la explotación, la pornografía y abuso sexual de niños, niñas y adolescentes y establece que los prestadores de servicios turísticos deberán establecer códigos de conducta para prevenir y evitar la utilización y explotación sexual de niños, niñas y adolescentes por el turismo. (Colombia M. e., 2013)

Por último se realizó la búsqueda de proyectos similares al producto turístico finca Café Morronés el cual permite tomar referentes para el desarrollo y puesta en marcha de la propuesta tanto en aspectos negativos y positivos, teniendo en cuenta que estos no están ligados al mismo producto (café), sino al reconocimiento de la producción como un recurso turístico el cual debe tener protagonismo en una región por su historia, tradición y cultural. (Ver anexo 1)

### Modelo de Negocio Canvas

En el proceso de elaboración del modelo Canvas, se tuvieron en cuenta los 9 aspectos que propone el mismo, donde la base o eje central para la definición de los demás criterios es la descripción de la propuesta de valor, la cual en este caso está definida por los tributos paisajísticos de la finca, la riqueza cultural, en compañía del conocimiento que se ha transmitido desde hace 5 generaciones por la familia Porras y la oportunidad de ser los pioneros en formular un proyecto turístico que resalte los atributos cafeteros en la cuenca alta del río Otún. De todo lo anterior se obtuvo el siguiente resultado

<b>Finca Turística Café Morrones</b>				
<b>SOCIOS CLAVE</b>	<b>ACTIVIDADES CLAVE</b>	<b>PROPUESTA DE VALOR</b>	<b>RELACIÓN CON LOS CLIENTES</b>	<b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b>
<i>Familia anfitriona</i> <i>Inversor</i> <i>Operadoras turísticas</i> <i>Hostales y hoteles de la ciudad</i> <i>Guías locales</i> <i>Transporte público</i> <i>Tostador.</i>	Diseño y operación de senderos y actividades que se llevaran a cabo en la ejecución del proyecto.  Siembra y producción de café de origen.  Creación o formulación de estrategias de salvaguarda para el patrimonio cultural de la finca y familia cafetera.	<i>Tener una ubicación estratégica, la cual permite tener una vista 360°.</i>  <i>Ser pioneros en este tipo de producto turístico en la cuenca alta de río Otún, basados en la experiencia del café.</i>  <i>Contar con una finca cafetera tradicional, la cual cuenta con</i>	<i>Las relaciones con los clientes inician desde que se efectúa un primer contacto y finaliza en el proceso de retroalimentación con los clientes.</i>  <i>Está basado en:</i> Relación personalizada con los clientes	Turistas extranjeros y nacionales, amantes del buen café y grupos familiares, interesados en conocer todo sobre la cultura cafetera y los orígenes de un buen café; todo ello enmarcado en la declaratoria del PCC.

		<p><i>un arraigo cultural desde hace 5 generaciones.</i></p> <p><i>Ser reconocidos por los diferentes prestadores y operadores turísticos de la zona</i></p>	<p>Comunicación voz a voz</p> <p>Por terceros</p> <p>Virtual (Pagina de Facebook, Instagram, correos)</p>	
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>Finca de producción</p> <p>Métodos y equipos de preparación de café.</p> <p>Guías.</p> <p>Conocimiento en turismo.</p> <p>Infraestructura para la operación turística</p> <p>Fuente de Inversión</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Distribución a través de medios electrónicos, como redes sociales, agina propia y portales web relacionados con turismo</p> <p>Operadores turísticos y agencias de viajes y turismo</p> <p>Hoteles y hostales</p>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p>Guías</p> <p>Adecuación de senderos.</p> <p>Adecuación de infraestructura.</p> <p>Equipamiento para la realización de actividades.</p> <p>Publicidad.</p> <p>Personal (administrativo y operacional).</p> <p>Métodos de preparación del café.</p> <p>Flujo de caja.</p>		<p><b>FUENTE DE INGRESOS</b></p> <p>El pago de clientes externos hacia la finca, será a través de consignaciones o transferencias bancarias y en efectivo directo en la finca, relacionado con la operación de senderos y actividades principales de la finca.</p> <p>Pagos en efectivo o mediante transferencias o consignaciones en cuenta de las agencias de viajes y turismo y operadores turísticos distribuidores.</p> <p>Otros ingresos son la venta de café en presentación de libra y ½ libra.</p>		

Tabla 1. Modelo CANVAS para Finca Café Morrones

### **Análisis de Tendencias, Competidores y Mercado Objetivo**

Para el estudio e identificación del comportamiento del mercado actual, se tuvieron en cuenta aspectos esenciales para el reconocimiento de la competencia directa e indirecta, la oferta real y potencial en el municipio de Pereira con énfasis en la prestación de servicios turísticos basados en el producto de café, el análisis de las diversas estadísticas del sector

tanto a nivel departamental como municipal, la lectura de estudios basados en el consumo y apreciación de los cafés especiales en la región y por último la selección del público objetivo al cual se debe dirigir la estrategia de comunicación y comercialización del producto.

### **Aspectos cualitativos y cuantitativos de la demanda**

Dentro de los aspectos cualitativos y cuantitativos de la demanda, en el marco del comportamiento turístico del departamento de Risaralda se encontró que 446.886 viajeros ingresaron en el año 2016 durante el mes de Diciembre a nuestro país. Se clasificaron en tres categorías de ingreso, por crucero, personas de nacionalidad colombiana pero actualmente residiendo en otro país y por último los extranjeros no residentes, de dicho total la comunidad de extranjeros no residentes que visitó o que tenía como destino objetivo el departamento de Risaralda fue de 4.481 pasajeros, teniendo en cuenta a su vez que según el ranking realizado por el informe mensual de turismo del DANE, en Diciembre 2016 el aeropuerto internacional Matecaña ocupó el 10° lugar por debajo del aeropuerto internacional el Dorado y el aeropuerto internacional El Edén, de la ciudad de Armenia.

La comunidad representada por colombianos residentes en otros países, proviene de destinos como Panamá, Chile, Argentina, Estados Unidos, España y Venezuela, quienes a nivel interno junto con la población nacional registraron un total de 1.853.078 vuelos. Adicionalmente el total de vehículos que transitaron por los peajes del país fue de 4.214.439 vehículos, donde el mayor afluente estuvo presente en los departamentos de Antioquia, Tolima y Cundinamarca.

En relación con lo anterior, dentro del reporte realizado por el ministerio, se encontró que los principales motivos de viaje se centran en vacaciones, recreación y ocio, seguido por las motivaciones relacionadas con los negocios y motivos profesionales, por último la educación y formación académica fueron otros de los aspectos que incentivaron la realización del viaje de turistas en nuestro departamento, es por esto que cabe resaltar la importancia de la implementación del producto turístico, basado en el fortalecimiento de la oferta turística experiencial de la ciudad de Pereira.

Adicionalmente para el mismo año el volumen de visitantes registrados en el Parque Nacional Natural los Nevados, fue de 148.959 personas, aspecto de gran relevancia dada la ubicación estratégica de la finca Café Morrones, lugar en el cuál se pretende desarrollar la idea de emprendimiento y entendiendo que limita con la zona de amortiguación del área protegida, por lo cuál se reconoce un gran potencial ante la demanda turística que frecuenta estos destinos y que viaja también en busca de una experiencia cultural que muestre los rasgos característicos de la eco región cafetera. Para el año 2016 se reportaron 6875 turistas que ingresaron al Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, de esta cifra el 16% corresponde a extranjeros motivados por el avistamiento de aves según la Gobernación de Risaralda en su artículo "Risaralda un mundo natural por descubrir con un turismo comunitario y sostenible".

Teniendo en cuenta que la finca café morrones ha estado operando desde comienzos del mes de septiembre del 2015 se han tenido hasta la fecha (60) sesenta visitantes, los cuales están representados en su gran mayoría por extranjeros provenientes de países como Brasil, Ecuador, España, Argentina, Alemania y Corea. (Ver anexo 2). Cabe resaltar que la finca no cuenta con una estrategia de comercialización y promoción que le permita darse a



conocer, es decir que los visitantes anteriormente mencionados, contactaron con este producto turístico a través de la voz a voz.

Basado en lo anterior se reconoce que la demanda potencial está representada por un mercado internacional que proviene de países como España, Brasil y Estados Unidos, motivados por el reconocimiento de la cultura cafetera y el disfrute de un intercambio cultural con la comunidad anfitriona, de igual manera se evidenció un segundo mercado potencial caracterizado por grupos familiares nacionales que realizan desplazamientos por lo general en vehículos propios y que de igual manera les motiva el conocimiento de la historia y tradición de la región cafetera.

Por último como uno de los clientes potenciales y a la vez aliado estratégico, son las agencias de viajes, tanto mayoristas como minoristas, principalmente de la ciudad de Pereira, quienes ofrecen experiencias relacionadas con el producto de café en el departamento del Quindío y quienes han manifestado la necesidad de un producto con dichas características en el municipio de Pereira, según lo manifiesta la asociación Yarumo Blanco y la agencia operadora de turismo Retro-ciclas.

Respecto al análisis de la oferta se identificó como competencia directa la finca Don Manolo donde el concepto del café, su tradición e historia es tratado con el mismo objetivo que se plantea desde la finca café Morrone; desde el cultivo, proceso hasta la preparación están integrados en la operación de la misma, sin embargo se cuenta con una ventaja comparativa en la cual se integra a una familia netamente cafetera la cual cuenta con un arraigo cultural de 5 generaciones familiares dedicados a la producción del café y el poseer de una tostadora de café, que permite mostrar al cliente el proceso de tuestión.

Se identifica que el resto de fincas que operan en el municipio de Pereira y Dosquebradas ofertan principalmente el servicio de alojamiento y recreación sobre actividades que expongan el proceso productivo del café, su cultura y tradición, entre éstas se encuentra la finca Monte Jazmín ubicada cerca al Parque Regional Natural Serranía Alto del Nudo, aproximadamente a 12 km de distancia de la ciudad de Pereira en la vereda Pital de Combia que ofrece servicios de alojamiento, productos turísticos relacionados con el café y su propia marca de café.

Las fincas anteriormente mencionadas cuentan con una estrategia publicitaria basada en medios electrónicos como página web propia, presencia en redes sociales y posicionamiento en páginas como Trip Advisor.

Nombre del Establecimiento	Valor del servicio	Ubicación	Canal de Distribución	Descripción
<b>Café Don Manolo</b>	Desde \$30.000 por persona	Vereda el Estanquillo Dosquebradas   Ruta al Alto del Nudo, Pereira	Uso de GDS, redes sociales y pagina Web	<p>Café Don Manolo es un excelente lugar para aprender todo lo relacionado con el proceso del café, ofreciendo el mismo tiempo una perfecta ubicación con una excelente vista de Pereira.</p> <p>Don Manolo, el dueño es el encargado de hacer el recorrido por las plantaciones de café y de enseñar al turista todo acerca de las cosechas, y cómo éstas son muy importantes para la economía colombiana.</p> <p>Inicialmente el recorrido muestra como escoger las semillas, como plantarlas, recolectarlas, secarlas y tostarlas. Al final del tour, usted va a poder disfrutar de un fresco y especial café proveniente de las montañas Risaraldenses, mientras disfruta de una vista y atmosfera de esta finca cafetera familiar</p>

<b>Café Jazmín</b>	<b>Monte</b>	Recorrido por persona por \$30.000	Finca Monte Jazmín, está ubicada cerca al Parque Regional Natural Serranía Alto del nudo aproximadamente a 12 km de distancia de la ciudad de Pereira en la vereda Pital de Combia	Uso de GDS, redes sociales y pagina Web	Vivir la experiencia, paso a paso, de las buenas prácticas para la producción, el beneficio, el secado, la trilla y la tostión de un excelente café, en la compañía de la habilidad del caficultor y el esmero de un buen Barista, que permiten la preparación, el aroma y los atributos de una buena taza de nuestro mejor café
--------------------	--------------	------------------------------------	--	---	--

*Tabla 2. Competencia directa actual, Elaboración propia*

### **Matriz DOFA, Diseño Organizacional y Talento Humano**

Para la realización de dicha matriz (ver anexo 3), se consideraron los aspectos más relevantes del proyecto, tanto internos como externos, los cuales permitieron identificar y contrarrestar las debilidades y amenazas para la ejecución del mismo, del cual se obtuvieron los siguientes resultados:

- Salvaguardar los conocimientos y tradiciones culturales ligados a la producción de café por pequeños productores.
- Crear una estrategia de comunicación y divulgación que potencialice las propiedades de la finca y exalte la calidad de ser pioneros en la zona.
- Cumplir con el diseño de senderos y de la experiencia turística según la normatividad vigente, apoyados en el conocimiento y experiencia de los profesionales en turismo sostenible.
- Aportar en la organización de destino, como familia y comunidad organizada, para el crecimiento equitativo local.

- Permitir la identificación de los usos permitidos del suelo en la finca y en la vereda mediante el estudio y lectura previa del POT municipal.

### **Estrategia Organizacional**

A continuación se presentan las estrategias definidas para combatir las debilidades y amenazas identificadas para el diseño, construcción y operación del proyecto, divididas en cuatro segmentos (FO, FA, DO, DA), las cuales están descritas en las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

FORTALEZAS	ESTRATEGIAS	
	FO	FA
	<p>Aunar esfuerzos conjuntos para la consolidación del “Destino Cuenca” mediante el desarrollo del producto turístico café Morronés.</p> <p>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>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 organizadora.</p> <p>Salvaguardar los conocimientos y tradiciones culturales ligados a la producción de café por pequeños productores.</p> <p>Crear una estrategia de comunicación</p>	<p>Aprovechar los atributos que tiene la familia y potencializar las bondades culturales para el producto de finca cafetera.</p> <p>Gestionar ante la administración el arreglo de vías, mejorando las conexiones con los corredores turísticos, ya que la finca se encuentra muy cerca de la capital del departamento.</p> <p>Aportar en la organización del destino como familia y comunidad organizada, para el crecimiento equitativo local.</p> <p>En cooperación con el reconocimiento de la marca de café, se fortalecerá la estrategia de posicionamiento de la finca, como pioneros en la elaboración de experiencias basadas en la autenticidad de la cultura cafetera.</p> <p>Cumplir con el diseño de senderos y de la experiencia turística según la normatividad vigente, apoyado del conocimiento y experiencia de los profesionales en turismo</p>

	y divulgación que potencialice las propiedades de la finca y exalte la cualidad de ser pioneros en la zona.	sostenible.
--	---	-------------

Tabla 3. Estrategias FO y FA.

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS	
	DO	DA
	<p>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>Acceder a capacitaciones en prestación de servicios a través de la red de prestadores de servicios turísticos organizados.</p> <p>Postular el proyecto ante diversas convocatorias de financiación, como las generadas por el fondo Emprender, aprovechando el potencial turístico con que cuenta la idea de negocio.</p> <p>Fortalecer procesos de preservación de los cultivos de café y uso actual de la finca, apoyados en las técnicas de salvaguarda del PCC y del aprovechamiento de la finca como producto turístico.</p> <p>Elaborar una estrategia de comunicación y publicidad que permita dar a conocer la experiencia turística y sus diferentes potencialidades.</p>	<p>Potencializar los atributos con que cuenta el producto mediante procesos de turismo sostenibles en la cuenca del río Otún.</p> <p>Ejecutar las adecuaciones requeridas para la operación del producto turístico, a través de un proceso de financiación consolidado.</p> <p>Capacitar en la prestación de servicios turísticos a parte de la familia Porras.</p> <p>Estudiar y leer el POT municipal, para identificar los usos permitidos del suelo en la finca y en la vereda.</p> <p>Incentivar a la comunidad de la vereda La Bella, para la adecuación de la vía principal de acceso.</p>

Tabla 4. Estrategias DO y DA.

## Planeación Estratégica

A partir de lo anterior se formula la misión, visión y objetivos del proyecto, los cuales están basados en la identificación de estrategias base para la puesta en marcha del producto turístico que permitirán tener una guía para el cumplimiento de metas a lo largo del proceso de ejecución.

VISIÓN	<p>Consolidarnos en el año 2022 como el mejor atractivo turístico experiencial asociado al proceso productivo del café en el departamento de Risaralda, satisfaciendo las necesidades del cliente y cumpliendo con altos estándares de calidad.</p>
MISIÓN	<p>Somos una familia cafetera de la vereda Morrón, que a través de nuestro producto turístico “Finca Café Morrónés ” y a través de experiencias memorables conservamos y mostramos el proceso productivo del café y la cultura cafetera en las zonas andinas, complementando la oferta turística de Pereira.</p>
OBJETIVOS	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Ofrecer experiencias turísticas memorables a partir de los productos operados por la finca café Morrónés, como estrategia de resistencia al cambio, abandono del campo por parte de la comunidad campesina y como complemento al producto turístico actual de la ciudad de Pereira, donde la sostenibilidad, calidad y satisfacción del visitante son el eje transversal de la organización.</p>

	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidar el producto turístico café Morrones, como producto en la ciudad de Pereira como oferta complementaria de las rutas del eje cafetero</li> <li>• Capacitar a los integrantes de la familia y los colaboradores de la Empresa en la prestación de servicios turísticos.</li> <li>• Desarrollar el guion temático de la finca café Morronés para garantizar la experiencia memorable del visitante.</li> <li>• Generar alianzas estratégicas con los distintos prestadores de servicios turísticos presentes en la ciudad de Pereira.</li> <li>• Desarrollar estrategias de mercadeo para el posicionamiento del producto turístico Café Morronés</li> <li>• Integrar a la comunidad local, en el proceso de operación de la finca café Morrones generando ingresos económicos.</li> <li>• Realizar seguimiento y evaluación a las actividades turísticas con el fin de mitigar y corregir posibles contingencias.</li> </ul>
--	---

*Tabla 5. Planeación estratégica “Finca turística café Morrones*

## **Diseño Organizacional**

### **Organigrama**

Para la estructura de la organización se ha propuesto el organigrama circular como la figura que permite plasmar el trabajo en equipo, donde no hay jefes pero si hay líderes y todos trabajan en pro del servicio, el centro está representado por el cliente como uno de los motivos por el cual la compañía funciona.

Dado el pequeño tamaño de la empresa, únicamente existe un anillo jerárquico sobre el cual están las funciones misionales que representan la finca, en donde se encuentra el gerente administrativo, asesor comercial y de mercadeo, asesor de ventas y el guía de planta.

Adicionalmente cabe resaltar que algunos cargos serán ejecutados en simultánea por una misma persona, como es el caso del gerente quien a su vez será el guía, ya que es uno de los

integrantes de la familia y quien está empoderado de la historia y legado cultural que esta conlleva.

Por último se encuentran las personas que no hacen parte de la organización como funcionarios directos, pero si contribuyen al desarrollo de actividades para que la prestación del servicio sea la deseada, como es el caso del contador, personal de mantenimiento y los guías temporales representados por algunos integrantes de la familia.

Todos tendrán responsabilidades distintas sin dejar a un lado que todos servimos al cliente y cooperamos en conjunto por una misma meta, eliminando el orden jerárquico dentro de la organización y sus brechas para el trabajo en equipo.



Ilustración 1. Organigrama Finca Café Morrones



## Perfiles de los cargos

A partir del organigrama de la Finca turística Café Morronés se plantea un manual de funciones que responde a las actividades que debe realizar cada cargo y que será de vital importancia para el desarrollo del producto turístico de la misma, todas las áreas serán controladas por el gerente administrativo y se tendrá una revisión periódica de estas.

### MANUAL DE FUNCIONES DE LA FINCA CAFÉ MORRONES

**CARGO:** Gerente Administrativo

**NIVEL:** Administrador de turismo sostenible

**DEPARTAMENTO:** Operativo

**JEFE INMEDIATO:** Gerente Administrativo

**PERSONAL A CARGO:** Guía Turístico – Asesor comercial y de mercadeo

**PROPOSITO:** Administrar los recursos humanos, materiales (logística) Y financieros relacionados con el proceso de la empresa, diseñando políticas y procedimientos a seguir en materia presupuestal, flujos de efectivo, análisis financiero, movilidad del personal y control del gasto administrativo, velar por el buen funcionamiento y el bienestar de los colaboradores de esta forma trabajar en el éxito de la finca café morrones.

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Selección de personal	Cada que sea necesario
Manejo y pago de nomina	Quincenal
Formular y proponer políticas que ayuden al funcionamiento de las actividades contables y afines.	Cada que sea necesario
Mantener las buenas relaciones entre clientes y empresas para el buen funcionamiento de la misma	Siempre
Hacer constantemente capacitaciones a los colaboradores de la empresa y de esta forma poder mejor la atención y prestación de servicios de la misma	Anual
Estar atento a las quejas y los reclamos ya sea de los colaboradores o de los clientes.	Siempre

Tomar decisiones con respecto a la finca turística café morrones.	Cuando sea necesario
<b>CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS</b>	
<b>NIVEL ACADEMICO:</b> Administrador contable - Administrador del Turismo Sostenible con conocimientos generales sobre la actividad turística.	
<b>EXPERIENCIA LABORAL:</b> Experiencia mínima de un año	
<b>HABILIDADES:</b> Inglés fluido, ser una persona con actitud de liderazgo, habilidad para comunicar, orientar e informar, habilidades para supervisar y elaborar informes.	
<b>PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE:</b> Selección de personal, Procesos contables, administrativos y operativos.	

Tabla 6. Manual de funciones para el gerente administrativo

### MANUAL DE FUNCIONES DE LA FINCA CAFÉ MORRONES

**CARGO:** Asesor comercial y de mercadeo

**NIVEL:** Técnico, tecnólogo y profesional de turismo sostenible.

**DEPARTAMENTO:** Mercadeo

**JEFE INMEDIATO:** gerente administrativo

**PERSONAL A CARGO:** asesor de venta

**PROPOSITO:** Diseñar estrategias innovadoras de venta y promoción del producto experiencias café morrones, las cuales logren mantener el liderazgo de la empresa, brindando un servicio de excelente calidad y garantizando la rentabilidad deseada por esta.

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Diseñar estrategias de comercialización del producto turístico café morrones	Cada que sea necesario
Coordinar la publicación de contenidos de la finca turística en la página web	Siempre
Coordinar actividades de promoción	Siempre
Estar actualizados en las nuevas tendencias tecnológicas.	Siempre
Publicar o promocionar los servicios que ofrece la finca turística	Siempre
Definir cuáles serán las estrategias de promoción que va a utilizar la empresa	Cada que sea necesario

### CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS

**NIVEL ACADEMICO:** Técnico, tecnólogo y profesional de turismo sostenible, técnico, tecnólogo en mercadeo o carreras afines

**EXPERIENCIA:** 1 año de experiencia

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

**PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE:** Administrativos

Tabla 7. Manual de funciones para el asesor comercial y de mercadeo

### MANUAL DE FUNCIONES DE LA FINCA CAFÉ MORRONES

**CARGO:** Asesores de ventas

**NIVEL :** Tecnólogo en mercadeo y ventas

**DEPARTAMENTO:** Mercadeo

**JEFE INMEDIATO:** Comercial

**PERSONAL A CARGO:** N/A

**PROPOSITO:** Informar y atender al turista en todo momento, manteniendo siempre un contacto directo con el mismo y así brindar toda la información necesaria sobre el portafolio de servicios que tiene la finca turística café morrones.

<b>FUNCIONES</b>	<b>PERIODICIDAD</b>
Tener pleno conocimiento del portafolio de servicios con que cuenta la empresa café morrones.	Siempre
Brindar la información oportuna y necesaria que requiere el cliente.	Cada vez que sea necesario
Manejar reservas y tarifas necesarias.	Cada vez que sea necesaria
Vender los paquetes ya establecidos tanto a agencias minoristas, mayoristas y público en general.	Siempre
Elaborará cotizaciones necesaria para la venta	Cada vez que sea necesaria
Hacer los respectivos cobros al cliente y que se hagan los pagos necesarios.	Cada vez que sea necesaria

#### CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS

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

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

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

## PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE

Promoción, operación.

Tabla 8. Manual de funciones para el asesor de ventas

### MANUAL DE FUNCIONES DE LA FINCA CAFÉ MORRONES

**CARGO:** Guía turístico

**NIVEL:** Técnico, tecnólogo o profesional de turismo sostenible

**DEPARTAMENTO:** Operativo

**JEFE INMEDIATO:** Gerente Administrativo

**PERSONAL A CARGO:** N/A

**PROPOSITO:** Es el responsable de la coordinación, recepción, asistencia, conducción, información y animación de los turistas, durante los recorridos y actividades que se van a realizar en la finca café morrones.

FUNCIONES	PERIODICIDAD
Brindar la información necesaria sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo.	En cada recorrido
Supervisar la unidad de transporte a utilizar.	En cada recorrido
Estar disponible para el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad	Siempre
Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.	Cada que sea necesario
Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.	Cada que sea necesario
Conducción de los turistas a las catas de café	Durante el recorrido
Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios	Cada que sea necesario
Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario.	Siempre

### CONOCIMIENTOS ESPECIFICOS

**NIVEL ACADEMICO:** Técnico, tecnólogo o profesional de turismo sostenible, con

---

tarjeta profesional de guía.

**EXPERIENCIA:** Experiencia de un año como guía turístico

**HABILIDADES:** Conocimientos generales sobre la actividad turística.

Conocimientos sobre el Patrimonio Cultural, inglés conversacional fluido

Habilidad para comunicar, orientar e informa, tener habilidad para la conducción de grupos, para promover actividades de animación, habilidades para elaborar informes.

**PROCESOS EN LOS QUE INTERVIENE: Atención al cliente**

*Tabla 9. Manual de funciones para el guía turístico*

### **Mapa de procesos**

A través del siguiente gráfico, conocido también como el sistema integrado de gestión, se pretende abordar de manera clara las diversas actividades y procesos relacionados con la operación de la finca turística, clasificados en tres grandes grupos representados por procesos estratégicos, misionales y de apoyo, los cuales estarán enmarcados en una entrada o solicitud abordada como la experiencia turística, generada a partir del estudio de mercado el cual arrojó la necesidad de un producto turístico enfocado en el café, el consumo creciente e interés por los cafés especiales producidos en esta eco-región, así mismo conocer el origen y los métodos de producción del café que se disfruta en pequeñas tasas y que deleita con su aroma.

Y por último este tendrá un cierre o salida que estará representado por la satisfacción de un cliente o visitante y el cumplimiento de esa experiencia enmarcada en las actividades principalmente misionales. Es importante resaltar que a través de esta figura se promueve la retroalimentación encaminada hacia la mejora continua y enriquecimiento de las actividades abordadas en la conformación de la experiencia.





Ilustración 2. Flujo de procesos

## **Flujogramas por cargos**

Para la representación de los flujo-gramas se ha optado por una de las herramientas para la formulación de proyectos, conocida como la EDT (Estructura Desglosada de Trabajo) o WBS (Work breakdown structure), la cual permite estructurar de manera jerárquica las actividades o tareas de cada cargo, los cuales a su vez se encuentran enmarcados en un inicio y un fin y son abordados por grupos de trabajos los cuales fácilmente pueden llegar a ser reestructurados si fuese necesario con el fin de optimizar la realización de actividades y el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

A continuación se encuentran los cuatro flujogramas para los cargos principales de la finca y a través de quienes se dará el cumplimiento de los objetivos, para los cuales se ha abordado la mayor cantidad de actividades necesarias en el desempeño de sus actividades.



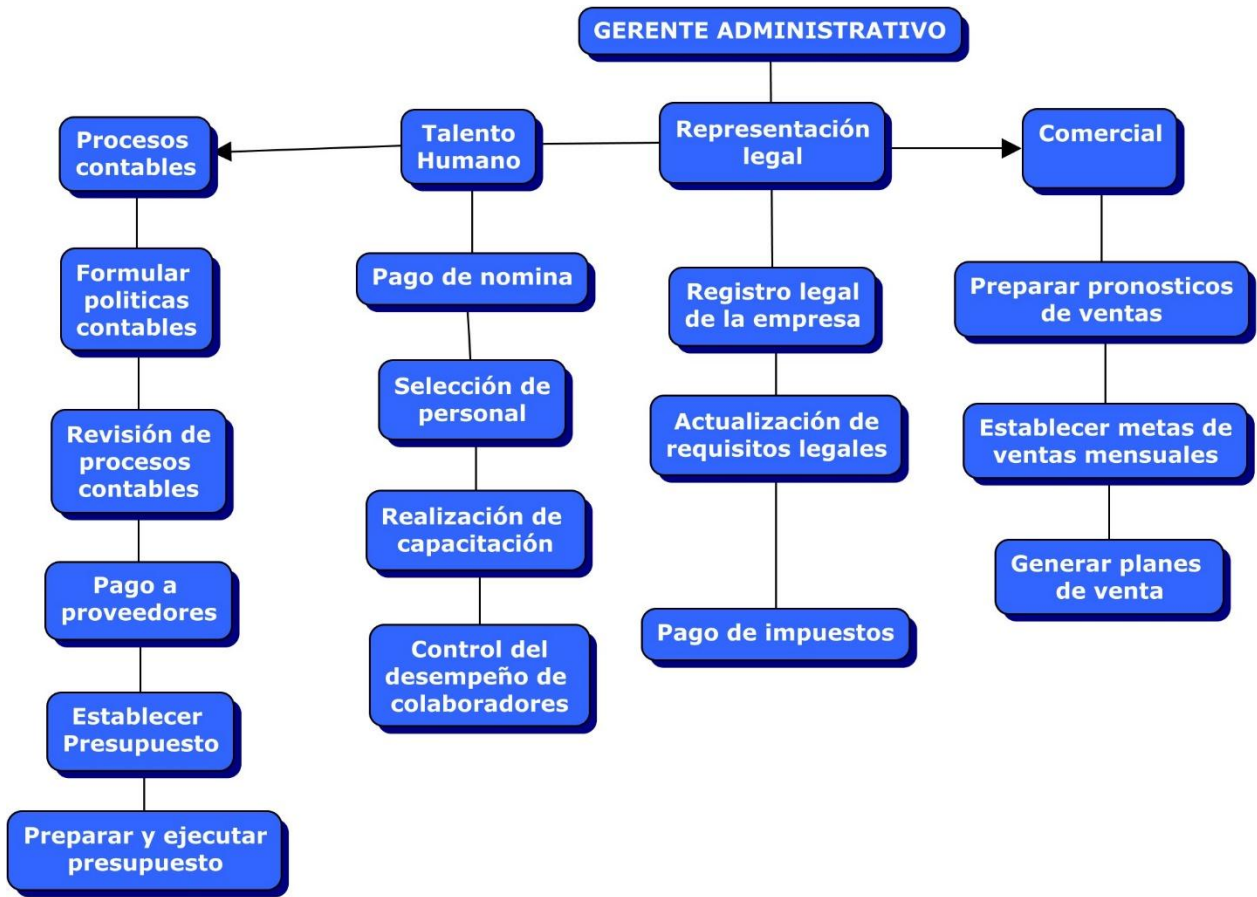


Ilustración 3. Flujoograma del gerente administrativo



Ilustración 4. Flujograma para el asesor de ventas



Ilustración 5. Flujograma para el asesor comercial

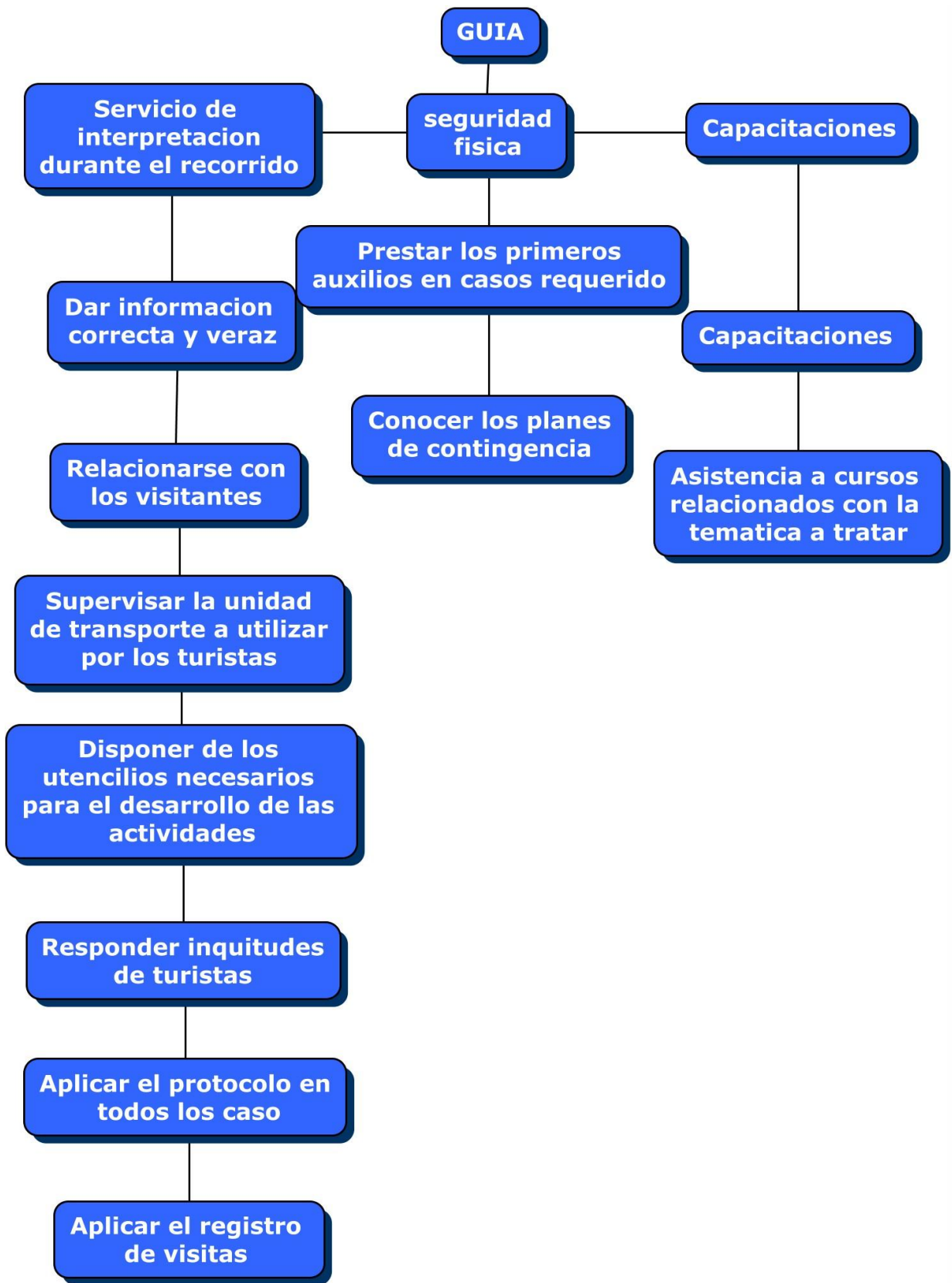


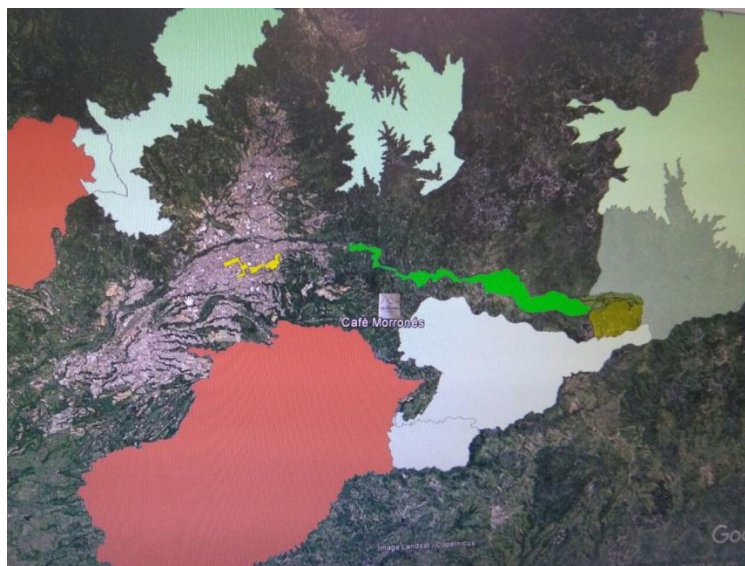
Ilustración 6. Flujograma para el guía

## Ubicación de la empresa

La finca Café Morrónes se ubica al noroccidente de la cordillera Central, en el municipio de Pereira del departamento de Risaralda en la vereda Morrón del corregimiento de la Bella, donde existe una tradición del cultivo de cebolla como despensa agrícola de La ciudad de Pereira.

Posicionados en la divisoria de agua de los ríos Otún y Consotá a 1850 msnm, contamos con una vista excepcional sobre el paisaje de montaña y el Valle hacia la cordillera occidental.

Se puede acceder desde Pereira por la vía de la Universidad Tecnológica hacia la Bella, con un tiempo estimado de 45 minutos, por otra ruta se accede desde la circunvalar por la vereda Canceles y El Chocho hasta la vereda Morrón con un tiempo estimado de 20 minutos y tomando la vía desde la Vereda la Florida hacia la Bella y posteriormente la vereda Morrón se tendrá un tiempo estimado de 30 minutos.



*Ilustración 7. Mapa de ubicación de la finca, en el contexto de la declaratoria del PCC y PNN. Fuente PNN*

## **Presentación del producto**

Como parte del análisis de resultados es importante mencionar la consolidación del producto turístico diseñado, el cual está compuesto por tres recorridos o rutas empaquetados de tal manera que el visitante logre tener un acercamiento auténtico a la cultura cafetera y en específico a la familia Porras, su vivienda e historia contada por uno de los integrantes de la quinta generación y quién ha sido testigo y parte del legado que hoy se busca salvaguardar, a través del cual se hacen tangibles las estrategias planteadas para la solución o mitigación de conflictos abordados en el problema de investigación, los cuales abordan criterios de sostenibilidad y salvaguarda como eje central de la propuesta y para los cuales fue necesario la definición de pasos previos para su concepción final, expuestos a continuación a través de:

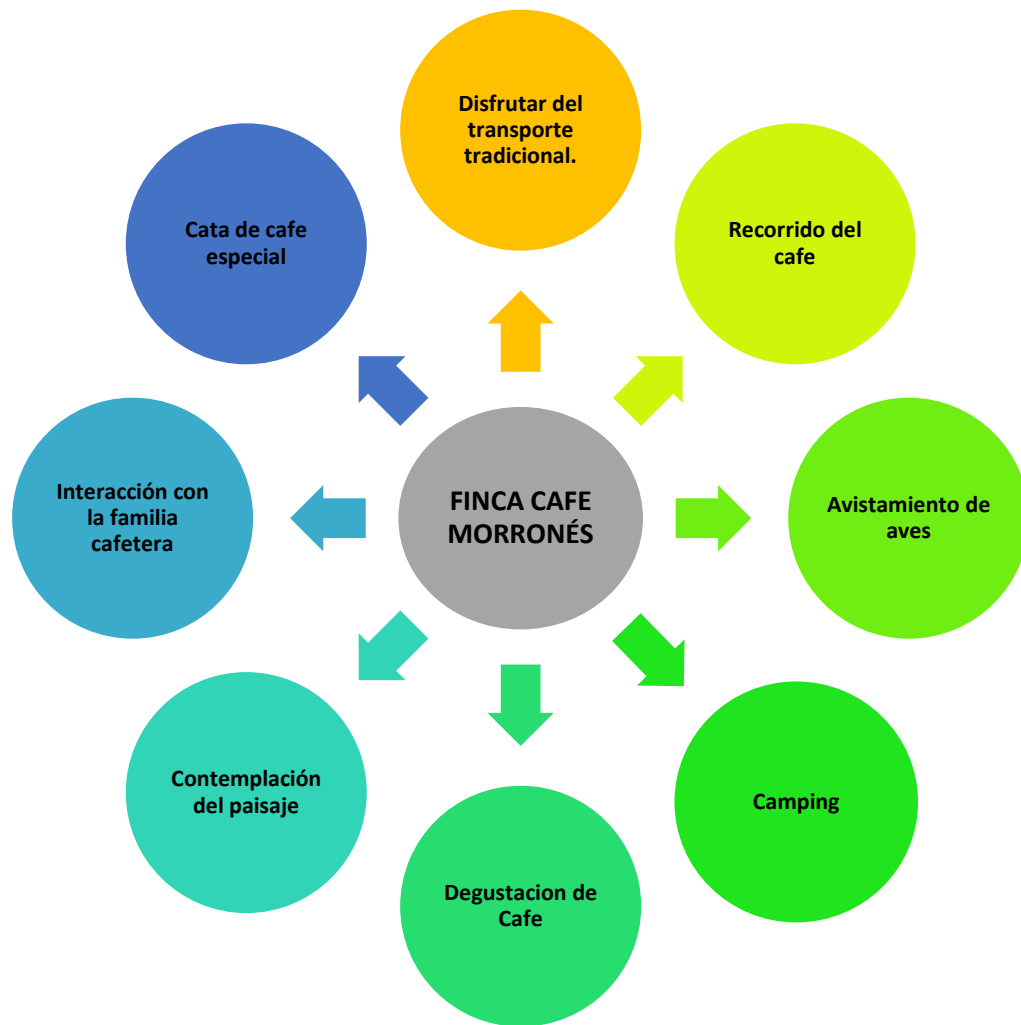
- Espectro de oportunidades
- Guion temático
- Story board
- Descripción de paquetes o producto
- Estrategia de promoción y comercialización

De igual manera cabe resaltar que este será abordado desde un portafolio de servicio a través del cual se hará la presentación al turista o cliente final y donde se describe la experiencia al turista.

## **Espectro de oportunidades**

A través de esta herramienta se reconocen las actividades recreativas, culturales, naturales y de ocio posibles para la integración al producto turístico estructurado a continuación, estas son enlistadas a través de la visualización y consideración propia de los autores de este documento, los aportes por parte de la familia Porras Moreno y aportes realizados por expertos y estudiosos del ámbito turístico, esto con el fin de maximizar las actividades que alimentaran la consolidación de la experiencia turística y a su vez reconocer el límite en el uso del suelo y usufructo del sitio como atractivo o recurso turístico

A continuación se presenta la lista de las actividades a realizar:



*Ilustración 8. Espectro de oportunidades para la Finca café Morrones*

### **Guion temático**

A continuación se presenta el guion temático realizado para la finca turística Café Morrones, el cual permite describir cada una de las estaciones del recorrido a realizar.



<b>Estaciones para la realización de la actividad</b>	<b>Duración</b>	<b>Ubicación y manejo de espacio</b>	<b>Descripción del aprendizaje</b>	<b>Herramientas interpretativas</b>	<b>Experiencia turística</b>
N° 1 Saludo y Presentación de la actividad.	Acumulado: 0:0 Parcial: 20 min	<p>1. El grupo se ubica en forma de semi círculo.</p> <p>2. El guía se ubica con el grupo, de tal manera que todos lo puedan ver y escuchar.</p>	<p>Se inicia con el Saludo y presentación del guía.</p> <p>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.</p> <p>2. Se presenta cada uno de los visitantes diciendo sus nombres y que los motivó a visitar la finca.</p> <p>3. Se realiza una actividad de calentamiento y estiramiento de miembros inferiores y superiores.(calentamiento dirigido)</p>	<p>1.Recomendaciones: No dejar residuos sólidos, llevar binoculares y usar ropa oscura, cómoda y bloqueador</p> <p>2. Ficha de especies más representativas de árboles que podremos encontrar.</p> <p>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.</p> <p>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>1. El grupo se ubica en un espacio amplio puede ser lineal que todos vean al guía.  2. El guía se ubicará en una zona alto, de manera que todos le puedan ver.</p>	<p>1. se les explica las características geográficas de la finca “Aquí nos encontramos ubicados en la vereda Morrón, finca el Porvenir en el corregimiento de L.a Bella en el Municipio de Pereira” 2. Se contará 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 con la información histórica, de los lugares, caminos y puntos geográficos que fueron de vital 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>1. El guía estará adelante del grupo mostrando el hermoso paisaje que se divisa desde la finca</p>	<p>1. En este punto apreciaremos los secretos del cultivo del Café, los sombríos y el proceso de producción de éste.</p>	<p>1. Codo de coger café.  2. Disposición del grupo</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 se dirige hasta la beneficiadora de café. 2. El grupo se ubicara de manera que pueda observar los equipos e infraestructura que hacen parte de esta estación.</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 circulo, 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</p>

					de éste un Café único.
--	--	--	--	--	---------------------------

Tabla 10. Guion temático

### Storyboard

Esta herramienta permite visualizar de manera sencilla la estructura a través de la cual se pretende generar los recorridos y la experiencia con los visitantes, este va acompañado del guion temático, a través del cuál se describe el paso a paso de cada una de las estaciones y diálogos a abordar en el trascurso de los senderos ya diseñados.



Ilustración 9. Storyboard

## Descripción de cada paquete

Para el producto turístico de la finca Café Morronés se crearon 3 productos turísticos entre un pasadía y 2 paquetes los cuales se explican a continuación:

### PRODUCTO O SERVICIO

**Pasadía “Entre Cafetales y tradición”** El pasadía tiene una duración de 2 horas, este pasadía es diseñado para grupos familiares o de amigos y persona individual que tenga interés por aprender sobre la cultura cafetera y la tradición de la misma.

TIPO DE PRODUCTO	La tipología de este pasadía es turismo cultural y natural, ya que engloba actividades de interpretación del patrimonio cultural y natural con que cuenta la finca.
DESCRIPCION GENERAL	<p><i>“Disfrutar de la oportunidad de conocer la familia Porras, compuesta por 5 generaciones de arraigo a la caficultura, interactúa con las el saber de las manos productoras de la finca, mientras recorres los hermosos cultivos de café, donde apreciaras la transformación del producto, terminando con el disfrute de una taza de café Morronés y el bonito paisaje de laderas entre las cordilleras Central y Occidental de los Andes Colombianos”</i></p> <p>El visitante podrá interactuar de primera mano con la Abuela, contadora de historias y quién es una de las fundadoras de la vereda morrón en las Montañas Andinas.</p> <p>De este modo tendrá la oportunidad de conocer una familia con 5 generaciones de arraigo al café y conocer a las personas productoras de la finca, así mismo podrá ingresar a los cultivos de café donde podrá hacer recorridos por los mismos y apreciar la transformación del producto.</p> <p>Sentarse en el patio de una finca cafetera y disfrutar con una taza de café Morronés y el bonito paisaje de laderas entre las cordilleras Central y Occidental de los andes colombianos.</p> <p>Por ultimo poder llevar un recuerdo elaborado por manos campesinas, el cual le hará recordar su visita a la Finca Café Morronés.</p>

CARACTERISTICAS	Se contara con un guía intérprete, el cuál guiara a los visitantes con toda las recomendaciones necesarias para minimizar posibles riesgos durante la visita y estará atento a todas las inquietudes que surtan durante el sendero.
-----------------	---

Tabla 11. Descripción pasadía

PRODUCTO O SERVICIO	<p><b>Paquete I “ Más cerca de la historia y tradición en la finca Morrón”</b></p> <p><b>Este paquete tiene una duración de dos días una noche, está diseñado para grupos familiares y de amigos, interesados en la cultura cafetera y que quieran vivir la experiencia de la familia tradicional, este producto ha sido pensado en el perfil de turista nacional, quien se en su gran mayoría viaja en su propio vehículo y no será necesario incluir este servicio dentro del paquete, a su vez es para quienes buscan descansar del atareado mundo rutinario en el que se encuentra y desean detenerse una noche para disfrutar de un cielo despejado y estrellado en compañía de las curiosas historias familiares, mientras disfrutan de una de las mejores tasas de café producido en la misma finca.</b></p>
TIPO DE PRODUCTO	Este paquete incluye diferentes tipologías de turismo (Cultural, Natural) articulándose entre sí para brindar al turista la mejor experiencia cafetera
DESCRIPCION GENERAL	<p><i>“Disfruta la oportunidad de contemplar un atardecer sobre la perla del Otún, al son de una noche de cuenteria y canelazo con la familia Porras y el sabor de la finca Café Morronés, frente a sus cultivos y aromas cafeteros y cobijados por una noche estrellada.”</i></p> <p>El visitante llega a la finca Café Morronés aproximadamente a las 4 de la tarde, donde tendrá la oportunidad de disfrutar tanto de una taza de café Morronés, como del atardecer sobre la ciudad de Pereira.</p> <p>Luego se organizaran en las tiendas de campaña o camping, seguido de esto se unirán a la integración con la familia Porras para disfrutar de una deliciosa comida y de una noche de cuenteria y de canelazo al mejor sabor de la finca Café Morrones.</p> <p>El segundo día el visitantes tendrá la oportunidad de conocer las personas productoras de la finca, así mismo podrá ingresar a los cultivos</p>

	<p>de café, donde podrá hacer el recorrido por los mismos y apreciar la transformación del producto.</p> <p>Por último se llevara un recuerdo elaborado por manos campesinas, el cual le hará recordar su visita a la Finca Café Morronés.</p>
<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>Se contará con 6 tiendas de camping con capacidad para 4 personas como único alojamiento brindado por la finca.</p> <p>Se contará con un guía intérprete, el cual guiará a los visitantes con todas las recomendaciones necesarias para minimizar posibles riesgos durante la visita y estará atento a todas las inquietudes que surtan durante el sendero.</p>

Tabla 12. Descripción paquete I

**PRODUCTO O  
SERVICIO**

**Paquete 2 “Tradición, naturaleza y café” este paquete tiene una duración dos días y una noche, diseñado para grupos familiares y de amigos, interesados en la cultura cafetera y que quieran vivir la experiencia con una familia tradicional, específicamente aquellos provenientes de otros países o nacionalidades y quienes según el mercado presentan mayor interés por el origen de un buen café, esto acompañado de servicios complementarios que harán de la experiencias una grato encuentro con la cultura desde el abordaje del vehículo típico que recogerá a cada visitante en su hotel o punto de encuentro elegido, seguido por el recorrido de los hermosos cafetales y la interacción con la cálida familia Porras y sus saberes alrededor de este grano.**

<b>TIPO DE PRODUCTO</b>	Este paquete incluye diferentes tipologías de turismo (Cultural, Natural) ya que el visitantes tendrá oportunidad de aprender sobre la cultura cafetera, contemplar el paisaje articulando estas dos tipologías para brindar al turista la mejor experiencia cafetera
<b>DESCRIPCION GENERAL</b>	<p><i>“Disfruta de la brisa y el paisaje mientras viajas en el tiempo, en uno de los transportes tradicionales de la región, al llegar te recibirá una familia cafetera, custodiado de un bello atardecer y del sabor de una taza de café</i></p> <p><i>Al caer la noche cuentos y refranes amenizaran tu estadía, al despertar una experiencia cafetera por los cultivos bajo sombrero y así poder concebir la transformación de la semilla a la tasa”</i></p> <p>El visitante llega a la finca Café morrones teniendo la oportunidad de disfrutar del transporte tradicional “Jeep” y al tiempo contemplar las características paisajísticas durante EL recorrido hasta llegar a la finca, se llegara a esta aproximadamente a las 4 de la tarde donde tendrá la oportunidad de disfrutar del atardecer que brinda la ciudad de Pereira, desde el patio de una finca cafetera y disfrutar con una taza de café Morronés.</p> <p>Luego se organizarán en las tiendas de campaña o camping, seguido de</p>

	<p>esto se unirán a la integración con la familia Porras para disfrutar de una deliciosa comida y de una noche de cuentería y de canelazo al mejor sabor de la finca Café Morrones.</p> <p>El segundo día el visitante tendrá la oportunidad de conocer las personas productoras de la finca, así mismo podrá ingresar a los cultivos de café donde podrá hacer el recorrido por cultivos y apreciar la transformación del producto.</p> <p>Por último podrá llevarse un recuerdo elaborado por manos campesinas, el cuál le hará recordar su visita a la Finca Café Morronés.</p>
<b>CARACTERISTICAS</b>	<p>Se contará con 6 tiendas de camping con capacidad para 4 personas como único alojamiento brindado por la finca.</p> <p>Se contará con un guía intérprete, el cuál guiará a los visitantes con todas las recomendaciones necesarias para minimizar posibles riesgos durante la visita y estará atento a las inquietudes que surtan durante el sendero.</p>

*Tabla 13. Descripción paquete II*

### **Estrategia de comunicación**

La estrategia de comunicación está dirigida al público objetivo, definido por turistas locales y extranjeros, de estrato socio-económico medio, de edades intermedias entre los 22 y 35 años, adultos entre los 40 y 65 años, interesados en conocer el origen del café especial, el legado cultural y la tradición que ha existido en las tierras cafeteras por muchos años y a quienes se quiere dar a conocer los paquetes turísticos ofertados por la finca café Morronés, con los cuáles se pretenden resaltar los atributos del Paisaje Cultural Cafetero, brindando la experiencia de conocer una finca dedicada a la producción de este grano, su tradición, historia, legado generacional y transformación a través de los años.

La estrategia de comunicación también deberá estar dirigida a un público específico, definido por las agencias minoristas y mayoristas presentes en el territorio nacional, quienes oferten el producto cafetero y tengan interés por la conservación y salvaguarda del



territorio, para esto la estrategia estará definida en primer lugar por un viaje de familiarización o “fam trip” en el cuál se brindará a cada operadora la experiencia que tendrán los turistas en la finca, es importante reconocer a su vez el trabajo comercial y de ventas que se pretende realizar con cada uno de los aliados estratégicos, donde el establecimiento de acuerdos en la venta y distribución del producto sea equitativo.

También se ha considerado de gran importancia según el estudio de mercado abordar a los pequeños hoteles y hostales, que son frecuentados por personas provenientes de otros países, quiénes tienen la intención de conocer el origen del nombre que lleva esta región cafetera, por lo cuál éstos también estarían considerados dentro del personal a abordar para el desarrollo del fam trip.

Junto con la estrategia de comercialización se propone el posicionamiento de la finca en redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube, apoyados todos en métodos audiovisuales que generen expectativa por visitar y conocer el producto turístico ya diseñado, este posicionamiento permitirá ubicarnos en uno de los portales de búsqueda de destinos turísticos reconocidos a nivel mundial como lo es Trip Advisor, en el cuál los visitantes podrán manifestar sus puntos de vista y popularizar el destino.

## Diseño de marca y logotipo

Al definir la marca y el logotipo de para la finca turística café Morronés se tuvieron en cuenta los siguientes elementos:



**Nombre:** El Nombre del producto será “Finca Café Morrones”, haciendo alusión a la vereda Morrón donde se encuentra ubicada la finca El Pporvenir, y a lo que culturalmente los campesinos denominan

"morro", a las laderas cafeteras, parte de los atributos categorizados en el Paisaje Cultural Cafetero.

**Eslogan:** “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 de esta historia surgirá el guion del recorrido.

**Colores:** Café Morrones utiliza una escala de colores tierra, que simbolizan el color del Café y la tierra donde éste está sembrado.

**Logo:** 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.

**Presentación:**

Por último se utilizará tarjeta de presentación con los datos de contacto de cada uno de los integrantes de la organización, a su vez se diseñará un uniforme con el logo de la empresa Café Morrones y estos estarán clasificados en un uniforme habitual y un delantal para las preparaciones. Para las guías será necesario complementar el uso de una gorra y suéter manga larga, dadas las condiciones de exposición a bajas o altas temperaturas.

### **Estrategia de promoción**

Como canales de promoción la Finca turística Café Morrones utilizará medios digitales como correo electrónico ([Cafemorrones@gmail.com](mailto:Cafemorrones@gmail.com)) para información formal y reservas y pautas en redes sociales como (Facebook e Instagram), y búsquedas en Google, las cuales dan a conocer el producto turístico y donde los visitantes podrán hacer sus respectivos comentarios los cuales son referentes importantes para la mejora continua en la prestación de servicios de la finca. Respecto a los medios de impacto masivo, se utilizarán el Brochure, el cual contiene toda la información de importancia de los paquetes turísticos operados por la finca y del compromiso desde la sostenibilidad y salvaguarda del patrimonio.

Como estrategia publicitaria en medios especializados, Café Morrones tiene una alianza con la asociación comunitaria Yarumo Blanco, quién apoya en cuanto a comercialización y promoción de la finca y la actividad turística, con la colaboración de esta asociación Café Morrones se hizo presente en la Feria Anato 2016 en el mes de febrero, donde se logró que los asistentes a la feria recibieran información de atractivos turísticos de la ciudad de Pereira y entre estos atractivos conocieran la Finca Café Morrones, su producto y el servicio turístico que actualmente ofrece.

## **Aspectos Económicos**

Dentro del estudio realizado para la viabilidad y factibilidad financiera del proyecto “Finca Café Morrones”, fue necesario recurrir a la matriz propuesta por el grupo docente de emprendimiento, donde se contemplan aspectos como: la inversión necesaria para la respectiva ejecución del proyecto y adecuación de las instalaciones actuales en la finca, seguido de los gastos pre operacionales, gastos de materia prima, gastos administrativos, gastos financieros, costos de producción y costos de venta, los cuáles se proyectaron frente a los ingresos representados principalmente por los tres productos o paquetes a ofrecer por la finca turística, de los cuales se obtuvieron los resultados expresos en dicha matriz y que serán abordados a continuación. (Ver anexo 4)

Teniendo en cuenta que el proyecto de emprendimiento está definido por la prestación de servicios de ocio en este caso turísticos, los costos de producción, están directamente ligados a la operación de los diferentes recorridos, donde el guía o interprete junto con otros aspectos de la finca harán que la experiencia al turista se dé según lo planteado, es por esto que se ha contemplado el capital humano o la fuerza laboral como el mayor aportante a este componente y que según la demanda necesaria para el punto de equilibrio será necesario únicamente un guía o interprete de planta y uno transitorio en caso de presentarse una cantidad mayor a la esperada o si el visitante o turista guarda alguna particularidad como una segunda lengua.

Las proyecciones de venta para el logro del punto de equilibrio se plantearon con un total de 60 ventas o visitas por mes, distribuidas según la estacionalidad o temporadas en el año,

representados por los meses de Enero, Abril, Julio, Agosto y Diciembre como temporada alta y los 7 meses restantes como temporadas medias o bajas para la demanda turística en la finca, a su vez estos han sido categorizados en los tres paquetes o productos ofrecidos donde el paquete I: Recorrido del café es el que tendrá mayor participación en la proyección de venta con un 50% del total y los dos productos restantes con un 25% cada uno.

Para la ejecución de este proyecto se han planteado tres fases diferentes, explicadas en el inicio de este documento, sin embargo para la consolidación a largo plazo del proyecto se contempló la inversión inicial \$54.594.888, soportados por las adecuaciones necesarias para la operación de la finca, representados en ampliación y mejora de los baños, construcción de pequeño café, junto con amoblado necesario, la compra de equipos para la operación y consolidación de la experiencia turística como la prensa francesa, el hervidor eléctrico, entre otros, adicionalmente la compra de equipos e implementos necesarios como las carpas de camping, la dotación para el personal de planta y otros aspectos entre los cuales se resalta la publicidad y señalización en el perímetro o vías de acceso a la finca.

Dentro de los aspectos necesarios para la operación y puesta en marcha del proyecto, se tuvieron en cuenta los gastos pre-operativos como el registro de Cámara de Comercio, el Registro Nacional de Turismo, la asesoría legal entendida desde la formulación de contrato entre la organización y la familia propietaria del terreno, la elección de la figura bajo la cual operará la finca, entre otros aspectos que serán considerados al inicio del proyecto únicamente, los cuales suman un valor aproximado de \$4.500.000, en complemento de estos la materia prima necesaria por cada uno de los productos estará representada por:

- Souvenir (pañuelo o rabo de gayo con el logo de la empresa)

- Café para los métodos de preparación
- Torta (gastronomía tradicional)
- Servicio de guianza
- Seguro de viaje

Estos también cuentan con algunas variaciones, al incluir servicios como:

- Transporte desde el terminal terrestre hasta la finca
- Alojamiento por persona en camping

Sumando un valor neto por cada paquete, de:

- Recorrido Café I : \$ 18.900
- Recorrido Café II (recorrido + camping): \$57.900
- Recorrido Café III (recorrido + camping + transporte tradicional) : \$146.000

Es importante tener en cuenta que para la definición del valor total del producto se consideraron aspectos complementarios como los costos de mano de obra directa e indirecta, representada por gerente administrativo, asesor de ventas, ejecutivo comercial, guía participante de la familia, personal de mantenimiento y personal transitorio como el asesor contable, adicionalmente otros costos de venta como el transporte en caso de que el ejecutivo comercial o el asesor de ventas requiera desplazarse hasta el domicilio de alguno de los posibles aliados estratégicos o clientes entre los cuales se ha considerado agencias de viajes mayoristas o minoristas, también se han contemplado posibles gratuidades entendido como las invitaciones no estipuladas en las relaciones o convenios empresariales pero que sin duda fortalecerán los lazos con los clientes, acompañado de los planes de telefonía y datos móviles para cada integrante de la organización mas no el equipo que cada uno

utilizara durante el desempeño de sus actividades en la empresa y por último la publicidad a entregar en cada una de las visitas en caso de que sea necesario, lo cual ha dado un valor total de \$63.948.228 anuales, con una variación del 8% como tasa de incremento respecto al año anterior, reflejando un monto de \$90.360.231 a un plazo de cinco años.

Respecto al plan de proyección de ingresos se ha definido para un plazo máximo de cinco años, donde en el primer año de operación se generará un total \$63.083.700, con un crecimiento del 8,5% considerando la inflación y el comportamiento del mismo según las proyecciones estipuladas para este, teniendo en cuenta lo anterior para el quinto año la proyección será de un total de \$150.398.171, esta tasa también aplicará para la cantidad esperada en el aumento de ventas por producto las cuales inician con un total anual de 720 visitas y finaliza en un total de 1.216 personas anualmente, es decir que en promedio se recibirá un total de 102 personas al mes, esto sin tener en cuenta la estacionalidad anteriormente mencionada y pero si la capacidad de carga estimada según los criterios y condiciones de la finca, desde la conservación de aspectos naturales y culturales del sitio.

El valor de venta al público sobre la tarifa neta anteriormente mencionada, ha sido estimado sobre los costos y gastos necesarios, sin embargo cabe mencionar que sobre este se ha sumado el 45% de su valor, con el fin de cubrir el desgaste y depreciación de la finca, sus instalaciones y senderos, teniendo en cuenta que como esta es propiedad de la familia y según el convenio establecido con los mismos no se adoptara la figura de arrendamiento, pero se reconocerá el 25% de la utilidad neta del ejercicio contable anual de la operación de la finca, como retribución de desgaste de las instalaciones y reconocimiento de la disposición de la familia en la cooperación de la operación de los diferentes productos, adicionalmente se considera sobre este valor el monto mínimo del precio de venta al

público entendido como particulares, agencias de viajes tanto mayoristas, como minoristas y operadoras presentes en el territorio. Para lo anterior se han definido precios mínimos de venta, posibles comisiones para los aliados estratégicos y descuentos para grupos cuando lo aplica, esto expresado en el portafolio (ver anexo 5).

Finalmente basados en los resultados obtenidos, específicamente el valor presente neto, refleja valores positivos en el periodo establecido de cinco años, donde se inicia con un valor negativo de \$60.073.088 millones como inversión inicial y quien se transforma en un valor positivo con una tasa del 19% al primer año de operación de \$15.335.581 y un total de \$28.576.256 tras cinco años de operación, encontrando un punto de equilibrio donde se logra que este se convierta en cero tras una TIR (tasa interna de retorno) del 45% siendo esta mayor a la tasa de descuento refleja una rentabilidad positiva para el proyecto y así mismo muestra su viabilidad financiera.



## Conclusiones

- La demanda turística que se presenta en torno al Paisaje Cultural Cafetero y las áreas protegidas, pone en evidencia la necesidad de incorporar herramientas de planeación, que ordenen el territorio de manera sostenible y respondan a las expectativas de los viajeros, en torno a su experiencia con el café, como también a los prestadores de estos servicios. Tal como lo muestra la historia y los procesos alternos al desarrollo de la ciudad, se hace indispensable contar con esta opción renovada de productos y servicios especializados, Café Morronés, que permiten al turista disfrutar de la mejor experiencia en nuestro territorio.
- El estudio de la historia, los procesos de globalización, las condiciones político-sociales, culturales y económicas de la región y el país, dan muestra de la pérdida de los valores culturales y ancestrales de la familia campesina cafetera. Es así como la familia Porras, mediante la creación de este producto turístico, Café Morronés , pretende mostrar la importancia del trabajo familiar cafetero, la responsabilidad a nivel cultural, natural, social, económico e histórico del café en la vida de la región y en la propia, a través de 5 generaciones ancestrales familiares en tradición y amor por el café.
- El ensamble de las actividades turísticas, frente a la cultura cafetera existente en la Familia Porras, presenta una alternativa económica y de salvaguarda, mejorando las condiciones de la finca para la prestación de servicios turísticos, compartiendo las costumbres cotidianas y vivenciales con otras culturas.

- Este Producto Turístico Experiencial, es una estrategia que pretende mitigar el abandono al campo y resignifica la continuidad en el tiempo en la producción cafetera, sumado a esto en la mayoría de los casos, la pérdida del relevo generacional y el conocimiento ancestral, por ello se hace necesario la inclusión de los valores representativos y cotidianos que generen experiencias memorables, basadas en una auténtica finca cafetera a través del desarrollo y la promoción del producto turístico.
- Con base en las condiciones del turismo en Pereira, y teniendo en cuenta que la cuenca del Rio Otún, no presenta una oferta en la experiencia del café, la creación del producto turístico Café Morronés , impulsa la generación de alianzas estratégicas y sinergias, entre los diferentes actores que involucran la cadena de valor, complementando la oferta existente.
- La puesta en marcha del producto turístico Café Morronés, incorpora la aplicación de políticas y normas técnicas sectoriales, involucrando la prestación de un servicio con calidad, seguridad y confianza para el visitante. Acogiendo como responsabilidad propia la estructura organizacional desde el núcleo familiar y los demás colaboradores relacionados con el proyecto.

## Bibliografía Parcial

Cardona, L. L. (2011). *GENERACIÓN DE RELEVO Y DECISIONES DE INVERSIÓN EN FINCAS CAFETERAS EN EL DEPARTAMENTO DE CALDAS*. Obtenido de GENERACIÓN DE RELEVO Y DECISIONES DE INVERSIÓN EN FINCAS CAFETERAS EN EL DEPARTAMENTO DE CALDAS:  
<http://repositorio.autonoma.edu.co>

claudia jurado, i. t. (2012). *DILEMA DE LA JUVENTUD EN TERRITORIOS RURALES*. Obtenido de DILEMA DE LA JUVENTUD EN TERRITORIOS RURALES:  
<http://www.redalyc.org>

Colombia, C. M. (2013). *Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun*. Obtenido de Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun: <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Colombia, C. M. (2013). *Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun*. Obtenido de Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun: <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Colombia, M. e. (2013). *Plan Estrategico Para el Ecoturismo en las Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun* . Obtenido de Plan Estrategico Para el Ecoturismo en las Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun : <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Ederson Porras Moreno, A. F. (2016). *Plan de Negocios para el producto turistico experiencial de la finca Café Morronés*. pereira.

M, J. M. (28 de 03 de 2017). Retos para el Campo en Risaralda. *Retos para el Campo en Risaralda*, pág. 1.

Perdomo, D. (17 de 02 de 2105). ¿Qué hace falta en el campo para evitar la migración? .  
*¿Qué hace falta en el campo para evitar la migración?* , pág. 1.

Ramirez, C. S. (2016). *MEMORIA Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL PAISAJE CULTURAL*. Obtenido de *MEMORIA Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL PAISAJE CULTURAL*.

## Web grafía Parcial

Cardona, L. L. (2011). *GENERACIÓN DE RELEVO Y DECISIONES DE INVERSIÓN EN FINCAS CAFETERAS EN EL DEPARTAMENTO DE CALDAS*. Obtenido de GENERACIÓN DE RELEVO Y DECISIONES DE INVERSIÓN EN FINCAS CAFETERAS EN EL DEPARTAMENTO DE CALDAS:  
<http://repositorio.autonoma.edu.co>

claudia jurado, i. t. (2012). *DILEMA DE LA JUVENTUD EN TERRITORIOS RURALES*. Obtenido de DILEMA DE LA JUVENTUD EN TERRITORIOS RURALES:  
<http://www.redalyc.org>

Colombia, C. M. (2013). *Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun*. Obtenido de Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun: <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Colombia, C. M. (2013). *Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun*. Obtenido de Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun: <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Colombia, M. e. (2013). *Plan Estrategico Para el Ecoturismo en las Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun* . Obtenido de Plan Estrategico Para el Ecoturismo en las Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun : <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Ederson Porras Moreno, A. F. (2016). *Plan de Negocios para el producto turistico experiencial de la finca Café Morronés*. Pereira.

M, J. M. (28 de 03 de 2017). Retos para el Campo en Risaralda. *Retos para el Campo en Risaralda*, pág. 1.

Perdomo, D. (17 de 02 de 2105). ¿Qué hace falta en el campo para evitar la migración? .  
*¿Qué hace falta en el campo para evitar la migración?* , pág. 1.

Ramirez, C. S. (2016). *MEMORIA Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL PAISAJE CULTURAL*. Obtenido de *MEMORIA Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL PAISAJE CULTURAL*.

## Bibliografía

Cardona, L. L. (2011). *GENERACIÓN DE RELEVO Y DECISIONES DE INVERSIÓN EN FINCAS CAFETERAS EN EL DEPARTAMENTO DE CALDAS*. Obtenido de GENERACIÓN DE RELEVO Y DECISIONES DE INVERSIÓN EN FINCAS CAFETERAS EN EL DEPARTAMENTO DE CALDAS:

<http://repositorio.autonoma.edu.co>

claudia jurado, i. t. (2012). *DILEMA DE LA JUVENTUD EN TERRITORIOS RURALES*. Obtenido de DILEMA DE LA JUVENTUD EN TERRITORIOS RURALES:

<http://www.redalyc.org>

Colombia, C. M. (2013). *Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun*. Obtenido de Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun: <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Colombia, C. M. (2013). *Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun*. Obtenido de Plan Estrategico Para El Ecoturismo De La Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun: <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Colombia, M. e. (2013). *Plan Estrategico Para el Ecoturismo en las Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun* . Obtenido de Plan Estrategico Para el Ecoturismo en las Areas Protegidas de la Cuenca de Rio Otun : <http://www.parquesnacionales.gov.co>

Ederson Porras Moreno, A. F. (2016). *Plan de Negocios para el producto turistico experiencial de la finca Café Morronés*. Pereira.

M, J. M. (28 de 03 de 2017). Retos para el Campo en Risaralda. *Retos para el Campo en Risaralda*, pág. 1.

Perdomo, D. (17 de 02 de 2105). ¿Qué hace falta en el campo para evitar la migración? .  
*¿Qué hace falta en el campo para evitar la migración?* , pág. 1.

Ramirez, C. S. (2016). *MEMORIA Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL PAISAJE CULTURAL*. Obtenido de *MEMORIA Y GESTIÓN DEL PATRIMONIO EN EL PAISAJE CULTURAL*.



## Anexos

### Anexo 1 Vigilancia Estratégica

[..\Anexos\plantilla vigilancia estratégica Ane 1.xlsx](#)

### Anexo 2 Registro de visitantes

[..\Anexos\Libro Registro de visitantes Anexo 2.xlsx](#)

### Anexo 3 Matriz Dofa

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p>Contar con una familia cafetera con 5 generaciones de arraigo cultural.</p> <p>Cercanía del destino a la cuenca del río Otún y a la ciudad de Pereira.</p> <p>Contar con el apoyo de profesionales del turismo sostenible.</p> <p>Producción de café especial de origen.</p> <p>Contar con la propiedad o terreno.</p> <p>Contar con la aprobación de la familia anfitriona.</p> <p>Conservar los cultivos de café bajo sombrero.</p> <p>Ubicación estratégica que le permite ofrecer una vista de 360°.</p> <p>Ser pioneros en la oferta de un producto turístico basado en el café de la zona.</p> <p>Ya se cuenta con una marca de Café producido en la finca, lo cual ha aportado al reconocimiento de la misma.</p>	<p>Temor por parte de la familia al cambio.</p> <p>Falta de preparación en la prestación de los servicios turísticos en la familia.</p> <p>Falta de capital para inversión.</p> <p>Falta de equipamiento para la prestación del servicio.</p> <p>Falta adecuación en la infraestructura de la finca para la operación turística.</p> <p>Ausencia de una estructura administrativa de la finca.</p> <p>Cambio del uso del suelo o cambio de la vocación cafetera de la finca.</p> <p>No contar con estudio previo de capacidad de carga.</p>
<b>Amenazas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>Las condiciones de la vía de acceso principal no son las más adecuadas.</p> <p>No encontrar un posible inversor para el proyecto.</p> <p>Posibilidad de plagio de la idea de producto turístico.</p> <p>No contar con los parámetros establecidos para la operación del producto turístico.</p>	<p>Posibles alianzas del producto turístico con otros operadores turísticos de la zona.</p> <p>Ser complemento ante la red de prestadores de servicios turísticos de la cuenca del río Otún</p> <p>Estar ubicado en la zona de influencia del Paisaje Cultural Cafetero.</p> <p>Mercado inexplorado de producto de café en los corregimientos de la Bella y la Florida.</p>

<p>Dentro del POT no esté permitido el uso del suelo para el desarrollo de la actividad turística.</p>	<p>Reconocimiento del proyecto por turistas extranjeros.</p> <p>Ser el primer producto basado en la experiencia del café en el corregimiento de la Bella y la Florida.</p> <p>Posibilidad de participar en los fondos de inversión o financiación pública.</p> <p>Cambio en la demanda del mercado, quien busca actualmente experiencias basadas en la tradición y cultura de productos autóctonos.</p> <p>La finca cuenta con 3 vías de acceso.</p> <p>Lograr complementar el producto turístico definido para la ciudad de Pereira.</p> <p>Los productos similares se enfocan en la prestación de servicios complementarios como alojamiento y cata de café.</p>
--	--

#### **Anexo 4 Matriz Financiera Excel**

<..\Anexos\CUADRO FINANCIERO MORRON anexo 4.xlsx>

#### **Anexo 5 Portafolio de servicios**

<..\Anexos\portafolio servicio Anexo 5.pdf>

#### **Anexo 6 Preguntas de entrevistas**

<b>Entrevista I: Yarumo Blanco</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por qué surge la necesidad de tener una oferta turística complementaria para el componente natural que tiene Yarumo Blanco actualmente.</li> <li>• En qué momento nace la necesidad de crear la alianza con la finca</li> <li>• Qué potencial vieron en el momento para ofrecerle la alianza y que cambios han notado desde la propuesta</li> <li>• Desde su experiencia y conocimiento en el tema turístico que considera que le puede aportar la organización al proyecto de emprendimiento en la finca</li> <li>• Qué requisitos mínimos requiere Yarumo que cumpla el proyecto turístico para consolidar la alianza entre las dos partes</li> <li>• Cómo visualiza el proyecto turístico en un mediano plazo, según el comportamiento que tiene el turismo actualmente en la zona</li> </ul>

- Qué opina de los costos que le ofrece la finca Morrón en su operación para la alianza con la asociación Yarumo Blanco y que inconvenientes se han presentado con los precios
- Qué características físicas, paisajísticas, ambientales, culturales, de accesibilidad, entre otros cree que son relevantes para la alianza y la oferta que pretende generar Yarumo para su público objetivo
- Cuentan con estudios de identificación de la oferta turística basada en el producto de café en el municipio de Pereira y si estas se pueden articular a la operación de la asociación (que estén cerca al santuario, zona la Florida, Mangas)

### Entrevista II: Familia Porras

- Qué espera la familia Porras del proyecto a futuro
- Qué opinión tienen sobre la creación y puesta en marcha de la finca turística...teniendo en cuenta que por tradición ha estado dedicada al cultivo de café
- Qué opinan sobre la llegada de turistas durante el desarrollo de actividades cotidianas y qué repercusiones hay en la tranquilidad que tienen
- Ven el proyecto turístico como una alternativa para la economía de la familia
- Estaría dispuesto a involucrarse durante la operación turística de la finca o específicamente hacer guianza
- A parte de la venta de la finca como producto turístico que otras cosas se pueden comercializar que actualmente tenga la finca
- Están dispuestos a generar posibles cambios en la infraestructura de la finca
- Sienten temor al involucrar extranjeros y extraños a su propiedad
- Sienten temor que al operar la finca turísticamente se puedan perder algunas de las tradiciones cafeteras que tiene actualmente la familia, gracias a la trayectoria generacional

### Anexo 7 Cotización



# *LUZ ANGELICA DIAZ SANTACRUZ*

Contador Público – Especialista en Finanzas

---

## Servicios Contables y Administrativos

Santiago de Cali, 22 de Junio de 2017

Señor

**EDERSON PORRAS MORENO**

Pereira.

Con gusto envío cotización de servicios de asesoría área contable y administrativa, para la organización de su empresa.

**Asesoría mensual de contabilidad                      \$ 350.000**

Esto incluye la organización de su contabilidad, el direccionamiento y asesoría continua durante todo el año, liquidación y firma de impuestos nacionales y regionales, Incluye estados financieros durante el año gravable e informes solicitados.

Nota: este valor o incluye la declaración de Renta que tendrá un costo de \$ 350.000, esta es anual.

Para esta asesoría y dependiendo el volumen de la documentación física, nos reuniríamos para llegar a un acuerdo el número de visitas que se harían en el establecimiento.

Cualquier inquietud con gusto será atendida

Atentamente,

**Luz Angélica Díaz Santacruz**

Contador Público

Especialista en Finanzas

Tarjeta profesional No.151196-T

---

[e-mail: angelicadiasanta@hotmail.com](mailto:angelicadiasanta@hotmail.com) Cel. 316 746 2174

**Contador Público – Especialista en Finanzas**

**Servicios Contables y Administrativos**

[e-mail: angelicadiasanta@hotmail.com](mailto:angelicadiasanta@hotmail.com) Cel. 316 746 2174





## Anexo 10 Fotografías









