



"DISEÑO Y ESTRUCTURA DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO TENIENDO EN CUENTA LAS ACTIVIDADES Y EXPERIENCIAS QUE PONGAN EN VALOR EL PATRIMONIO NATURAL, CULTURAL Y CAFETERO DE SUS DIFERENTES SUBREGIONES"

INFORME FINAL

Agosto de 2014



En colaboración con



Introducción

Contenido

- 1** Objetivo 1. Estado del arte del sector turístico
- 2** Objetivo 2. Caracterización de la oferta
- 3** Objetivo 3. Diseño de producto
- 4** Objetivo 4. Plataforma tecnológica

Contenido

1 Objetivo 1. Estado del arte del sector turístico

2 Objetivo 2. Caracterización de la oferta

3 Objetivo 3. Diseño de producto

4 Objetivo 4. Plataforma tecnológica

Objetivo No. 1

Diagnóstico del sector turístico del Paisaje Cultural Cafetero Estado del Arte

1. Revisión de instrumentos públicos y privados: oferta del Paisaje cultural Cafetero

Se presentó la situación actual de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero – PCC, en cifras. El ingreso derivado del turismo y el peso sobre el PIB de los 51 municipios; empleo generado directa e indirectamente; número de turistas y pernoctaciones con gasto medio y evolución y la estacionalidad. Los documentos soporte son información secundaria recolectada de estudios, diagnósticos previos elaborados por Ministerios de Comercio, Industria y Turismo y, de Cultura, el DANE, PROEXPORT, Cámaras de Comercio, Comisiones Regionales de Competitividad, las Gobernaciones de los departamentos vinculados, demás autores, entre otros.

El resultado, es el detalle de la participación de los municipios del PCC en la economía regional y nacional como lineamientos que concretan la pertinencia en la estructura y diseño del producto turístico en la región declarada por la UNESCO, como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

El documento compendio es verificable en formato word denominado:
131115_1081_Info_FinalObjetivo1

Objetivo No. 1

Diagnóstico del sector turístico del Paisaje Cultural Cafetero Estado del Arte

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

Como actividad durante el mes de octubre de 2013 y a través de las Mesas Departamentales, se buscó comprender el significado patrimonial del PCC y caracterizar los objetos, lugares o acontecimientos objeto de la declaratoria de la UNESCO.

La metodología propuesta incluyó la participación directa en la mesa y entrevistas personalizadas a expertos de diferentes sectores. Los representantes departamentales de la Mesa Técnica de Turismo (Cámaras de Comercio y Secretarías de Turismo o entidad equivalente por departamento) previamente remitieron el listado de entidades y personas expertas como candidatos para asistir a las mesas y entrevistas. Listado base utilizado para enviar invitaciones personalizadas (vía correo electrónico) a participar en cada una de las mesas departamentales y entrevistas a expertos.

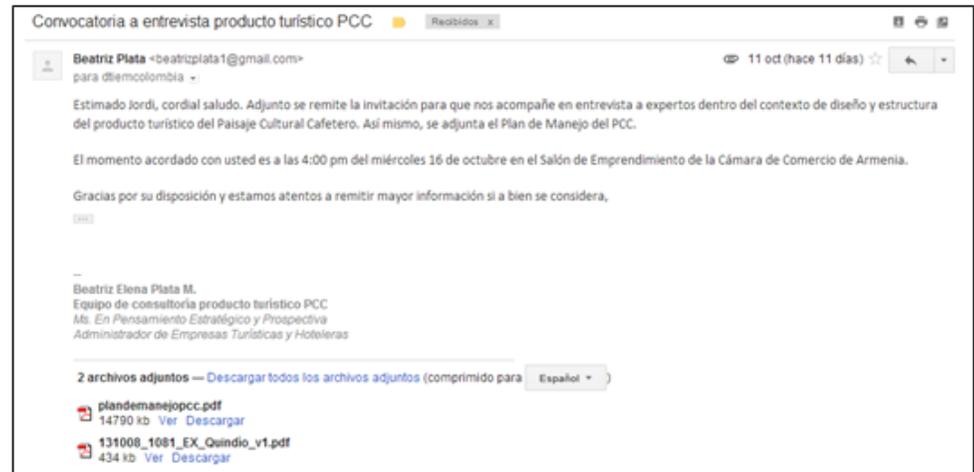
2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

Proceso de convocatoria

MODELO DE INVITACIÓN A MESAS DEPARTAMENTALES



MODELO DE INVITACIÓN A ENTREVISTAS DE EXPERTOS



CONTENIDO ARCHIVO ADJUNTO (igual para mesas y entrevistas, excepto la programación específica para los expertos)



Estimado:

JOSÉ DANIEL GÓMEZ – ALCALDÍA EL CAIRO

El Fondo Nacional de Turismo ha delegado en la Unión Temporal THR-INDICES el contrato para “Diseñar y estructurar los productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero teniendo en cuenta las actividades y experiencias que pongan en valor el patrimonio cultural, natural y cafetero de sus diferentes subregiones”. El primer objetivo de este contrato es realizar el estado del arte de los municipios incluidos en la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero para lograr un diagnóstico de la situación actual del sector turístico, que permita determinar las necesidades y potencialidades turísticas con las características del Paisaje Cultural Cafetero – PCC. He aquí la importancia de conocer previamente el Plan de Manejo del Paisaje Cultural Cafetero (documento adjunto a esta comunicación).

Así, como actor social vinculado usted cuenta con la experiencia y la vivencia para contribuir en este proceso, para lo cual, le estamos invitando para que nos acompañe en la Mesa Departamental relacionada a continuación en donde conocerá en detalle los propósitos base de este trabajo y la forma en que puede realizar los aportes valiosos para la construcción colectiva de escenarios competentes, de valor agregado e innovadores para la industria turística de nuestra región del Paisaje Cultural Cafetero.

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

LA ESTRATEGIA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DEL PCC: DISEÑO Y ESTRUCTURA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

Los atributos del Paisaje Cultural Cafetero como expresiones materiales de la cultura cafetera son el eje sobre el cual se ahonda en diseñar y estructurar los productos turísticos (café de montaña; influencia de la modernización; institucionalidad cafetera; tradición histórica en la producción de café; cultivos múltiples; tecnologías y formas de producción sostenibles; patrimonio arquitectónico, urbanístico y arqueológico, entre otros) en los territorios que conforman el PCC (51 municipios de los 4 departamentos: Caldas, Quindío, Risaralda, Norte del Valle). La recomendación del Plan Estratégico de turismo del PCC indica cómo se debe ofertar el valor patrimonial: patrimonio natural, cultural y cafetero y donde el PCC pueda aspirar a convertirse en un destino turístico de clase mundial a través de estrategias y una de ellas es el diseño y estructura del producto turístico.

El objetivo de las mesas departamentales es conocer la perspectiva de la situación actual y potencial de la oferta y la demanda turística en el PCC, concretamente en los Municipios incluidos de su Departamento.

Mesa Departamental Productos Turísticos PCC

AGENDA

1. Presentación de asistentes, equipo consultor y socialización del proyecto
2. Esquema base de tendencias en la industria del turismo
3. Metodología del trabajo en equipo
4. Desarrollo del trabajo en equipo:
 - A) Oferta/demanda: responder a preguntas como:
 - ¿De qué recursos / atractivos dispone la región que pueden dar lugar a actividades experienciales diferenciadoras, motivadoras de viajes transoceánicos?
 - ¿Qué perfil de demanda internacional podría aspirar a captar la región del PCC?
 - B) Visión y temas clave a resolver:
 - ¿Cuál podría ser la visión turística para el PCC a 2020?
 - ¿Qué aspectos del sistema turístico del PCC juegan a favor y en contra de conseguir esta visión?
 - ¿Qué temas clave hay que resolver?
6. Fin de la sesión, conclusiones.

Gracias por su participación

Mesa Departamental Productos Turísticos PCC

PROGRAMACIÓN

Lugar: Auditoria Cámara de Comercio de Sevilla, Valle
Fecha: Viernes, octubre 18 de 2013
Hora: 9:30 a 12:30 m
Persona(s) contacto: Beatriz Elena Plata / Martha Yadira
Datos contacto: beatrizplata1@hotmail.com / marthayadirat@gmail.com

Teléfonos: 320-7746532

Esperando contar con su disponibilidad, agradecemos la atención prestada,

Cordial saludo,

RED ALMA MATER - THR - INDICES

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

CONSOLIDADO CONVOCATORIAS MESAS DEPARTAMENTALES Y ENTREVISTAS A EXPERTOS

Departamento	Mesa Departamental		Entrevistas	
	Entidades	Pax	Entidades	Pax
Risaralda	14	15	3	3
Caldas	19	23	7	7
Quindío	12	17	7	7
Valle del Cauca	9	12	0	0
Subtotal	54	67	17	17
Totales	71 entidades		84 personas	



Fuente: Propia, mesa departamental Valle del Cauca

La agenda de las mesas departamentales se programó con presentaciones magistrales y trabajo de equipos. Para la entrevista con expertos, se realizó una introducción al tema y se solicitó responder al cuestionario anotando las observaciones, comentarios y temas adicionales considerados por cada participante.

Para el trabajo en equipos se solicitó adelantar el cuestionario que se describe a continuación. En las entrevistas a expertos se desarrolló para la parte 1 y 2 de este cuestionario.

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

DISEÑO Y ESTRUCTURACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO

MESA DEPARTAMENTAL DE RISARALDA

Octubre 7 de 2013

PARTE 1: SITUACIÓN ACTUAL Y POTENCIAL DE LA OFERTA Y LA DEMANDA TURÍSTICA DEL DEPARTAMENTO DE RISARALDA

LA SITUACIÓN ACTUAL Y EL POTENCIAL DE LA OFERTA:

1. ¿De qué atractivos o recursos naturales, culturales y cafeteros dispone la región de Risaralda que pueden dar lugar a actividades experienciales diferenciadoras, motivadoras de viajes transoceánicos?
2. ¿De esos recursos/atractivos cuáles están ya operativos para atraer a viajeros internacionales en el corto plazo?
3. ¿Qué acciones deberían llevarse a cabo para mejorar el aprovechamiento turístico y potencial de atracción de éstos?
4. De los que no están operativos al día de hoy, ¿qué dificultades y/o facilidades observa para su desarrollo turístico? ¿Qué acciones llevaría a cabo para su desarrollo?
5. ¿Considera que los servicios turísticos (prestadores de actividades / experiencias, alojamiento, restaurantes, guías, etc.) en Risaralda cumplen con los estándares de calidad que se requieren para acoger a un turista internacional?
7. ¿Qué servicios turísticos considera que faltan en el departamento para ser competitivo a nivel internacional?

LA SITUACIÓN ACTUAL Y EL POTENCIAL DE LA DEMANDA:

8. ¿Cuál es el perfil del turista nacional y extranjero que llega a su departamento?
9. ¿A qué perfil de turista internacional y nacional cree que su departamento y la región del PCC podrían atraer?

PARTE 2: VISIÓN TURÍSTICA DEL PCC – ASPECTOS A FAVOR Y EN CONTRA DE LA VISIÓN

1. Se propone una visión turística del PCC para revisión y valoración del equipo de trabajo
2. Qué aspectos del sistema turístico del PCC juegan a favor y en contra de conseguir esta visión?
 - 2.1. A favor:
 - 2.2. En contra:
3. Qué temas clave hay que resolver con el propósito de llevar a la región del PCC a ser destino de clase mundial y eje de desarrollo turístico internacional?

PARTE 3: RELACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DEL PCC EN FUNCIÓN DE LAS CATEGORÍAS DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS NACIONALES

El desarrollo de la parte 2 del cuestionario incluyó la revisión de la visión turística propuesta, así:

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

Una visión y 3 grandes objetivos



El desarrollo de la parte 2 del cuestionario incluyó la revisión de la visión turística propuesta, así:



RELACION Y VALORACION DEL SIGNIFICADO PATRIMONIAL DEL PCC CON LAS CATEGORIAS DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURISTICOS.

En el diseño del producto Turístico para el Paisaje Cultural Cafetero -PCC, se han clasificado atractivos y recurso turísticos, el primero se refiere al lugar o bien, de carácter cultural o natural, que suscita un interés de visita y genera flujos turísticos actualmente dentro del PCC; por recurso se entiende aquello que podría ser un atractivo en potencia a futuro si se le dotara de los servicios y condiciones necesarias para su aprovechamiento turístico.

Existe una categoría para los atractivos o recursos cuya clasificación, basada en la metodología del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es la siguiente:

- I. Sitios naturales
- II. Bienes culturales
- III. Etnografía / Folclore
- IV. Realizaciones contemporáneas
- V. Acontecimientos o eventos programados

A continuación se presenta una relación entre estas categorías de los atractivos y recursos turísticos y los atributos que expresan los valores excepcionales y universales del PCC, establecidos por sus manifestaciones materiales; donde en cada caso, y con el propósito de comprender el significado patrimonial del Paisaje Cultural Cafetero y conseguir una caracterización priorizada de los objetos, lugares y acontecimientos, objeto de la declaratoria que configuran los atractivos y recurso turísticos, se requiere determinar el grado de importancia que cada uno de los atributos o criterios de valor patrimonial puede tener para la articulación del valor excepcional del PCC a un producto turístico que le represente.

Mediante sistema cuantitativo se solicitó a los equipos de trabajos realizar la valoración de los atributos del PCC en función de las categorías de atractivos y recursos turísticos nacionales (metodología del Viceministerio de Turismo), así:



2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

Para el caso del Paisaje Cultural Cafetero, las actividades de ocio, recreación, conocimiento y/o cultura que se enmarcan en él, tienen significado a partir del contexto general de los atractivos y recursos naturales, culturales y cafeteros asociados a la prestación de los servicios turísticos y que se identificaron en concreto, con la información recibida en las mesas departamentales y entrevistas a expertos.

Son entonces, los objetos, lugares y/o acontecimientos propios de la región que demarcan el significado de la declaratoria del PCC como Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO y por ende, impactan e influyen en la planeación experiencial del producto o los productos turísticos con fines de motivación transoceánica a la región, así:

A PARTIR DE LOS ATRACTIVOS/RECURSOS NATURALES⁴⁷

La región del Paisaje Cultural Cafetero:

Es riqueza hídrica: En Parques Nacionales Naturales, Reservas de la Sociedad Civil, zonas de protección especial a cargo de las Corporaciones Autónomas Regionales y organismos no gubernamentales designados y/o en asociatividad, aguas termomineromedicinales (base del suelo por actividad volcánica), los procesos de gestión de cuencas hidrográficas

Es diversidad agrícola: productividad y rentabilidad derivada

Es topografía natural y paisajismo (en la región andina y formación del relieve): biodiversidad de fauna y flora asociadas

Es clima (posición en la línea ecuatorial en bosque húmedo tropical): temporadas favorables

Fuente: Elaboración propia a partir del consolidación de información de Mesas Departamentales y entrevistas a expertos, 2013

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

A PARTIR DE LOS ATRACTIVOS/RECURSOS CULTURALES⁴⁸

La región del Paisaje Cultural Cafetero:

Es patrimonio material de la nación: Bienes muebles e inmuebles con declaratoria como escenarios y elementos de interés cultural

Es arquitectura de época: representada en escenarios propios de la colonización antioqueña

Es tradición y cultura vivas: el trabajo artesanal y la asociatividad, las costumbres (arriería, medios de transporte), la cocina tradicional y los procesos agroindustriales derivados, el cultivo del café, tradiciones orales y escritas

Es folclor: diversidad de razas que se conjugan. Manifestación en fiestas, ferias y eventos desarrollados en los diferentes municipios durante todo el año de corte local, nacional e internacional

Es institucionalidad: emanada del contexto histórico de la región (entre otros, del ferrocarril)

Es diversidad económica: infraestructura y actividades de recreación, conocimiento y ocio de la cultura cafetera

Fuente: Elaboración propia a partir del consolidación de información de Mesas Departamentales y entrevistas a expertos, 2013

A PARTIR DE LOS ATRACTIVOS/RECURSOS CAFETEROS⁴⁹

La región del Paisaje Cultural Cafetero:

Es conocimiento del proceso cafetero (tradicional y tecnificado): empresas tostadoras, trilladoras, torrefactoras, de beneficio, liofilización, escuelas de calidad del café

Es estar de principio a fin con el café: de la semilla a la taza: Haciendas cafeteras, coffee tour (recorridos cafeteros)

Es reconocimiento de la cultura cafetera: oficios tradicionales campesinos

Fuente: Elaboración propia a partir del consolidación de información de Mesas Departamentales y entrevistas a expertos, 2013

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

En suma,

- Riqueza hídrica
- Diversidad agrícola
- Topografía natural y paisajismo
- Clima

Atractivos/recursos naturales



- Patrimonio material de la nación
- Arquitectura de época
- Tradición y culturas vivas
- Folclor
- Institucionalidad
- Diversidad económica

Atractivos/recursos culturales



- Conocimiento del proceso cafetero (tradicional y tecnificado)
- De principio a fin con el café
- Reconocimiento de la cultura cafetera

Atractivos/recursos cafeteros



Y es en este sentido que a los actores sociales de la región se les invitó a realizar una valoración de cada uno de los 15 atributos vs las categorías para la clasificación de los atractivos/recursos que constituyen la puesta en valor del Patrimonio Cultural Cafetero.

Se contabilizan 14 cuestionarios diligenciados por los equipos de trabajos participantes de las mesas departamentales y de algunos expertos, con resultados en compendio, así:

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

Valoración de la categoría de Sitios Naturales

CATEGORIA I. SITIOS NATURALES - ATRIBUTOS DEL PCC	Media Ponderada
▪ Atributo Patrimonio natural.	2
▪ Atributo Café de montaña.	3
▪ Atributo Disponibilidad hídrica "Presencia de cuencas abastecedoras".	4
▪ Atributo Predominancia de café.	4
▪ Atributo Cultivo en ladera.	5
▪ Atributo Diversificación de cultivos.	6
▪ Atributo Edad de la Caficultura.	6
▪ Atributo Patrimonio arqueológico.	7

Valoración de la categoría de Bienes Culturales

CATEGORIA II. BIENES CULTURALES - ATRIBUTOS DEL PCC	Media Ponderada
▪ Atributo Patrimonio arquitectónico (Arquitectura regional de bahareque).	2
▪ Atributo Tradición histórica en la producción de café.	2
▪ Atributo Patrimonio Urbanístico (Estructuras urbanas de damero en ladera).	3
▪ Atributo Patrimonio arqueológico.	4

Valoración de la categoría de Etnografía y Folclore

CATEGORIA III. ETNOGRAFIA y FOLCLORE - ATRIBUTOS DEL PCC	Media Ponderada
▪ Atributo Tradición histórica en la producción de café.	2
▪ Atributo Patrimonio arquitectónico (Arquitectura regional de bahareque).	2
▪ Atributo Patrimonio Urbanístico (Estructuras urbanas de damero en ladera).	3
▪ Atributo Poblamiento concentrado y estructura de la propiedad fragmentada.	3

2. Significado Patrimonial del PCC: Mesas Departamentales

Valoración de la categoría de Realizaciones Contemporáneas

CATEGORIA IV. REALIZACIONES CONTEMPORÁNEAS - ATRIBUTOS DEL PCC	Media Ponderada
▪ Atributo Influencia de la modernización.	2
▪ Atributo Tecnologías y formas de producción sostenibles en cadena productiva del café.	3
▪ Atributo Institucionalidad cafetera y redes económicas afines.	4
▪ Atributo Patrimonio arquitectónico (Arquitectura regional de bahareque).	4
▪ Atributo Cultivos Múltiples.	4
▪ Atributo Edad de la Caficultura.	5
▪ Atributo Predominancia de café.	6
▪ Atributo Minifundio cafetero como sistema de propiedad de la tierra.	7

Valoración de la categoría de Acontecimientos o eventos programados⁵²

CATEGORIA V. ACONTECIMIENTOS O EVENTOS PROGRAMADOS	Media Ponderada
▪ Fiestas Tradicionales	2
▪ Eventos Artísticos / Culturales.	2
▪ Eventos Deportivos	3

Los anteriores resultados no implica descartar aquellos atributos que no recibieron valoraciones de mayor importancia en el proceso de articulación del valor patrimonial a los destinos turísticos del PCC, implica más bien la posibilidad de definir aquellos valores de excepcionalidad que resultan más sensibles de articulación en el desarrollo de experiencias únicas alrededor del Café, su Cultura y Paisaje.

Los resultados del compendio de la información recibida en las mesas departamentales y en las entrevistas a expertos, se detallan en el archivo verificable de word denominado:

131019_1081_InformeMesasDepartamentalesObjetivo1

3. La Gestión Turística del Territorio: revisión de instrumentos

El turismo es una actividad que promueve el desarrollo en el territorio y como tal, se revisaron las líneas de apoyo hacia la evolución y desarrollo turístico en la región del Paisaje Cultural Cafetero.

Se identificaron los factores de soporte y evolución del espacio turístico a partir de los lineamientos nacionales, regionales, departamentales y municipales destacando la importancia de una serie de actores que propenden por enlazar, adelantar y gestar esfuerzos enfocados hacia el desarrollo turístico. Actores que hacen parte del esfuerzo internacional, desde el gobierno central y de la región por generar desarrollo territorial hacia el turismo.

Así, los actores estratégicos del turismo para el Paisaje Cultural Cafetero en el contexto internacional vincula a la UNESCO; en el contexto nacional al Fondo Nacional de Turismo FONTUR, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Cultura, PROEXPORT, Ministerio de Educación, Ministerio de TIC's, Federación Nacional de Cafeteros, INNpulsa Mipymes (antiguo Fomipyme). En el contexto regional, las Gobernaciones de Caldas, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca, Cotelco Capítulo Caldas, Risaralda, Quindío, Valle del Cauca, Cámaras de Comercio, Comités de Cafeteros, Corporaciones Autónomas: Corpocaldas, CARDER, CRQ, CVC, SENA. En el contexto local, Alcaldías Municipales (respectivas oficinas de Cultura, Turismo y gestión ambiental), los Concejos Municipales, la Academia, Gremios y asociaciones del sector turístico y Policía de Turismo.

Se revisó la normatividad vinculada al sector turístico y que influye en la región del Paisaje Cultural Cafetero así:

3. La Gestión Turística del Territorio: revisión de instrumentos

La Constitución Política de Colombia de 1991; Ley 99 de 1993; Ley 300 de 1996; Ley 1101 de 2006; Ley 1558 de 2012; Documento CONPES 3397 de 1995 – 3640; Decretos y Resoluciones varios; Normatividad del Plan del Manejo del PCC; Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014; Plan sectorial de turismo 2010-2014.

Igualmente se revisaron los Planes regionales de competitividad – agendas internas departamentales: Revisión del componente turístico en el plan y agenda regional de competitividad de cada departamento (Caldas, Quindío, Risaralda, Valle del Cauca); el Plan Maestro de Turismo de Pereira.

Para el caso del Paisaje Cultural Cafetero en los Planes de Ordenamiento Territorial, se revisó el estado actual de los POT por departamento y municipio del PCC.

El documento compendio es verificable en formato word denominado: 131115_1081_Info_FinalObjetivo1

4. Las core competences, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

Las core competences son habilidades esenciales de la empresa (para el caso específico, el PCC) y unas actividades, apreciadas y requeridas por los consumidores que están dispuestos a pagar por ella.

El proceso de core competences se inició encontrando y determinando “cuáles de esas competencias esenciales son importantes a fin de darles un valor estratégico que antes no tenían”, con compendio de resultados así:

Competencias tecnológicas: los recursos

- El café, desde la semilla hasta la taza
- Naturaleza: flora y fauna asociados
- El oficio de la arriería
- Expresiones arquitectónicas de las viviendas
- Patrimonio urbanístico
- Formas de producción sostenible en la cadena productiva del café
- Cocina derivada del café
- Jeep Willys o “yipao”: vehículo resistente y todoterreno
- La guadua y el bahareque
- Construcciones civiles y religiosas

Competencias organizativas: las actitudes

- Institucionalidad cafetera y redes afines
- Centros de investigación y generación de tecnologías para el café
- Agroindustria derivada del café
- Tejido social excepcional, donde la familia es el núcleo social y también el núcleo productivo

Competencias personales: las capacidades

- La artesanía hecha a mano
- La música y la danza de influencia española y de la colonización antioqueña
- Las artes plásticas
- Dichos, refranes y frases populares

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

Por áreas específicas del sector de turismo y de acuerdo con información secundaria se identifican las core competencias potenciales en valoración realizada teniendo en cuenta las tendencias del turismo internacional vs el diseño y estructura de productos turísticos para la región del PCC, así: Identificaciones que pueden variar al realizar la caracterización de campo y proceso de información adicional.

<p>En alojamiento,</p> <ul style="list-style-type: none"> Haciendas cafeteras con certificaciones de calidad Club de calidad de haciendas Cadenas hoteleras internacionales 	<p>En transporte,</p> <ul style="list-style-type: none"> Jeep Willys o "yipaq": vehículo resistente y todoterreno Cuatro (4) aeropuertos al interior de la región, 2 de contexto internacional; conectividad directa internacional Tres (3) aeropuertos internacionales a menos de 6 horas por tierra y menos de 40 minutos de vuelo cada uno. Alta frecuencia de transporte en autobús entre terminales terrestres de las principales ciudades. 	<p>En infraestructuras y servicios públicos,</p> <ul style="list-style-type: none"> Escenario para eventos de talla internacional Cobertura de redes eléctricas al 100% en la región Disponibilidad de agua potable Conectividad entre vías primarias y secundarias y terciarias 	<p>En seguridad,</p> <ul style="list-style-type: none"> Presencia de policía y ejército en zonas urbanas y rurales de la región Acciones concretas de policía de turismo y PONALSAR (Grupo de búsqueda y rescate de apoyo de la policía nacional) Hospitales desde 1 a 4to nivel Presencia de Cruz Roja, Defensa Civil, Bomberos voluntarios, oficiales y aeronáuticos, grupos de rescate voluntarios, brigadas de emergencia en todas las empresas con más de 20 empleados
<p>En agentes prestadores de actividades y experiencias,</p> <ul style="list-style-type: none"> Agentes locales conocedores de la región y su cultura 	<p>En recursos culturales y gastronomía,</p> <ul style="list-style-type: none"> Autenticidad cultural El oficio de la arriería Patrimonio urbanístico: Pueblos de la Red de Patrimonio Nacional ¹⁶⁵ Cocina derivada del café Artesanía hecha a mano Música y la danza representativa. Certificaciones en 2 y 3 "tenedores" en restaurantes Cafés especiales con certificación y mercado internacional La existencia de emprendimientos culturales enfocados en el valor patrimonial del PCC 	<p>En recursos naturales,</p> <ul style="list-style-type: none"> Paisaje y la flora y fauna asociados (alto grado de endemismo particularmente en aves) Diversidad de ecosistemas Diversidad de pisos térmicos y microclimas. Valles interandinos Oferta de recurso hídrico Modelo de gestión para la protección de los recursos naturales a través de Áreas Naturales Protegidas que se complementa con iniciativas de la sociedad civil (Reservas de la Sociedad Civil) 	<p>En comercio local,</p> <ul style="list-style-type: none"> El café desde la semilla hasta la taza Participación de tiendas de gran superficie con marcas de talla mundial Fábricas y tiendas de ropa con oferta de servicios para el turismo

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

En Comunicación y comercialización,

- Producción sostenible en la cadena de cafés especiales.
- Institucionalidad Cafetera organizada y con reconocimiento social local e internacional.
- Cobertura en comunicaciones: telefonía fija, móvil e internet
- Plataforma turística para el PCC en la Web.

En administración local,

- Procesos avanzados de asociatividad
- Federación Nacional de Cafeteros con presencia a través de los comités municipales de caficultores en todo el PCC.
- Entes gremiales: 7 Cámaras de comercio, y una asociación (ASOEJE) regional de las mimas.
- Asociación de Alcaldes del Paisaje Cultural Cafetero.
- El Observatorio para el Sostenibilidad del Patrimonio en Paisajes OPP de la cátedra UNESCO en la Univ. Nacional de Colombia, sede Manizales

En población,

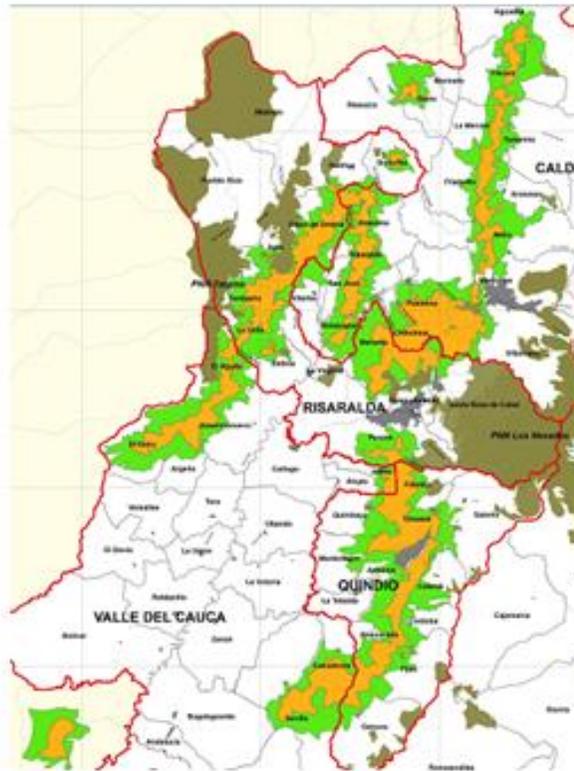
- Tejido social excepcional, donde la familia es el núcleo social y también el núcleo productivo.
- Comunidad campesina resiliente a las crisis cafeteras.
- Oferta de formación profesional en Turismo.
- Campesinos ilustrados en el proceso productivo y de transformación del café.

En sistemas de garantía y calidad,

- Prestadores y servicios certificados en normas técnicas de calidad y referenciones internacionales.
- Cafés especiales certificados internacionalmente.

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

En suma, la Competencia Básica Distintiva C.B.D. del sector turístico del PCC:



Región del PCC y sus áreas naturales Protegidas

C.B.D.

“El verde de las montañas de la región andina, la cultura asociada al café de mejor calidad del mundo, el quehacer y amabilidad de sus gentes”

Fuente: Elaboración propia, 2013

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

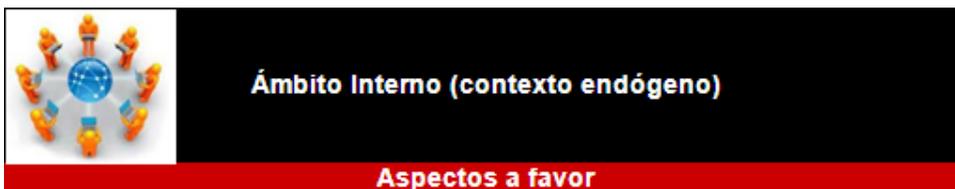
En el marco de referencia del Plan Estratégico y el Plan de Manejo del PCC, la visión como el camino al cual se dirige la región del PCC a largo plazo sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento en el sector turístico. Es fundamental estructurar el sentido de lo que deberá hacer la región para satisfacer las necesidades de la demanda turística y cómo deberá evolucionar la configuración del negocio turístico para que pueda crecer y prosperar.

De esta forma, y para construir el “norte” del sector de turismo, se ha planteado por parte del equipo de consultoría en el diseño y estructura del producto turístico, una propuesta de visión que se ha puesto en consideración de los actores sociales de la región para su valoración, refuerzo y modulación final. Información que se trabajó en las Mesas Departamentales y las entrevistas a expertos. Como resultado compendio se tiene:



4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

En aspectos a favor y en contra y como parte de la revisión de la información revisada para identificar la situación actual del sector turístico en la región del Paisaje Cultural Cafetero, se muestra la descripción de los principales aspectos a favor y en contra en el ámbito interno (endógeno) y aspectos a favor y en contra en el ámbito externo (exógeno), lo que permite identificar temas clave a resolver y direcciones estratégicas con el propósito de fortalecer esta situación actual con miras a consolidar **Productos Turísticos de talla mundial**.

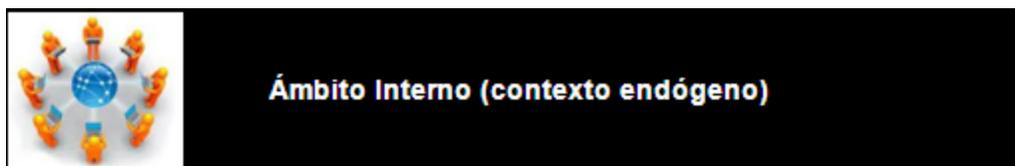


- **Capacidad de alojamiento:** los niveles de ocupación de los alojamientos de los departamentos que forman parte del PCC dejan entrever que es posible alojar a un mayor número de turistas sin necesidad de incrementar la capacidad.
- **Existencia de certificaciones ambientales y de calidad en el servicio.** Existen ya una serie de certificaciones en el ámbito de la sostenibilidad y de la calidad y si bien la región central, donde se encuentran adscritos los municipios del PCC es la segunda tras la ciudad de Bogotá en número de establecimientos a los que se les ha otorgado certificación, los números son todavía muy bajos cuando se compararan con la planta hotelera total. Es por ello vital, incentivar y ayudar al empresario en su aplicación.
- **Movimiento asociativo cafetero:** en el presente documento se ha puesto de manifiesto el fenómeno asociativo que está teniendo lugar entre los pequeños caficultores del PCC y cómo estas asociaciones quieren evolucionar en el cultivo y comercialización de cafés sostenibles y especiales. Este es un gran activo pero que para su maduración requiere de la articulación de estrategias de capacitación en materias de gestión, administración, promoción y comercialización directa al cliente y consumidor. Se deben aliviar los obstáculos a la obtención de aquellas marcas que certifiquen la denominación de origen Paisaje Cultural Cafetero.

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

- **Calidad del café:** las condiciones del terreno y el proceso humano asociado hace del café del PCC un producto de primera calidad, que ha sido reconocido en premios internacionales por los mercados donde se demanda un café de mayor calidad, como EEUU y Japón. Al igual que se ha comentado en el párrafo anterior, disponer de una aplicación ágil pero segura de la denominación de origen PCC es imprescindible.
- **Federación Nacional de Cafeteros (FNCC) y Centros de investigación y generación de tecnologías para el café.** La FNCC, que representa más de 563.000 familias cafeteras en todo el país, donde el 96% está conformado por familias campesinas que poseen fincas menores a 5 hectáreas cultivadas en café, tiene una marca reconocida mundialmente “Juan Valdez” que se ha convertido en un ícono. A través de su cadena de tiendas ha acercado el café de una forma más “chic” al consumidor colombiano. La FNCC, con sus asociados tiene poder para mover a todo un sector de productores. Esta fuerza, si se alinea con la visión turística para la región del PCC puede hacer mucho por el desarrollo de la experiencia turística del café de talla mundial. Por otro lado, los centros de investigación aseguran el mantenimiento e incluso mejora de los procesos productivos y por tanto de la calidad del café con denominación de origen PCC.
- **Masa crítica de recursos y atractivos, no únicamente en lo natural, pero muy especialmente en el ámbito de lo cultural.** La riqueza natural y paisajística del PCC es indudable, pero el análisis de sus recursos nos ha permitido identificar un buen número de posibles experiencias asociadas a temáticas culturales y cafeteras.
- **Buena conectividad aérea con las principales ciudades emisoras de Colombia y proyectos en marcha que aseguran su mejora.** La región del PCC cuenta con tres aeropuertos, Pereira ([Matecaña](#)), Armenia (El Edén) y Manizales (La Nubia) y una buena frecuencia de vuelos semanales (casi 200 con Bogotá) y más de 70 con Medellín. La posibilidad de ampliar la oferta de vuelos internacionales, como los actuales con Fort Lauderdale y Panamá es una opción muy interesante para asegurar flujos significativos.

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero



Aspectos en contra

- **Indicadores turísticos básicos como el promedio de pernoctaciones y el promedio de gasto por persona por debajo de la media nacional en el PCC.** Este es sin duda un indicativo del bajo aprovechamiento de los recursos y atractivos del PCC, ya que la oferta turística comercializada está concentrada geográficamente y en número de recursos. Es necesario trabajar en estrategias, como este proyecto, de diseño de producto para todo el territorio, ampliando la oferta de cosas que hacer y la posibilidad de gasto.
- **Colombia, gran país productor de café, pero no consumidor.** Colombia es el primer productor de café suave y reconocido como el país con el mejor café del mundo pero no es un país con cultura de consumidor. Tradicionalmente el colombiano ha bebido “pasilla”, el peor grano de café, el que no se exporta. Es por ello que no otorga al café el valor que de verdad puede llegar a tener, de hecho al café se le denomina “tinto” y en ocasiones es incluso gratuito. Asociado a esta circunstancia está la dificultad de consumir buen café en la región, ya que, en general, se desconoce cómo elaborar y tomar un buen café. Si se aspira a desarrollar una experiencia turística de talla mundial se debe poder consumir buen café, café excelente de forma habitual. De otra forma no se estará cumpliendo la promesa.
- **Baja calidad de la infraestructura vial, especialmente en algunas zonas, para el desarrollo del turismo.** A pesar de contar con la Autopista del Café que comunica las ciudades de Pereira, Armenia y Manizales, queda mucho por hacer en este aspecto. Los departamentos con mayores dificultades son Caldas y Risaralda, mientras que Quindío y Valle del Cauca han logrado implantar mejores infraestructuras. Es por ello, que a pesar de disponer de una buena red de empresas de transporte terrestre, la movilidad por el territorio no es fácil, y menos para un turista extranjero.

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

- **Insuficiente señalización vial y turística.** Este es otro aspecto donde cabe mejorar en todos los departamentos si se desea desarrollar el turismo y aprovechar los recursos turísticos. Sin embargo, no es un tema destacado en los planes regionales y locales.
- **Escasos pero crecientes operadores de verdaderas experiencias turísticas y confusa cadena de comercialización.** La operación turística en la región no es lo suficientemente fuerte para desarrollar un proceso de comercialización a gran escala. Se debe entre otros, a la alta informalidad y a la no claridad del rol como ensamblador del producto receptivo, lo cual ha llevado a que empresas como por ejemplo: establecimientos de alojamiento, restaurantes, centros vacacionales y otros, “empaqueten” el destino, rol que debería asumir una agencia operadora en el marco de la legislación colombiana.
- **Necesario desarrollo de infraestructura y servicios públicos básicos, especialmente en el ámbito rural.** Los planes analizados ponen de manifiesto el estado de desarrollo de algunos servicios públicos básicos como la potabilización del agua o el alcantarillado en algunas zonas rurales. Otros aspectos mencionados hacen referencia a la seguridad vial, por deslizamientos, por ejemplo, o la higiene de los alimentos. Todos estos son temas en los que es necesario trabajar si se desea mejorar las condiciones de los habitantes y el desarrollo del turismo nacional y sobretodo extranjero.
- **Múltiples actores, visiones no siempre compartidas y alineadas.** Para que el proyecto que supone el Paisaje Cultural Cafetero, en sus distintos ámbitos: social, cultural, económico, turístico, etc. llegue a buen puerto es necesario que los diversos y múltiples actores que participan en su gestión (Viceministerio, Gobernaciones, Cámaras de Comercio, Federación Nacional de Cafeteros, Gremios, Corporaciones y Asociaciones, etc.) acuerden una visión turística para el mismo y entiendan qué papel debe jugar cada uno de ellos.

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

Ámbito Externo (contexto exógeno)



Aspectos a favor

- **Demanda turística creciente:** mundial, en el continente americano y en Colombia, a nivel receptivo e interno. El incremento en la demanda extranjera a Colombia se encuentra propiciado, entre otras cosas, por el clima económico y de inversión, una mejora en las condiciones de seguridad, la conectividad y las infraestructuras y servicios en general. El turismo puede ser una fuente de generación de empleo en los departamentos que componen la región del PCC, especialmente Caldas, Risaralda y Quindío. Para ello será necesario abordar programas de capacitación que permitan la incorporación de estas personas a distintos servicios de la cadena de valor turística (hotelería, restauración, operación, transporte, etc).
- **Bogotá, ciudad con un gran potencial emisor a la región del PCC:** la ciudad de Bogotá, con más de 8 millones de personas y crecimiento económico y social, emite el 50% de los viajes nacionales, pero tan solo representa el 20% de los viajes al PCC. La conectividad aérea con los tres aeropuertos del PCC es buena, sobre todo con Pereira. Adicionalmente se está llevando a cabo (por el sur la construcción de una segunda calzada y del Túnel de la Línea entre Calarcá y Cajamarca, y por el norte la Vía al Magdalena) para reducir el tiempo del desplazamiento terrestre, ya que no alcanza a ser de 300 km pero la duración es de 7 horas.
- **Medellín, Cali a nivel regional y Manizales, a nivel local, ciudades con potencial emisor interesante al PCC y bien comunicadas:** tras Bogotá, Medellín es la segunda capital emisora, y Cali la tercera. La conectividad aérea es buena, y por tierra no son más de 5 horas en el caso de Medellín-Pereira y 4 horas en el caso Cali-Pereira. Manizales por su parte tiene un porcentaje elevado de hogares que reportan hacer turismo (31,3%).

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

- **Creciente demanda de cafes de elevada calidad, cafes especiales:** el fenómeno de los cafés especiales se inicia en EEUU con el objetivo en parte de “descomoditizar” el café y poder obtener unos mejores precios en el mercado. Multinacionales como Nespresso, Starbucks, etc han hecho del café un elemento de deseo, valorado, aspiracional, de forma que ha surgido un segmento de demanda, los “coffee lovers”, que ven en el café de calidad y la cultura que lo envuelve una verdadera experiencia. Ya existen puntos en el PCC donde estos “coffee lovers” pueden tener experiencias cafeteras gratificantes, pero es necesario extenderlo a un mayor número de puntos y abrazar a nivel país y región la cultura de tomar un buen café.
- **Las nuevas tecnologías, como Internet, pueden hacer posible la venta directa al cliente final y al consumidor.** Internet es una ventana abierta al mercado. Apoyando a las asociaciones de caficultores en su empleo de las tecnologías es posible ayudarles a vender directamente, eliminando intermediación e incrementando sus márgenes. En definitiva, asegurando su supervivencia, y con esta, la del Paisaje Cultural Cafetero.

4. Las core competencias, visión, aspectos a favor y en contra del Paisaje Cultural Cafetero

Ámbito Externo (contexto exógeno)



Aspectos en contra

- **Competencia de otros destinos como Perú, Ecuador o Panamá.** La diversificación de productos turísticos especializados en países vecinos exige la puesta en marcha de acciones importantes para contrarrestar la demanda hacia países cercanos.
- **Incremento de los precios del petróleo que pueden trasladarse a la tarifa de los tiquetes de avión.** Colombia tiene uno de los registros más altos en costos de combustibles, lo que se traduce en tarifas costosas para desplazamientos internos y externos vía aérea. El comportamiento en el precio de los combustibles es inestable con tendencia al alza. Es difícil el ingreso al mercado de aerolíneas tipo "low cost" por monopolios internos, disminuyendo la opción de volumen de desplazamientos desde y hacia el país.
- **La constante en los precios bajos del café que no permite subsistir a los caficultores, requiriendo de subvenciones del Estado que pueden terminarse.** No han sido favorables las condiciones de actividad agrícola para los caficultores en el país entre otros, por los paros del sector, la variabilidad climática, los precios internacionales, la demanda interna. En muchos casos, la opción es diversificar y "cambiar" la actividad por producciones alternas que garanticen la subsistencia. No en todos los casos, los apoyos estatales son benéficos.
- **Plagas que dañen de una forma catastrófica los cultivos.** El país tiene un registro alto en el precio de los insumos (en comparación con otros países de la región). En muchos casos, se pueden presentar monopolios que no permiten el acceso a recursos para aliviar la catástrofe de los cultivos por plagas. No es suficiente en muchos casos, la cobertura de la Federación Nacional de Cafeteros o de las mismas asociaciones o gremios.

5. Recomendaciones estratégicas

Fruto de los aspectos anteriores: Core competencias, visión, aspectos a favor y en contra, se identifican 4 temas clave a resolver:

1. ¿Cómo articular a los diferentes actores que se requieren entorno a una visión compartida y lograr su involucración para alcanzarla?

2. ¿Cómo desarrollar y/o fortalecer el sistema turístico de la región del PCC para poder convertirse en un destino de carácter internacional?

3. ¿Cómo aprovechar de una forma sostenible los recursos y atractivos de la región para generar experiencias turísticas gratificantes que motiven desplazamientos transoceánicos, una mayor diversificación geográfica, motivacional, estancias más largas y mayor gasto?

4. ¿Cómo hacer del universo del café una experiencia turística de talla mundial en un país donde se produce el mejor café pero no es fácil consumirlo?

Temas claves a resolver a partir de estrategias, objetivos y acciones: Las estrategias comprenden el conjunto de acciones necesarias para resolver y lograr que el sector turístico en la región del PCC sea competitivo, innovador, generador de valor agregado y sea sostenible a futuro con objetivos apuesta de ser destino de clase mundial y eje de desarrollo turístico nacional. Estas estrategias se articulan con los temas claves buscando dar respuestas a los interrogantes así:

5. Recomendaciones estratégicas

Temas claves a resolver

- ¿Cómo desarrollar y/o fortalecer el sistema turístico de la región del PCC para poder convertirse en un destino de carácter internacional?
- ¿Cómo aprovechar de una forma sostenible los recursos y atractivos de la región para generar experiencias turísticas gratificantes que motiven desplazamientos transoceánicos, una mayor diversificación geográfica, motivacional, estancias más largas y mayor gasto?
- ¿Cómo hacer del universo del café una experiencia turística de talla mundial en un país donde se produce el mejor café pero no es fácil consumirlo?



A partir de:

Estrategia 3: Una identidad regional para enseñar y mostrar al mundo

Objetivo: Desarrollar apropiación social del conocimiento y la puesta en valor de los atributos patrimoniales y atractivos turísticos del PCC

Acciones:

- Conocimiento integral del habitante rural y urbano sobre PCC
- Educación: Proyectos que permitan generar cultura turística
- Diseño y desarrollo de planes estratégicos ajustados al PCC
- Planes de mejoramiento y apropiación de patrimonio cultural: arquitectónico y urbanístico.
- Cualificación de la oferta turística a partir de esquemas de responsabilidad social y ambiental. Procesos de autogestión
- Planes y programas de reconocimiento: apropiación de las expresiones culturales del PCC
- Rescate de la institucionalidad cafetera (tradición y eje del patrimonio de la región)
- Articulación de mecanismos de apropiación social de los valores patrimoniales del PCC dedicadas a los visitantes y turistas: centros de pensamiento en construcción de conocimiento útil

Temas Claves a resolver

- ¿Cómo articular a los diferentes actores que se requieren entorno a una visión compartida y lograr su involucración para alcanzarla?
- ¿Cómo desarrollar y/o fortalecer el sistema turístico de la región del PCC para poder convertirse en un destino de carácter internacional?
- ¿Cómo aprovechar de una forma sostenible los recursos y atractivos de la región para generar experiencias turísticas gratificantes que motiven desplazamientos transoceánicos, una mayor diversificación geográfica, motivacional, estancias más largas y mayor gasto?



A partir de:

Estrategia 1: El PCC, nuestra visión turística compartida

Objetivo: Hacer para edificar la ventaja básica distintiva alcanzando el posicionamiento del producto o productos turísticos del PCC

Acciones:

- Inversión en infraestructuras locativas rurales: habitacionales, de alimentos y bebidas de vinculación a variedad de perfiles turísticos
- Inversión en infraestructura vial urbana con énfasis en las zonas rurales
- Inversión en infraestructura de transporte interno de calidad
- Capacitación e implementación de TIC's
- Guías especializados
- Divulgación de mecanismos para acceso a recursos económicos
- Infraestructura informativa: señalética, centros de interpretación y de acogida
- Fortalecimiento de la cocina tradicional local: conocimiento y calidad de los productos ofertados; qué es un buen café, cómo prepararlo
- Estructura y funcionamiento de rutas que conecten regiones desde áreas núcleo del PCC hasta zonas de amortiguación
- Señalización de rutas y atractivos turísticos.
- Caracterización y fortalecimiento organizacional de la oferta de transporte interveredal para la sostenibilidad de los medios tradicionales como el "yipao"
- Mayor conocimiento de la demanda sobre el perfil de turistas

5. Recomendaciones estratégicas

Tema clave a resolver

¿Cómo desarrollar y/o fortalecer el sistema turístico de la región del PCC para poder convertirse en un destino de carácter internacional?



A partir de:

Estrategia 4: Un PCC con valor agregado turístico

Objetivo: Articular el Turismo como estrategia de reconocimiento y comercialización con énfasis en las marcas de origen de cafés especiales del Paisaje Cultural Cafetero

Acciones:

- Promoción turística nacional e internacional con énfasis en temporadas bajas
- Fairs internacionales y ruedas de negocios in situ para mayores ventas y mayor demanda del destino y sus productos.
- Inversión en investigación para innovar en servicios y productos (como agroindustria)
- Consolidación de la cadena productiva de cafés especiales
- Ahondar en programas de fomento a la asociatividad

Temas claves a resolver

¿Cómo desarrollar y/o fortalecer el sistema turístico de la región del PCC para poder convertirse en un destino de carácter internacional?

¿Cómo aprovechar de una forma sostenible los recursos y atractivos de la región para generar experiencias turísticas gratificantes que motiven desplazamientos transoceánicos, una mayor diversificación geográfica, motivacional, estancias más largas y mayor gasto?



A partir de:

Estrategia 2: Fuertes adentro, grandes afuera!

Objetivo: Fortalecer los actores, productos y servicios turísticos del PCC bajo criterios de calidad y sostenibilidad

Acciones:

- Asesoría técnica gratuita a pequeños municipios para desarrollar el turismo
- Certificación en calidad turística y en las normas técnicas sectoriales
- Desarrollo de guías (manuales) para servicios de calidad
- Articulación y asociatividad de actores vinculados en la industria del turismo a nivel local y regional: Alianzas interinstitucionales
- Mayores y mejores esfuerzos para el empresarismo y emprendimiento de operadores turísticos
- Fortalecimiento y consolidación del observatorio de turismo para el PCC

El documento compendio de las Core Competences, la visión y los aspectos a favor y en contra son verificables en formato word denominado: 131115_1081_Info_FinalObjetivo1

Contenido

1 Objetivo 1. Estado del arte del sector turístico

2 Objetivo 2. Caracterización de la oferta

3 Objetivo 3. Diseño de producto

4 Objetivo 4. Plataforma tecnológica

Objetivo No. 2

Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Como parte del desarrollo del Objetivo No. 2 en el Diseño y Estructura del Producto Turístico del Paisaje Cultural Cafetero, en la caracterización de la oferta turística existente y así conocer las condiciones de calidad del servicio, formalidad, competitividad, valoración turística entre otros se diseñaron y aplicaron técnicas e instrumentos que contaron con el aval de los miembros de la Mesa Técnica de Turismo y que formaron parte de la planificación y aplicación del trabajo de campo.

Así, se describe la metodología utilizada para:

1. Actualizar o levantar y georeferenciar los inventarios de atractivos turísticos urbanos y rurales existentes y de los municipios que no lo tienen. Disposición de la información necesaria para
2. Identificar los recursos / atractivos existentes en el PCC con mayor potencial experiencial que permitan diseñar productos motivadores de flujos turísticos internacionales.
3. Identificar los servicios turísticos que cumplen en la actualidad con los estándares de confort del turismo internacional y que merecen ser subidos a la plataforma tecnológica del PCC.
4. Describir las oportunidades de mejora identificadas para mejorar la experiencia turística, en los atractivos/recursos y servicios turísticos visitados.

Objetivo No. 2 - Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

5. Localizar a gestores de recursos / empresarios comprometidos con la mejora de su oferta o el inicio de nuevos emprendimientos turísticos.

Para cumplir con los propósitos descritos, se estructuraron **5 fases de trabajo**: (información completa detallada en documento tipo word denominado: Producto2_Actividad1_DocumentoParcial_v2)

Fase I: Identificación y selección de los recursos / atractivos / servicios turísticos a visitar y evaluar durante el trabajo de campo.

Fase II: Diseño de los instrumentos de diagnóstico y planificación de las rutas de campo.

Fase III: Realización del trabajo de campo para la caracterización y evaluación de la oferta turística del PCC.

Fase IV: Sistematización de los resultados del trabajo de campo.

Fase V: Elaboración del informe final

En detalle de cada fase:

Fase I. Identificación y selección de recursos / atractivos y servicios

Es importante tener presente la definición de recurso y atractivo que denota el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo:

Objetivo No. 2 - Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

Recursos: “Factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo”. Podría ser un atractivo en potencia a futuro si se le dotara de los servicios y condiciones necesarias para su aprovechamiento turístico. Actualmente no genera flujos turísticos relevantes.

Atractivos: “Factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos”. Es el lugar o bien, de carácter cultural o natural, que suscita un interés de visita y genera flujos turísticos actualmente. El atractivo dispone de condiciones, servicios básicos y complementarios que permiten su aprovechamiento turístico actual.

Para la identificación y selección de los atractivos / recursos a visitar se siguió el siguiente proceso:

1. Recopilación de información secundaria, proveniente de 3 fuentes: Inventarios ya existentes, a nivel nacional, regional y municipal; Información recibida durante la fase de diagnóstico de parte de los diferentes departamentos, en entrevistas y Mesas Departamentales; Guías turísticas nacionales e internacionales (Lonely Planet; Frommers; Guía Verde Michelin; Guía de viajes National Geographic; tripadvisor).

La información proveniente de estas fuentes se registró y clasificó en un fichero Excel organizado por Departamento y Municipio. Se registraron un total de 787 recursos / atractivos, siendo el departamento de Caldas el de mayor oferta con 309 (39%) de estos, seguido por Quindío (30%), Risaralda (18%) y finalmente Valle del Cauca (13%).

Objetivo No. 2 - Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

La clasificación empleada está basada en la metodología del MCIT, pero dada la importancia de los recursos / atractivos relacionados con el café, se ha añadido una categoría nueva que se denominó “**Especial café**”.

2. Priorización de los recursos / atractivos registrados y clasificados. Con el objetivo de seleccionar aquellos recursos / atractivos con mayor potencial de generación de experiencias turísticas que motiven viajes internacionales y transoceánicos, se procedió a definir y valorar una serie de criterios y establecer una guía para la visita efectiva durante el trabajo de campo: Criterios de selección:

2.1. Jerarquía: Valora el interés o conocimiento que se tiene actualmente del atractivo: local, nacional e internacional.

2.2. Referencia internacional: El criterio valora positivamente si se menciona / aparece destacado / valorado positivamente en guías de contexto internacional.

2.3. Disponibilidad anual vs. Temporada: El criterio valora positivamente aquellos recursos / atractivos que pueden ser visitados durante todo el año frente a los que únicamente pueden ser visitados en una temporada concreta.

2.4. Priorización en mesas departamentales: El criterio valora positivamente aquellos recursos / atractivos que han sido destacados, mencionados e identificados como de mayor prioridad por los integrantes de las mesas departamentales y las personas entrevistadas durante la fase de diagnóstico.

Objetivo No. 2 - Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

2.5. Pertinencia para el producto turístico del PCC: El criterio valora positivamente el grado de adecuación / interés que el recurso / atractivo supone para el diseño y desarrollo de producto turístico experiencial y diferencial del Paisaje Cultural Cafetero. El grado de pertinencia está íntimamente ligado a los atributos que forman parte de la declaratoria del PCC.

Cada uno de los 5 criterios ha sido valorado de 1 a 5, siendo siempre 5 la valoración más positiva y 1 la más negativa. Por otro lado, a cada criterio se le ha asignado una ponderación que se resume en el siguiente cuadro:

PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS		
CRITERIO	PESO PROMEDIO	CRITERIO
Pertinencia para el producto turístico del PCC	0,2832	1
Jerarquía (Local, Regional, Nacional, Internacional).	0,24	2
Priorización en Mesas departamentales	0,22	3
Referencia Internacional	0,2068	4
Disponibilidad anual vs temporada	0,05	5

3. Validación de la lista propuesta de recursos / atractivos turísticos a visitar por parte de los integrantes de la Mesa Técnica de Turismo del PCC: Finalmente, la lista preliminar, así como el método por el que se ha llegado a ella, se remitió a los integrantes de la Mesa Técnica de Turismo para su reconocimiento, aportes y validación final.

Objetivo No. 2 - Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

En el caso de los servicios turísticos, la lista a visitar y evaluar se construyó de otra forma. El consolidado de la información secundaria que se tenía por cada municipio fue un referente importante para listar servicios y aplicar los cuestionarios respectivos. Cada coordinador contó con un compendio completo del total de servicios identificados por fuentes secundarias (provenientes de: Mesa Técnica de Turismo, guías de información locales, regionales y nacionales; documentos de soporte del equipo consultor, datos de web, entre otros).

Se realizó una prueba piloto en el municipio de Marsella (diciembre 01 de 2013), previo al inicio de la fase de caracterización, lo que permitió ajustar y reorganizar acciones futuras.

Como ejemplo (del municipio de Marsella), se muestra la información base digital y en algunos casos documentos físicos que tuvieron los coordinadores de campo disponible antes del trabajo, así:

Inventario de información secundaria del municipio de Marsella, Risaralda
▪ Cámara de Comercio de Pereira. Caracterización y percepción del sector turístico del Departamento de Risaralda. Municipios de Santa Rosa de Cabal, Marsella y la Virginia. Octubre de 2011
▪ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Inventario Turístico: Patrimonio Cultural Material y Recursos Naturales Municipio de Marsella, Risaralda. Junio de 2009
▪ MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO. Citur-Situr. Municipio de Marsella. Disponible en: [http://www.citur.gov.co/Estad%C3%ADsticas.aspx]
▪ Información de web institucional: Disponible en: [http://marsella-risaralda.gov.co/index.shtml]

Objetivo No. 2 - Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

Adicional a la información secundaria previamente entregada al coordinador de campo, se realizó el acompañamiento de los actores sociales “contacto” en el área, permitiendo identificar atractivos y servicios que no estuvieran relacionados en la información secundaria. Fue fundamental el apoyo del contacto inicial de los miembros de la Mesa Técnica de Turismo y el posterior encuentro con los actores locales.

Fase II: Diseño de los instrumentos de diagnóstico y planificación de las rutas de campo

Los instrumentos de diagnóstico que se aplicaron durante el trabajo de campo tomaron la forma de cuestionarios. Estos cuestionarios se diseñaron para cubrir los objetivos de conocimiento que se citan en el apartado “Objeto y estructura del documento parcial”.

En total se diseñaron y aplicaron 11 cuestionarios en los 51 municipios del PCC, así:

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Código de cuestionario: Atractivos001 - Título: Caracterización y valoración de Recursos y atractivos turísticos (no asociados a pueblos / ciudades)

Evaluador		Ficha n°:	
Supervisor		Fecha:	

1. Identificación del recurso/ atractivo

Nombre:			
Categoría:	Tipo:	Subtipo:	
Ubicación geográfica	Rural <input type="checkbox"/>	Urbano <input type="checkbox"/>	
	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/ Dirección		
Distancia (km)	Cabecera municipal:		
	Centro urbano:		
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
Administrador o propietario			
Persona (s) de contacto	Nombre:	Cargo:	
	Dirección:		
	Email:	Fax:	Celular:

2. Características del recurso/ atractivo

2.1 Calidad. Valor intrínseco del recurso

Descripción. Datos sobresalientes que detallan las características del recurso	
Singularidad. Particularidades del recurso que lo diferencian de otros	
Origen. (a) Bienes culturales inmuebles y muebles	
(a.1) Siglo / Período	(a.2) Fecha
(a.3) Diseñador / constructor	(a.4) N° de pisos
(a.5) Estilo	(a.6) Área del predio
Valor arquitectónico	<input type="checkbox"/> Muy alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ninguno
Origen. (b) Patrimonio cultural-inmaterial / festividades y eventos	
(b.1) Fecha de realización	(b.2) Periodicidad
(b.3) N° de ediciones	(b.4) Ambito
(b.5) Objetivo	
Origen. (c) Sitios naturales	
(c.1) Clima	(c.2) Área del predio
Diversidad flora / fauna	<input type="checkbox"/> Muy alta <input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Media <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Baja

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

2.2 Calidad. Valor extrínseco del recurso

Usos. Describir el uso turístico y/o económico que se le está dando en la actualidad al recurso / atractivo o que se plante darle en un futuro						
Actividades. Enumerar las actividades que se pueden realizar en base al atractivo / recurso						
1.						
2.						
3.						
n.						
Carácter experiencial de las actividades. Valorar para las actividades principales						
Actividad 1:						
Descripción y precio						
<input type="checkbox"/> Operador <input type="checkbox"/> Guía	Nombre	Inglés		<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		
Carácter experiencial actual		Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Componente experiencial						
Entretenimiento		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Educativo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estética		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escapista		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fascinación / seducción		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impacto emocional		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Memorabilidad		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dificultad		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riesgo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carácter experiencial potencial		Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Enumerarlo que más contribuye al potencial experiencial		Enumerar lo que más frena el potencial experiencial			
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					
Nivel de utilización					
Tipo de ingreso		Nº visitantes / año (miles)		Precio	
Disponibilidad visita	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Temporalidad acceso	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	
Segmentos principales	<input type="checkbox"/> Jóvenes		<input type="checkbox"/> Familias		<input type="checkbox"/> Mayores
	<input type="checkbox"/> Escuelas / estudiantes		<input type="checkbox"/> Otros _____		
Origen principal	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nacional	<input type="checkbox"/> Internacional	
Horarios / meses apertura					

Estado de conservación / contaminación del recurso / atractivo				
<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> Muy malo
Estado de conservación / contaminación del entorno				
<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> Muy malo
Observaciones al estado de conservación / contaminación (si procede)				

Organización y cumplimiento. (en caso de acontecimientos programados)

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

2.3 Apoyo para el aprovechamiento turístico del recurso / atractivo

Tipo de acceso	<input type="checkbox"/> Terrestre	<input type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
Accesibilidad global	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
Accesibilidad. Vía 1	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción ruta de acceso y distancia (km)				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte y su frecuencia diaria				
Accesibilidad. Vía 2	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción ruta de acceso y distancia (km)				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte y su frecuencia diaria				

Infraestructura y servicios básicos para su aprovechamiento turístico					
Equipamientos y servicios	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> No existente
	<input type="checkbox"/> Energía eléctrica	<input type="checkbox"/> Agua potable	<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Alcantarillado	
	<input type="checkbox"/> Área de recepción	<input type="checkbox"/> Planificación visita	<input type="checkbox"/> Personal visita		
	<input type="checkbox"/> Material Interpretativo	<input type="checkbox"/> Idiomas del material Interpretativo			
Infraestructura general en los alrededores					
Alojamiento	Disponible y próximo	<input type="checkbox"/> En recinto recurso	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
	Variedad en el nivel de confort de la oferta	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Restauración	Disponibles y próximos	<input type="checkbox"/> En recinto recurso	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
	Variedad de la oferta	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Latinoamérica	<input type="checkbox"/> Otros Internacional	_____		

Complementariedad o relación con otros recursos cercanos
Conflictos de uso

Observaciones en relación al apoyo para el aprovechamiento turístico

3. Valor turístico actual y potencial del recurso / atractivo

Significado / Difusión	Actual	Potencial
1. Conocido a nivel local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Conocido a nivel regional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Conocido a nivel nacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Conocido a nivel Internacional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Recurso <input type="checkbox"/> Atractivo <input type="checkbox"/>	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Grado de aprovechamiento turístico actual	<input type="checkbox"/>				

Importancia turística	Actual	Potencial
1. Atractivo / recurso focal / básico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Atractivo / recurso complementario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Atractivo / recurso de apoyo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

4. Voluntad de mejora

Desearía mejorar el valor turístico del recurso / atractivo gestionado?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Le gustaría recibir formación / asistencia técnica?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Asistiría usted a talleres de trabajo con ese fin?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Qué tipo de formación / asistencia técnica desearía recibir?		
Observaciones con respecto al desarrollo de la entrevista / temas pendientes		
Imágenes		

Cuestionario: Pueblos y ciudades del Paisaje Cultural Cafetero
Código: PueblosCiudades002

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

1. Identificación del pueblo / ciudad

Nombre:			
Categoría:	Tipo:	Subtipo:	
Ubicación	Rural <input type="checkbox"/>	Urbano <input type="checkbox"/>	
	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/Dirección		
	Distancia (Kms) de la cabecera municipal:		
Coordenadas (plaza central)	Latitud:	Longitud:	Altitud:
Nombre del organismo responsable	Público:		
	Privado:		
	Mixto:		
Persona (s) de contacto	Nombre:	Cargo:	
	Dirección:		
	Email:	Fax:	Celular:
Temp. Promedio:			

2. Características del pueblo / ciudad

Descripción				
Singularidad / autenticidad				
Protegido / reconocido	<input type="checkbox"/> Sí	Organismo:	<input type="checkbox"/> Internacional	
	<input type="checkbox"/> No	Reconocimiento:	<input type="checkbox"/> Nacional <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Local	
Valor arquitectónico	<input type="checkbox"/> Muy alto	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Bajo
Estado de conservación	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Accesibilidad general	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala

Accesibilidad. Vía 1	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
Descripción Vía 1				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte				
Accesibilidad. Vía 2	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción Vía 1				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte				

(Especificar para las dos mejores vías de acceso)

Infraestructura y servicios para el aprovechamiento turístico del pueblo / ciudad					
Señalización turística	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> No existente
Oficina Turística o su equivalente	<input type="checkbox"/> Sí		<input type="checkbox"/> No		
Mat. divulgativo	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> No existente
Idiomas material	<input type="checkbox"/> Castellano	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	
Guías del municipio	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Nº guías		
Idiomas de los guías	<input type="checkbox"/> Castellano	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	
Observaciones con respecto a los guías					
Limpieza general / orden de las calles	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	
Alumbrado	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Servicio Internet	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Otros servicios	<input type="checkbox"/> Hospital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Bomberos	<input type="checkbox"/> Autoridad Militar	
Comentarios y observaciones					

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Restaurantes	Nº restaurantes urbanos		Nº restaurantes rurales	
Nombre de los establecimientos urbanos visitados (visitar los mejores)				
Valoración global muestra urbanos	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
Nombre de los establecimientos rurales visitados (visitar los mejores)				
Valoración global muestra urbanos	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
Comentarios y observaciones				
Artesanía y/o productos típicos regionales: Descripción de las muestras observadas				
Nombre de los establecimientos (tiendas)		Nombre de los establecimientos (talleres)		
	Visitado		Visitado	Visita
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valoración global	<input type="checkbox"/> Muy destacable	<input type="checkbox"/> Destacable	<input type="checkbox"/> Normal	<input type="checkbox"/> No destacable
Comentarios y observaciones				
Proyectos de mejora del pueblo / ciudad en formulación o en curso				

3. Valor turístico actual y potencial del pueblo / ciudad

3.1. Valor turístico de los recursos / atractivos que lo integran

A. Carácter experiencial					
¿Qué actividades/experiencias se pueden realizar en el pueblo / ciudad en base a recursos/atractivos presentes de su casco urbano o sus alrededores?					
Recurso / atractivo		Actividad / experiencia a la que da lugar			
1.					
2.					
3.					
4.					
Para las actividades / experiencias principales, realizar la siguiente valoración:					
R / A	Nombre	Actividad / experiencia :			
Descripción y precio					
Accesibilidad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	
Conservación	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Operador / guía	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Nombre		Idiomas	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Equipamientos y servicios del recurso/ atractivo	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> No existente
	<input type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Área de recepción	<input type="checkbox"/> Personal dedicado	
	<input type="checkbox"/> Material interpretativo		<input type="checkbox"/> Idiomas del material interpretativo		
Carácter experiencial actual	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Componente experiencial					
<i>Entretimiento</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Edutainment</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Estética</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Escapista</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fascinación / seducción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impacto emocional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Memorabilidad</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Carácter experiencial potencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial			Enumerar lo que más frena el potencial experiencial		
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					
Grado de aprovechamiento turístico actual del recurso / atractivo	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Importancia turística		Actual		Potencial	
1. Atractivo / recurso de apoyo		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
2. Atractivo / recurso complementario		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
3. Atractivo / recurso focal / básico		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
4. Motiva corrientes turísticas locales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
5. Motiva corrientes turísticas regionales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
6. Motiva corrientes turísticas nacionales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
7. Motiva corrientes turísticas internacionales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

Complementariedad o relación con otros recursos cercanos					
Conflictos de uso					
Observaciones con respecto al valor actual o potencial del recurso / atractivo					
3.2 Valor turístico actual y potencial global del pueblo / ciudad					
Grado de aprovechamiento turístico actual del pueblo / ciudad	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
	<input type="checkbox"/>				
Importancia turística del pueblo / ciudad		Actual		Potencial	
1. Atractivo / recurso de apoyo		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
2. Atractivo / recurso complementario		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
3. Atractivo / recurso focal / básico		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
4. Motiva corrientes turísticas locales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
5. Motiva corrientes turísticas regionales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
6. Motiva corrientes turísticas nacionales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
7. Motiva corrientes turísticas internacionales		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Complementariedad o relación con otros recursos / atractivos del PCC					

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Cuestionario 3: Título: Fincas productoras de café (FPC) con emprendimiento turístico - Código: FincasCaféEmprendTurístico003

1. Identificación de la finca

Nombre:			
Ubicación	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/Dirección		
	Distancia (Kms) de la cabecera municipal:		
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
RNT	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	N°:	
Asociado	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Asociación:	
Actividad turística	Año de inicio	N° empleados fijos:	Temporales.
Persona de contacto	Nombre:		Cargo:
	Dirección:		
	Email:	Fax:	Celular:

2. Características de la finca

Tipología de servicios turísticos que ofrece	Actualmente	Desearía a futuro
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Restauración (alimentación y bebidas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades / experiencias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros servicios turísticos (spa, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Familia reside en finca	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
Hectáreas y tamaño	N°	<input type="checkbox"/> Pequeño <input type="checkbox"/> Mediano <input type="checkbox"/> Grande
% cafés especiales	<input type="checkbox"/> 0-20% <input type="checkbox"/> 20-50% <input type="checkbox"/> 50-80% <input type="checkbox"/> +80%	

Accesibilidad. Vía 1	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción Vía 1				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte				
Accesibilidad. Vía 2	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción Vía 1				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte				

(Especificar para las dos mejores vías de acceso)

En ruta a atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	En ruta a complementarios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Valor artístico de la arquitectura	<input type="checkbox"/> Alto	Estado de conservación	<input type="checkbox"/> Excelente
	<input type="checkbox"/> Normal		<input type="checkbox"/> Bueno
	<input type="checkbox"/> No tiene		<input type="checkbox"/> Regular
			<input type="checkbox"/> Malo
			Limpieza / orden general
			<input type="checkbox"/> Excelente
			<input type="checkbox"/> Bueno
			<input type="checkbox"/> Regular
			<input type="checkbox"/> Malo
Buenas prácticas medioambientales	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Especificar _____	
Fácil de identificar	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Pag. Web disponible	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Información de los servicios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Facilidad de reserva	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

3. Servicio de alojamiento

3.1 Características del alojamiento

Capacidad	N° de habitaciones		N° de camas	
Precio medio	Individual	Doble	Triple	
Disponibilidad	<input type="checkbox"/> 3 meses	<input type="checkbox"/> 6 meses	<input type="checkbox"/> 9 meses	<input type="checkbox"/> Todo el año
Servicios básicos en habitación	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Baño	<input type="checkbox"/> Agua caliente	<input type="checkbox"/> Calefacción	<input type="checkbox"/> Aire acond.
	<input type="checkbox"/> Mobiliario	<input type="checkbox"/> Cortinas	<input type="checkbox"/> Ropa de cama	<input type="checkbox"/> Iluminación
	<input type="checkbox"/> Teléfono	<input type="checkbox"/> Instrucciones emergencia	<input type="checkbox"/> Limpieza	
Equipamiento y servicios generales	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Recepción	<input type="checkbox"/> At. Cliente 24	<input type="checkbox"/> Restaurante	<input type="checkbox"/> Bar
	<input type="checkbox"/> Zonas verdes	<input type="checkbox"/> Piscina	<input type="checkbox"/> Espacio deportivo	<input type="checkbox"/> Salones
	<input type="checkbox"/> P. uniformado	<input type="checkbox"/> Póliza de responsabilidad civil	<input type="checkbox"/> Almacén	<input type="checkbox"/> Convertidor
Tematización del espacio	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Limpieza / orden	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Nivel de confort	<input type="checkbox"/> Muy alto	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
Idiomas	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	<input type="checkbox"/> Otros
Proyectos de mejora				
N° de clientes / año				
Principales segmentos de demanda	<input type="checkbox"/> Jóvenes	<input type="checkbox"/> Adultos	<input type="checkbox"/> Familias	
	<input type="checkbox"/> Mayores	<input type="checkbox"/> Otros _____		
Principales mercados de origen de la demanda	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nacional	
	<input type="checkbox"/> Latinoamérica	<input type="checkbox"/> Otros internacional _____		

3.2 Carácter experiencial del alojamiento

Carácter experiencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Actual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potencial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial			Enumerar lo que más frena el potencial experiencial		
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					

4. Servicio de restauración

4.1 Características de la restauración

Servicios	<input type="checkbox"/> Desayuno	<input type="checkbox"/> Almuerzo	<input type="checkbox"/> Cena	<input type="checkbox"/> Snaks	<input type="checkbox"/> Room service
Carta	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Colombiana	<input type="checkbox"/> Internacional
Adaptación internacional	<input type="checkbox"/> Muy alta	<input type="checkbox"/> Alta	<input type="checkbox"/> Normal	<input type="checkbox"/> Baja	<input type="checkbox"/> No existe
Idiomas carta	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	<input type="checkbox"/> Otros	
Idiomas pers.	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	<input type="checkbox"/> Otros	
Equipamiento y servicios generales	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
	<input type="checkbox"/> Mobiliario	<input type="checkbox"/> Menaje	<input type="checkbox"/> Baños clientes	<input type="checkbox"/> Mobiliario	
	<input type="checkbox"/> Almacén	<input type="checkbox"/> Basuras	<input type="checkbox"/> P. uniformado	<input type="checkbox"/> Almacén	
Tematización del espacio	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Limpieza y orden cocina	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

4.2 Carácter experiencial de la restauración

Carácter experiencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Actual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potencial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial			Enumerar lo que más frena el potencial experiencial		
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					

Cuestionario 4: Fincas productoras de café (FPC) sin emprendimiento turístico en la actualidad

Código: FincasCaféSinEmprendturístico004

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

(Especificar para las dos mejores vías de acceso)

1. Identificación de la finca

Nombre:			
Ubicación	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/Dirección		
	Distancia (Kms) de la cabecera municipal:		
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
Asociado	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Asociación:	
Persona de contacto	Nombre:	Cargo:	
	Dirección:		
	Email:	Fax:	Celular:

2. Características de la finca

Familia reside en finca	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Hectáreas y tamaño	N°	<input type="checkbox"/> Pequeño	<input type="checkbox"/> Mediano	<input type="checkbox"/> Grande
% cafés especiales	<input type="checkbox"/> 0-20%	<input type="checkbox"/> 20-50%	<input type="checkbox"/> 50-80%	<input type="checkbox"/> +80%
Accesibilidad global	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Accesibilidad. Vía 1	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción Vía 1				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte				
Accesibilidad. Vía 2	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción Vía 1				
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte				

En ruta a atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta a complementarios	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Valor artístico de la arquitectura	<input type="checkbox"/> Alto	Estado de conservación	<input type="checkbox"/> Excelente	Limpieza / orden general	<input type="checkbox"/> Excelente
	<input type="checkbox"/> Normal		<input type="checkbox"/> Bueno		<input type="checkbox"/> Bueno
	<input type="checkbox"/> No tiene		<input type="checkbox"/> Regular		<input type="checkbox"/> Regular
			<input type="checkbox"/> Malo		<input type="checkbox"/> Malo
Buenas prácticas medioambientales	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Especificar _____		
En ruta hacia atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta hacia atractivos complementarios	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

3. Servicios turísticos que desearía desarrollar

Tipología de servicios turísticos	Desearía a futuro
Alojamiento	<input type="checkbox"/>
Restauración (alimentación y bebidas)	<input type="checkbox"/>
Actividades / experiencias	<input type="checkbox"/>
Otros servicios turísticos (spa, etc.). Describir	<input type="checkbox"/>

4. Potencial de desarrollo del servicio de alojamiento

Dispone de un proyecto / plan / idea	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No		
Describir				
Capacidad potencial	N° de habitaciones	N° de camas		
Nivel de inversión requerido	<input type="checkbox"/> Muy alto	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Valor estimado (\$)	
5. Potencial de desarrollo del servicio de restauración	
Dispone de un proyecto / plan / idea	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Describir	
Nivel de inversión requerido	<input type="checkbox"/> Muy alto <input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo
Valor estimado (\$)	

Cuestionario 5: Fábricas de café / productos derivados con emprendimiento turístico

Código: FabricaCaféEmprendturístico005

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

1. Identificación de la fábrica

Nombre:			NIT		
Ubicación	Departamento:		Municipio:		
	Corregimiento o Vereda/ Dirección				
	Distancia (Kms) de la cabecera municipal:				
Coordenadas	Latitud:		Longitud:	Altitud:	
Actividad turística	Año de inicio		Nº empleados fijos:	Temporales.	
Persona de contacto	Nombre:		Cargo:		
	Email:		Fax:	Celular:	

2. Características de la fábrica

Tipo de fábrica	<input type="checkbox"/> Trilladora	<input type="checkbox"/> Torrefactora	<input type="checkbox"/> Productos derivados		
Tamaño	<input type="checkbox"/> Grande	<input type="checkbox"/> Mediano	<input type="checkbox"/> Pequeño	M ²	
% Proceso cafés especiales	<input type="checkbox"/> 0-20%	<input type="checkbox"/> 20-50%	<input type="checkbox"/> 50-80%	<input type="checkbox"/> +80%	

Accesibilidad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
En ruta a atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta a complementarios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Valor artístico de la arquitectura	<input type="checkbox"/> Alto	Estado de conservación	<input type="checkbox"/> Excelente	Limpieza / orden general	<input type="checkbox"/> Excelente
	<input type="checkbox"/> Normal		<input type="checkbox"/> Bueno		<input type="checkbox"/> Bueno
	<input type="checkbox"/> No existente		<input type="checkbox"/> Regular		<input type="checkbox"/> Regular
			<input type="checkbox"/> Malo		<input type="checkbox"/> Malo

Buenas prácticas medioambientales	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Especificar _____
-----------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-------------------

Fácil de identificar	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Pág. Web disponible	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Información de los servicios	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Facilidad de reserva	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

3. Prestación de actividades y experiencias en la fábrica

3.1 Características de la actividad / experiencia

Tipología de servicios turísticos que ofrece	Actualmente	Desearía
Recorridos por fabrica para mostrar el proceso productivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades / experiencias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indicar cuáles:

Infraestructura y servicios para su aprovechamiento turístico					
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> No existente
Equipamientos y servicios	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> No existente
	<input type="checkbox"/> Baños		<input type="checkbox"/> Área de recepción	<input type="checkbox"/> Personal dedicado visita	
	<input type="checkbox"/> Material interpretativo		<input type="checkbox"/> Idiomas del material interpretativo		
Seguridad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> No existente
Orden y limpieza	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala	<input type="checkbox"/> No existente

Nivel y grado de utilización

Nº visitantes / año (miles)	Disponibles visita	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Principales segmentos de demanda	<input type="checkbox"/> Jóvenes		<input type="checkbox"/> Adultos	<input type="checkbox"/> Familias	
	<input type="checkbox"/> Mayores		<input type="checkbox"/> Otros _____		
Principales mercados de origen de la demanda	<input type="checkbox"/> Local		<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nacional	
	<input type="checkbox"/> Latinoamérica		<input type="checkbox"/> Otros internacional _____		

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

3.2 Carácter experiencial de la actividad / experiencia

Para las principales actividades / experiencias principales, realizar la siguiente valoración:

Actividad / experiencia 1:

Descripción y precio					
<u>Carácter experiencial actual</u>	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Componente experiencial					
<i>Entretenimiento</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Educativo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Estética</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Escapista</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fascinación / seducción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impacto emocional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Memorabilidad</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Carácter experiencial potencial</u>	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial		Enumerar lo que más frena el potencial experiencial			
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					

4. Valor turístico actual y potencial de la fábrica

Recurso <input type="checkbox"/> Atractivo <input type="checkbox"/> Grado de aprovechamiento turístico actual	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
	<input type="checkbox"/>				
B. Importancia turística		Actual		Potencial	
1. Atractivo / recurso de apoyo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2. Atractivo / recurso complementario		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3. Atractivo / recurso focal / básico		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4. Motiva corrientes turísticas locales		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
5. Motiva corrientes turísticas regionales		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
6. Motiva corrientes turísticas nacionales		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
7. Motiva corrientes turísticas internacionales		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Complementariedad o relación con otros recursos cercanos					
Conflictos de uso					
Observaciones con respecto al valor actual o potencial del recurso / atractivo					

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

5. Voluntad de mejora

Desearía mejorar la explotación turística de la fábrica?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Le gustaría recibir formación / asistencia técnica para mejorar su explotación y recibir más turistas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Asistiría usted a talleres de trabajo con ese fin?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Qué tipo de formación / asistencia técnica desearía recibir		

Observaciones con respecto al desarrollo de la entrevista / temas pendientes

Cuestionario 6: Fábricas de café / productos derivados sin emprendimiento turístico en la actualidad

1. Identificación de la fábrica

Código: FabricaCaféSinEmprendturístico006

Nombre:		NIT	
Ubicación	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/Dirección		
	Distancia (Kms) de la cabecera municipal:		
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
Persona de contacto	Nombre:	Cargo:	
	Email:	Fax:	Celular:

2. Características de la fábrica

Tipo de fábrica	<input type="checkbox"/> Trilladora <input type="checkbox"/> Torrefactora <input type="checkbox"/> Productos derivados			
Tamaño	<input type="checkbox"/> Grande	<input type="checkbox"/> Mediano	<input type="checkbox"/> Pequeño	M ²
% Proceso cafés especiales	<input type="checkbox"/> 0-20%	<input type="checkbox"/> 20-50%	<input type="checkbox"/> 50-80%	<input type="checkbox"/> +80%

Accesibilidad	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo			
En ruta a atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta a complementarios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Valor artístico de la arquitectura	<input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> No existente	Estado de conservación	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Limpieza / orden general	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo
------------------------------------	---	------------------------	---	--------------------------	---

Buenas prácticas medioambientales	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Especificar _____
-----------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-------------------

3. Potencial de desarrollo de actividades / experiencias en la fábrica

Tipología de servicios turísticos que ofrece	Desearía a futuro
Recorridos por fabrica para mostrar el proceso productivo	<input type="checkbox"/>
Otras actividades / experiencias	<input type="checkbox"/>
Indicar cuáles:	

Dispone de un proyecto / plan / idea	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	
Describir			

Nivel de inversión requerido	<input type="checkbox"/> Muy alto	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
Valor estimado (\$)				

Observaciones con respecto al desarrollo de la entrevista / temas pendientes

Cuestionario 7: Cafeterías de cafés especiales

Código: CafeteríaCaféEspecial007

1. Identificación de la cafetería

Nombre:		N° NIT		
Ubicación	Departamento:	Municipio:		
	Corregimiento o Vereda/Dirección			
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:	
Año inicio		N° empleados fijos:	Temporales.	
Persona de contacto	Nombre:	Cargo:		
	Dirección:			
	Email:	Fax:	Celular:	

2. Características de la cafetería

Productos ofrecidos	Actualmente	Desearía a futuro
Oferta de cafés especiales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oferta de otros cafés de Colombia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Snacks</u> derivados del café	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Snacks</u> relacionados con el café	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <u>snacks</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obsequios relacionados con el café	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Accesibilidad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
En ruta a atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta a complementarios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

Capacidad	M ²	N° Mesas
Auto-servicio	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Carta / idiomas	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Inglés <input type="checkbox"/> Francés <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Otros
Adaptación internacional	<input type="checkbox"/> Muy alta <input type="checkbox"/> Alta	<input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> No existe
Idiomas personal	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Otros
Equipamiento y servicios generales	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Mobiliario	<input type="checkbox"/> Menaje <input type="checkbox"/> Baños clientes
	<input type="checkbox"/> Almacén	<input type="checkbox"/> Basuras <input type="checkbox"/> P. uniformado
Tematización de la sala	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo
Información interpretativa	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Idiomas información	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés <input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Otros
Limpieza y orden sala	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala
Limpieza y orden cocina	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala
Proyectos de mejora / observaciones		
N° de clientes / año		
Principales segmentos de demanda	<input type="checkbox"/> Jóvenes	<input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Familias
	<input type="checkbox"/> Mayores	<input type="checkbox"/> Otros _____
Principales mercados de origen de la demanda	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional
	<input type="checkbox"/> Latinoamérica	<input type="checkbox"/> Otros internacional _____

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

3. Carácter experiencial de la cafetería

Carácter experiencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Actual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potencial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial		Enumerar lo que más frena el potencial experiencial			
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					

4. Voluntad de mejora

Desearía mejorar el servicio que ofrece?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Le gustaría recibir formación en este sentido?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Asistiría usted a talleres de trabajo con ese fin?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Qué tipo de formación / asistencia técnica desearía recibir		
Observaciones con respecto al desarrollo de la entrevista / temas pendientes		

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Cuestionario 8: Talleres / tiendas o exposiciones de productos artesanales / típicos - Código: TiendaArtesanías008

1. Identificación del taller / tienda

Nombre:			NIT		
Ubicación	Departamento:		Municipio:		
	Corregimiento o Vereda/Dirección				
	Distancia (Kms) de la cabecera municipal:				
Coordenadas	Latitud:		Longitud:	Altitud:	
RNT	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	N°:		
Asociado	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Asociación:		
Actividad turística	Año de inicio		N° empleados fijos:	Temporales.	
Persona de contacto	Nombre:		Cargo:		
	Dirección:				
	Email:		Fax:	Celular:	

2. Características del taller / tienda

Establecimiento	<input type="checkbox"/> Taller de producción artesanía	<input type="checkbox"/> Tienda / exposición	<input type="checkbox"/> Ambos		
Tamaño	<input type="checkbox"/> Grande	<input type="checkbox"/> Mediano	<input type="checkbox"/> Pequeño	M ²	
Accesibilidad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
En ruta a atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta a complementarios	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Valor artístico de la arquitectura del edificio	<input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> No existente	Estado de conservación observado	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo	Limpieza / orden general observado	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo

Oficio	Sí	Especializado	Desearía
Tipología de productos ofrecidos / producidos			
Alfarería	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mimbre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tejidos e indumentaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Metales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Piedras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instrumentos musicales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Objetos rituales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pinturas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tipología de productos ofrecidos / producidos	Sí	Especializado	Desearía
Comidas típicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bebidas típicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Especificar:			

% Producto regional / total oferta	<input type="checkbox"/> 0-30%	<input type="checkbox"/> 30-60%	<input type="checkbox"/> 60-80%	<input type="checkbox"/> +80%
Destacado entre el surtido	<input type="checkbox"/> Muy bien	<input type="checkbox"/> Bien	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Nada
Producto (s) más vendidos				
Especificar				

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Tipología de servicios turísticos que ofrece	Actualmente	Desearía
Visita al taller para mostrar el proceso de producción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras actividades / experiencias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Indicar cuáles:		

Cuestionario 9: Servicios de alojamiento - Código: ServicioAlojamiento009

1. Identificación del establecimiento

Nombre:			Nº NIT
Ubicación	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/ Dirección		
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
RNT	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Nº:	
Asociado	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Asociación:	
Año inicio	Nº empleados fijos:		Temporales.
Persona de contacto	Nombre:		Cargo:
	Dirección:		
	Email:	Fax:	Celular:

2. Alojamiento

2.1 Características del alojamiento

Tipología de establecimiento				
<input type="checkbox"/> Hotel Rural	<input type="checkbox"/> Hotel Urbano	<input type="checkbox"/> Casa de campo	<input type="checkbox"/> Otro alojamiento.	
Especificar:				
Accesibilidad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
En ruta hacia atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta hacia atractivos complementarios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Pág. Web disponible	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Facilidad de reserva	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Valor artístico de la arquitectura	<input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> No tiene				
Estado de conservación	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo				
Capacidad	Nº habitaciones		Nº camas		Nº baños
Precio medio	Individual		Doble		Triple
Disponibilidad	<input type="checkbox"/> 3 meses		<input type="checkbox"/> 6 meses	<input type="checkbox"/> 9 meses	<input type="checkbox"/> Todo el año

Nº de clientes / año			
Principales segmentos de demanda	<input type="checkbox"/> Jóvenes	<input type="checkbox"/> Adultos	<input type="checkbox"/> Familias
	<input type="checkbox"/> Mayores	<input type="checkbox"/> Otros _____	
Principales mercados de origen de la demanda	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nacional
	<input type="checkbox"/> Latinoamérica	<input type="checkbox"/> Otros internacional _____	

2.2 Carácter experiencial del alojamiento

Carácter experiencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Actual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potencial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial			Enumerar lo que más frena el potencial experiencial		
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					

3. Restauración

3.1 Características del servicio de restauración

Servicios	<input type="checkbox"/> Desayuno	<input type="checkbox"/> Almuerzo	<input type="checkbox"/> Cena	<input type="checkbox"/> Snaks	<input type="checkbox"/> Room service
Carta	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Colombiana	<input type="checkbox"/> Internacional
Adaptación internacional	<input type="checkbox"/> Muy alta	<input type="checkbox"/> Alta	<input type="checkbox"/> Normal	<input type="checkbox"/> Baja	<input type="checkbox"/> No existe
Idiomas carta	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	<input type="checkbox"/> Otros	
Idiomas pers.	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	<input type="checkbox"/> Otros	

Servicios básicos en habitación	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Baño	<input type="checkbox"/> Agua caliente	<input type="checkbox"/> Calefacción	<input type="checkbox"/> Aire acond.
	<input type="checkbox"/> Mobiliario	<input type="checkbox"/> Cortinas	<input type="checkbox"/> Ropa de cama	<input type="checkbox"/> Iluminación
	<input type="checkbox"/> Teléfono	<input type="checkbox"/> Instrucciones emergencia	<input type="checkbox"/> Limpieza	
Equipamiento y servicios generales	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Recepción	<input type="checkbox"/> At. Cliente 24	<input type="checkbox"/> Restaurante	<input type="checkbox"/> Bar
	<input type="checkbox"/> Zonas verdes	<input type="checkbox"/> Piscina	<input type="checkbox"/> Espacio deportivo	<input type="checkbox"/> Salones
	<input type="checkbox"/> P. uniformado	<input type="checkbox"/> Póliza de responsabilidad civil	<input type="checkbox"/> Almacén	<input type="checkbox"/> Convertidor
Otros servicios	<input type="checkbox"/> Zona spa	<input type="checkbox"/> Otros	Indicar:	
Tematización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> No existe
Limpieza / orden	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
Nivel de confort	<input type="checkbox"/> Muy alto	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio	<input type="checkbox"/> Bajo
Idiomas personal	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán	<input type="checkbox"/> Otros
Proyectos de mejora / observaciones				

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Equipamiento y servicios generales	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Mobiliario	<input type="checkbox"/> Menaje	<input type="checkbox"/> Baños clientes	<input type="checkbox"/> Mobiliario
	<input type="checkbox"/> Almacén	<input type="checkbox"/> Basuras	<input type="checkbox"/> P. uniformado	<input type="checkbox"/> Almacén
Tematización del espacio	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Limpieza y orden cocina	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
Proyectos de mejora / observaciones				

3.2 Carácter experiencial de la restauración

Carácter experiencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Actual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potencial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial			Enumerar lo que más frena el potencial experiencial		
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					

4. Voluntad de mejora

Desearía mejorar su servicio de alojamiento?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Desearía mejorar su servicio de restauración?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Le gustaría recibir formación / asistencia técnica para mejorar la explotación de su negocio y recibir más turistas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Asistiría usted a talleres de trabajo con ese fin?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Qué tipo de formación / asistencia técnica desearía recibir		
Observaciones con respecto al desarrollo de la entrevista / temas pendientes		

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Cuestionario 10: Servicios de restauración - Código: ServicioRestauración010

1. Identificación del establecimiento

Nombre:			Nº NIT
Ubicación	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/Dirección		
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
Año inicio			Nº empleados fijos: Temporales.
Persona de contacto	Nombre:	Cargo:	
	Dirección:		
	Email:	Fax:	Celular:

2. Características del restaurante

Accesibilidad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala
En ruta a atractivos básicos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	En ruta a complementarios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
Valor artístico arquitectura	<input type="checkbox"/> Alto <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> No tiene			
Estado de conservación	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo			
Tipo de cocina			Auto-servicio	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Capacidad
Carta	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Colombiana	<input type="checkbox"/> Internacional
Adaptación internacional	<input type="checkbox"/> Muy alta <input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Baja <input type="checkbox"/> No existe			
Idiomas carta	<input type="checkbox"/> Inglés		<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Otros
Idiomas pers.	<input type="checkbox"/> Inglés		<input type="checkbox"/> Francés	<input type="checkbox"/> Alemán <input type="checkbox"/> Otros
Limpieza y orden sala	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala			
Limpieza y orden cocina	<input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala			

Equipamiento y servicios generales	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
	<input type="checkbox"/> Mobiliario	<input type="checkbox"/> Menaje	<input type="checkbox"/> Baños clientes	<input type="checkbox"/> Mobiliario
	<input type="checkbox"/> Almacén	<input type="checkbox"/> Basuras	<input type="checkbox"/> P. uniformado	<input type="checkbox"/> Almacén
Tematización del espacio	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Proyectos de mejora / observaciones				
Nº de clientes / año				
Principales segmentos de demanda	<input type="checkbox"/> Jóvenes	<input type="checkbox"/> Adultos	<input type="checkbox"/> Familias	
	<input type="checkbox"/> Mayores	<input type="checkbox"/> Otros _____		
Principales mercados de origen de la demanda	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nacional	
	<input type="checkbox"/> Latinoamérica	<input type="checkbox"/> Otros internacional _____		

3. Carácter experiencial del restaurante

Carácter experiencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Actual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Potencial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial			Enumerar lo que más frena el potencial experiencial		
Prioridades para aumentar el carácter experiencial					

4. Voluntad de mejora

Desearía mejorar su servicio de restauración?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Le gustaría recibir formación / asistencia técnica para mejorar la explotación de su negocio y recibir más turistas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Asistiría usted a talleres de trabajo con ese fin?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Qué tipo de formación / asistencia técnica desearía recibir		
Observaciones con respecto al desarrollo de la entrevista / temas pendientes		

Cuestionario 11: Operadores locales en destino - Código: OperadorLocal011

1. Identificación del operador

Nombre:			
Tipo operador	<input type="checkbox"/> Destination Management Company (DMC)	<input type="checkbox"/> Comisionista	
Ubicación	Departamento:	Municipio:	
	Corregimiento o Vereda/Dirección		
Coordenadas	Latitud:	Longitud:	Altitud:
RNT	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	N°:	
Actividad turística	Año de inicio	N° empleados fijos:	Temporales.
Persona de contacto	Nombre:		Cargo:
	Email:		Fax: Celular:
Asociaciones	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Asociación:	
Premios	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Premio:	
Certificaciones	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	Certificación:	

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

a. Infraestructura y servicios para el desarrollo de la actividad

2. Características del operador

Ofrece	<input type="checkbox"/> Paquete / Experiencia completa	<input type="checkbox"/> Servicio individual
Personalización	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

Especialización	Actualmente	Desearía a futuro
Cultura-historia-arte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Temática cafetera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturaleza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Observación de flora y fauna		
Aventura		
Parapente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cabalgatas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kayaking, rafting, balsaje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Caminatas (trekking)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Canopy, tirolesa, arborismo</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Indicar: _____

Actividades / experiencias ofrecidas	Más vendidas
1.	<input type="checkbox"/>
2.	<input type="checkbox"/>
3.	<input type="checkbox"/>
.....	

Equipamiento fijo	<input type="checkbox"/> Sí cumple	<input type="checkbox"/> No cumple	
Manual de seguridad	<input type="checkbox"/> Sí cumple	<input type="checkbox"/> No cumple	
Seguros de accidentes personales	<input type="checkbox"/> Sí cumple	<input type="checkbox"/> No cumple	
Información al cliente	<input type="checkbox"/> Castellano	<input type="checkbox"/> Inglés	<input type="checkbox"/> Otros idiomas
Personal capacitado	<input type="checkbox"/> Sí cumple	<input type="checkbox"/> No cumple	

Proyectos / iniciativas de mejora

Observaciones con respecto a la infraestructura y servicios

3. Carácter experiencial de los productos

Para las principales actividades / experiencias principales, realizar la siguiente valoración:

Actividad / experiencia 1:

Descripción y precio					
Carácter experiencial actual	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total	<input type="checkbox"/>				
Componente experiencial					
<u>Entretenimiento</u>	<input type="checkbox"/>				
<u>Edutainment</u>	<input type="checkbox"/>				
<u>Estética</u>	<input type="checkbox"/>				
<u>Escapista</u>	<input type="checkbox"/>				
Fascinación / seducción	<input type="checkbox"/>				
Impacto emocional	<input type="checkbox"/>				
<u>Memorabilidad</u>	<input type="checkbox"/>				
Carácter experiencial potencial	Muy alto	Alto	Medio	Bajo	No existe
Total	<input type="checkbox"/>				

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Enumerar lo que más contribuye al potencial experiencial	Enumerar lo que más frena el potencial experiencial
Prioridades para aumentar el carácter experiencial	

4. Gestión comercial

Nº de clientes / año	
Principales segmentos de demanda	<input type="checkbox"/> Jóvenes <input type="checkbox"/> Adultos <input type="checkbox"/> Familias
	<input type="checkbox"/> Mayores <input type="checkbox"/> Otros _____
Principales mercados de origen de la demanda	<input type="checkbox"/> Local <input type="checkbox"/> Regional <input type="checkbox"/> Nacional
	<input type="checkbox"/> Latinoamérica <input type="checkbox"/> Otros internacional _____

% venta directa	<input type="checkbox"/> Sí	% venta indirecta	<input type="checkbox"/> Sí
Ordenar de mayor a menor importancia en las ventas			
Reserva en página web		TO interés especial	
Reserva por teléfono		TO interés general	
Reserva por e-mail		Agencia de viaje	
Otros		Otros	
Indicar: _____			

Acciones que lleva a cabo para darse a conocer y captar clientes
1.
2.
3.
.....

Dispone de página web	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	Fácil de encontrar	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Estética	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Navegabilidad	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Idiomas	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Información	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Multimedia	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Testimonios	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Contacto	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Proceso de reserva	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	
Proceso de compra	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	

5. Voluntad de mejora

Desearía mejorar su actividad?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Le gustaría recibir formación / asistencia técnica para mejorar su actividad y recibir más turistas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Asistiría usted a talleres de trabajo con ese fin?	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
Qué tipo de formación / asistencia técnica desearía recibir		

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Fase III: Realización del trabajo de campo para la caracterización y evaluación de la oferta turística del PCC

El trabajo de campo consistió en la aplicación in situ de los instrumentos de diagnóstico (cuestionarios). Para ello, se conformó un equipo interdisciplinario para las fases de campo identificadas como: fase 1: mes de diciembre de 2013 y, fase 2: mes de enero de 2014

En total 6 coordinadores apoyaron el trabajo de campo:

Martha Liliana Martínez
Lina Eugenia Arango
Liliana Quiroga
Christian González
Rosa María Castellanos
Adalberto Quiroga



Cada coordinador tuvo a su disposición herramientas y equipos así: Cámara fotográfica; tablet; uniforme (chaleco, gorra y camisetas); papelería; tablas de apoyo; GPS; conectividad de internet y comunicación móvil.

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Los recorridos designados para cada coordinador se conformaron de acuerdo con criterios de facilidad en desplazamiento. Es importante anotar que desarrollar el trabajo de campo durante los meses de temporada alta para la industria del turismo (meses de diciembre y enero), presentaron inconvenientes en muchos casos, en especial, la disponibilidad de tiempo de los prestadores o servidores públicos y privados para atender a los coordinadores.

Los recorridos se desarrollaron así:



Departamento del Quindío

Fase 1 – total 0 municipios

Fase 2 – total 6 municipios



Departamento del Valle del Cauca

Fase 1 – total 0 municipios

Fase 2 – total 10 municipios



Departamento de Risaralda

Fase 1 – total 5 municipios

Fase 2 – total 2 municipios



Departamento de Caldas

Fase 1 – total 4 municipios

Fase 2 – total 9 municipios

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Los recorridos por los 51 municipios, se distribuyeron así a cada coordinador:

Recorrido 1	Recorrido 2	Recorrido 3	Recorrido 4	Recorrido 5	Recorrido 6
Coordinador: Lina Arango	Coordinador: Adalberto Quiroga	Coordinador: Martha Martínez	Coordinador: Rosa Castellanos	Coordinador: Christian González	Coordinador: Liliana Quiroga
Fase 1: Marsella Manizales	Fase 1: Pereira	Fase 1: Santa Rosa de Cabal Dosquebradas <u>Apía</u>	Fase 1: <u>Villamaría</u> <u>Chinchiná</u> Palestina	Fase 2: Armenia <u>Salento</u> Santuario	Fase 2: <u>Filandia</u> Ulloa Alcalá <u>Quimbaya</u> Montenegro
Fase 2: <u>Supía</u> <u>Riosucio</u> <u>Quinchía</u> <u>Guática</u> <u>Anserma</u> Viterbo Risarcaldá San José <u>Belalcazar</u>	Fase 2: <u>Riofrio</u> Trujillo El Cairo Argelia <u>Ansermanuevo</u> El Águila <u>Mistrató</u> Belén de Umbria La Celia Balboa	Fase 2: <u>Pácora</u> Aguadas <u>Salamina</u> La Merced Filadelfia <u>Aranzazu</u> Neira	Fase 2: Sevilla Caicedonia Génova Buenavista Pijao Córdoba Calarcá Circasia		

Las fases de los instrumentos de diagnóstico IV (sistematización de los resultados del trabajo de campo) y V (elaboración del informe final), se detallan en este documento a partir del punto dos, de resultados, que se relaciona a continuación.

1. Instrumentos de diagnóstico: metodología: cuestionarios y rutas de campo

Igualmente y para el trabajo de campo efectivo que realizó cada coordinador se tuvieron en cuenta criterios adicionales para aplicar en la caracterización de atractivos, buscando diferenciar claramente entre atractivos listos para inserción en rutas de diseño para mercado internacional y atractivos potenciales, así:

1. El atractivo es aprovechado en la actualidad?
2. El atractivo cuenta con facilidades y servicios que permitan su comercialización?
3. El atractivo cuenta con recursos humanos que atiendan la demanda turística asociada?
4. El atractivo está articulado a una ruta turística?
5. El atractivo hace parte de un proyecto regional?
6. El atractivo cuenta con una oferta experiencial operativa alrededor del patrimonio cultural cafetero?

Finalmente, las fases de los instrumentos de diagnóstico IV (sistematización de los resultados del trabajo de campo) y V (elaboración del informe final), se detallan en este documento a partir del punto dos, de resultados, que se relaciona a continuación.

Objetivo No. 2

Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

2. Los resultados: ficheros de inventarios y sistematización y el informe de conceptualización

El inventario de Atractivos Turísticos del Paisaje Cultural Cafetero

Dentro del objetivo de caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero, se presentó la descripción de los diferentes atractivos tanto naturales como culturales (como categoría) y que corresponden a los diferentes tipos y subtipos definidos por el Viceministerio de Turismo (documento guía de caracterización de atractivos turísticos en Colombia), producto del trabajo de campo y la información secundaria recolectada por diferentes fuentes.

Se presentó la caracterización identificada por municipios en orden alfabético, exceptuando los municipios de San José en el departamento de Caldas, el Águila y Alcalá en el Valle del Cauca, áreas en las cuales no se identificaron atractivos turísticos.

Detalle del inventario completo, descrito en documento tipo word (parte 1, 2 y 3) denominado: 1401317_1081_Parte1-FichasCaracterizaciónAtractivosTurísticosPCC y así mismo para Parte 2 y Parte 3.

Caso ejemplo de ficha de caracterización: Municipio de Aguadas: Atractivo: Casa de la Cultura «Francisco Girado»

2. Resultados del Objetivo de Caracterización de la Oferta Turística del PCC

1. Identificación del atractivo

Nombre:	Casa de la cultura "Francisco Giraldo"		
Categoría: Patrimonio Cultural	Tipo: Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	Subtipo: Sector Urbano o rural de interés	
Ubicación geográfica	Rural <input type="checkbox"/>	Urbano <input checked="" type="checkbox"/>	
	Departamento: Caldas	Municipio: Aguadas	
	Corregimiento o Vereda/Dirección: Área Urbana		
Distancia (km)	Cabecera municipal: 0		
	Centro urbano: 0		
Coordenadas	Latitud: 536442	Longitud: 7527328	Altitud: 2229
Administrador propietario	Alcaldía		
Persona (s) de contacto	Nombre: Luis Fernando Arias	Cargo: Oficina de Turismo	
	Dirección: Esquina de la calle 6ª - Carretera 3ª		
	Email: turismo@aguadas-caldas.gov.co	Fax: 8514480	Celular: 311 7841833

2. Características del atractivo

2.1 Calidad. Valor intrínseco del atractivo

Descripción. Datos sobresalientes que detallan las características del atractivo			
La casa funciona en el edificio llamado popularmente "la licorera" a razón de que fue construido por la industria licorera de Caldas con destino a Hotel Departamental de turismo. Una de las primeras construcciones modernas de la localidad, pero que conserva la esencia de la arquitectura típica antioqueña".			
Singularidad. Particularidades del recurso que lo diferencian de otros			
Este Centro Cultural es sede de El Museo Nacional del Sombrero, único en el país, donde se pueden apreciar más de 300 sombreros artesanales de las diferentes regiones del país y el mundo. Además, el Museo de tradiciones <u>Aguedas</u> compuesto por cinco salas; entre las más importantes están: La Fonda de Manuela, réplica de la fonda que dio origen al poblado; La Sala Indígena, con objetos que invitan a reconocer la historia y leyendas de las tribus más destacadas de la región, como los Armas y su Cacique <u>Pipitá</u> ; Sala de Documentos Antiguos; contiene documentos de gran valor histórico para la localidad, además una colección de fotografías del ayer. En la Casa de la Cultura, se encuentran también la Biblioteca Municipal y la Sala de Exposiciones, espacios donde los artistas constantemente muestran a propios y extraños, sus diferentes obras.			
Origen. (a) Bienes culturales inmuebles y muebles			
(a.1) Siglo / Período	XX	(a.2) Fecha	22 de julio de 1969
(a.3) Diseñador / constructor	Construida por la Industria Licorera de Caldas	(a.4) Nº de pisos	3
(a.5) Estilo	Arquitectura moderna, con rasgos de la cultura antioqueña	(a.6) Área del predio	Sin hallazgo

Origen. (a) Bienes culturales inmuebles y muebles			
(a.1) Siglo / Período	XX	(a.2) Fecha	22 de julio de 1969
(a.3) Diseñador / constructor	Construida por la Industria Licorera de Caldas	(a.4) Nº de pisos	3
(a.5) Estilo	Arquitectura moderna, con rasgos de la cultura antioqueña	(a.6) Área del predio	Sin hallazgo
Valor arquitectónico	<input type="checkbox"/> Muy alto	<input type="checkbox"/> Alto	<input type="checkbox"/> Medio <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ninguno

2.2 Calidad. Valor extrínseco del atractivo

Usos. Describir el uso turístico y/o económico que se le está dando en la actualidad al atractivo			
Sede del museo nacional del sombrero, y de cuatro salas que muestran la tradición e historia de aguas, cuenta con un auditorio con capacidad para 100 personas. En la actualidad, y aprovechando un antiguo patio, se construye una sala múltiple para conferencias y representaciones artísticas.			
Actividades. Actividades que se pueden realizar en base al atractivo			
1. Visita al museo Nacional del sombrero. Consta de 6 salas, donde se exhiben cerca de 300 sombreros, recogidos y clasificados por el gran folclorólogo Manuel Zapata Olivella.			
2. Museo de antigüedades. Aquí pueden apreciarse, muebles: sillas (la del general Henao, las antiguas del teatro Rialto) mesas, reclinatorios, catres plegables, el conmutador de la primera planta telefónica municipal, una máquina para fabricar gaseosas, y envases, algunas con fechas de la época, las antiguas pantallas del alumbrado público, instrumentos de la antigua banda musical, sillas de montar			
3. Sala "Camilo Torres" Donde se exhiben 40 estatuillas de madera, elaboradas con herramientas muy rudimentarias por Don Eugenio Lotero M			
4. Sala Indígena: Con objetos de la tribu de los Armas y su cacique <u>Pipitá</u>			
5. Fonda de Manuela: Réplica de la que dio origen al pueblo			
Descripción y precio	Sin costo		
<input type="checkbox"/> Operador <input type="checkbox"/> Guía <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre	Luis Fernando Arias	Inglés <input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Nivel de utilización			
Tipo de ingreso	Libre	Nº visitantes / año (miles)	Precio Sin costo
Disponibilidad visita	<input checked="" type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Temporalidad acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/> Buena	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Mala

2. Resultados del Objetivo de Caracterización de la Oferta Turística del PCC

Segmentos principales	<input type="checkbox"/> Jóvenes X	<input type="checkbox"/> Familias X	<input type="checkbox"/> Mayores X	
	<input type="checkbox"/> Escuelas / estudiantes X	<input type="checkbox"/> Otros X	<input type="checkbox"/> Extranjeros	
Valor turístico actual del atractivo	<input type="checkbox"/> Local	<input type="checkbox"/> Regional	<input type="checkbox"/> Nacional X	<input type="checkbox"/> Internacional
Horarios / meses apertura	Abierto en horario de oficina. Fines de Semana Jornada continua hasta las 6:00 p.m.			

Estado de conservación / contaminación del atractivo				
<input type="checkbox"/> Excelente X	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> Muy malo
Estado de conservación / contaminación del entorno				
<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno X	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> Muy malo

2.3 Apoyo para el aprovechamiento turístico del atractivo

Tipo de acceso	<input type="checkbox"/> Terrestre X	<input type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Férreo	<input type="checkbox"/> Aéreo
Descripción ruta de acceso y distancia (km)	En sector urbano a tres cuadras del parque Bolívar, por la misma cuadra de la Alcaldía			
Estado vía	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular X	<input type="checkbox"/> Malo
Señalización	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo X
Transporte público	<input type="checkbox"/> Excelente X	<input type="checkbox"/> Bueno	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo
Descripción transporte y su frecuencia diaria	No se requiere transporte			

Infraestructura y servicios básicos para su aprovechamiento turístico					
Equipamientos y servicios	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno X	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo	<input type="checkbox"/> No existente
	<input type="checkbox"/> Energía eléctrica X	<input type="checkbox"/> Agua potable X	<input type="checkbox"/> Baños X	<input type="checkbox"/> Alcantarillado X	
	<input type="checkbox"/> Área de recepción X	<input type="checkbox"/> Planificación visita	<input type="checkbox"/> Personal visita X		
	<input type="checkbox"/> Material interpretativo	<input type="checkbox"/> Idiomas del material interpretativo			
	Variedad de la oferta	<input type="checkbox"/> Excelente	<input type="checkbox"/> Bueno X	<input type="checkbox"/> Regular	<input type="checkbox"/> Malo

Imágenes



Fuente: Propia, trabajo de campo, enero de 2014

Evaluador	Martha Liliana Martínez Beltrán	Fecha:	13/01/2014
-----------	---------------------------------	--------	------------

2. Resultados del Objetivo de Caracterización de la Oferta Turística del PCC

Fichero de sistematización formato tipo Excel

El documento tipo excel denominado: 140218_1081_FicheroFaseCaracterizaciónPCC, contiene el desglose de los resultados caracterizados y evidenciados para cada municipio de acuerdo con los cuestionarios aplicados en el trabajo de campo. Es un fichero interactivo que le permite al lector filtrar la información que necesite ubicar. Las filas corresponden al nombre del municipio y las columnas a cada uno de los ítems del cuestionario aplicado.

Este archivo, consta de 12 hojas electrónicas de información efectiva. Cada hoja con el nombre del cuestionario: ejemplo: Atractivos; Pueblos y ciudades, etc, hasta llegar al número 11 que corresponde al cuestionario de Operador Local.

La hoja electrónica No. 12 se ha denominado como observaciones generales, contiene el detalle de la información que entregó cada coordinador de atractivos y/o servicios que por diferentes motivos no fueron incluidos en el fichero de detalle.

2. Resultados del Objetivo de Caracterización de la Oferta Turística del PCC

DISEÑO Y ESTRUCTURACION DE PRODUCTOS TURISTICOS DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO

Caracterización empresarial e inventario de atractivos turísticos, servicios y facilidades en el PCC

CONTENIDO:

ATRATIVOS y RECURSOS TURISTICOS (NO ASOCIADOS A PUEBLOS Y CIUDADES)

PUEBLOS Y CIUDADES CON ENCANTO DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO

FINCAS PRODUCTORAS DE CAFÉ (FPC) CON EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN EL PCC

FINCAS PRODUCTORAS DE CAFÉ (FPC) CON POTENCIAL PARA EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO EN EL PCC

FABRICAS DE CAFÉ / PRODUCTOS DERIVADOS, CON EMPRENDIMIENTO TURISTICO EN EL PCC

FABRICAS DE CAFÉ / PRODUCTOS DERIVADOS, CON POTENCIAL PARA EMPRENDIMIENTO TURISTICO EN EL PCC

CAFETERIAS DE CAFÉS ESPECIALES EN EL PCC

TALLERES / TIENDAS O EXPOSICIONES DE PRODUCTOS ARTESANALES / TIPICOS

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO EN EL PCC

SERVICIOS DE RESTAURACION EN EL PCC

OPERADORES LOCALES EN DESTINO PCC

OBSERVACIONES GENERALES

EQUIPO CONSULTOR

Presentación



Este documento se presenta como una herramienta para la planificación turística del territorio del Paisaje Cultural Cafetero - PCC, dadas sus singulares características. Para su evaluación, en función de la construcción de una oferta turística orientada al mercado internacional, se priorizaron los atractivos y escenarios asociados a la cultura del café, que por sus condiciones actuales pueden ser parte de un producto turístico.

La caracterización y actualización de este inventario de atractivos permite visualizar de una manera más clara los diversos aspectos y elementos que integran el total del potencial turístico del PCC y, a la vez avanzar en el delineamiento de las experiencias, rutas, playgrounds y actividades que compondrán el diseño del producto turístico.

Este proceso fue desarrollado a partir de la recopilación de información primaria y secundaria en los 51 municipios que conforman la declaratoria de UNESCO, con recursos del FONTUR y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, como resultado del proyecto "DISEÑO Y ESTRUCTURA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL PAISAJE CULTURAL CAFETERO TENIENDO EN CUENTA LAS ACTIVIDADES Y EXPERIENCIAS QUE PONEN EN VALOR EL PATRIMONIO NATURAL, CULTURAL Y CAFETERO DE SUS DIFERENTES SUBREGIONES"

Explicación del fichero

El presente fichero compila el resultado de la fase de caracterización de atractivos turísticos, servicios y facilidades en el PCC, a través de once categorías, las cuales pueden ser consultadas a través de igual número de opciones planteadas en el contenido que se encuentra al lado izquierdo de la página, en cada una de ellas podrá consultar detallar relacionados con elementos fundamentales para la configuración del producto turístico del Paisaje Cultural Cafetero. Una vez ingrese a cada una de las opciones, podrá navegar hacia la anterior y la siguiente categoría, así como retornar a esta pantalla de navegación a través de la opción "menú."

En la parte inferior izquierda encontrará un vínculo que le conduce a observaciones y recomendaciones relacionadas con recursos y servicios que no fueron caracterizados por diversos motivos que se detallan en cada uno de los casos, todos estos relacionados con la pertinencia y el potencial que cada caso representa en el diseño de productos turísticos.

En la parte inferior, encontrará tres vínculos, el primero de ellos relacionado con seis criterios técnicos a través de los cuales se incorpora la definición de atractivos turísticos planteada por el Viceministerio de Turismo (2010), así como su pertinencia con el valor excepcional de la cultura cafetera. Estos criterios permitieron la priorización e identificación de atractivos con potencial para la incorporación a productos turísticos en el PCC.

El apartado "Síntesis del Proceso" ofrece un balance de la caracterización, relacionado con cuatro grandes experiencias identificadas en el PCC, así como observaciones y recomendaciones importantes para la articulación regional en el marco del PCC.

CRITERIOS CARACTERIZACION ATRACTIVOS

Elaborado por:



MENU PRINCIPAL

Atractivos Turísticos PCC

Pueblos con encanto

Fincas café Turísticas

Fincas café con potencial Tur

Fabricas café Turísticas

Fábricas café con potencial tur

2. Resultados del Objetivo de Caracterización de la Oferta Turística del PCC

En total, el fichero incluye el siguiente listado de atractivos y servicios caracterizados por cada municipio y cada cuestionario así:

ANEXO No. 1 - CONSOLIDADO DE CUESTIONARIOS DILIGENCIADOS EN TRABAJO DE CAMPO

Depto	Municip.	Σ C1	Σ C2	Σ C3	Σ C4	Σ C5	Σ C6	Σ C7	Σ C8	Σ C9	Σ C10	Σ C11	Σ Obs
Caldas	Aguadas	13	1	0	0	0	1	0	1	5	3	0	21
Valle del Cauca	Alcalá	0	0	1	0	0	0	0	0	4	1	0	11
Caldas	Anserma	1	0	0	1	0	1	4	2	4	2	2	5
Valle del Cauca	Ansermanuevo	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	2	4
Risaralda	Apía	8	0	1	2	0	0	0	0	3	2	3	9
Caldas	Aranzazu	5	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	3
Valle del Cauca	Argelia	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5
Quindío	Armenia	13	0	1	2	3	2	23	6	24	8	9	14
Risaralda	Balboa	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Caldas	Belalcázar	1	1	0	2	0	0	0	0	3	3	0	12
Risaralda	Belén de Umbría	4	0	0	0	0	0	1	0	3	1	3	0
Quindío	Buenavista	4	0	2	2	0	0	2	1	0	1	0	15
Valle del Cauca	Caicedonia	5	0	0	3	1	0	1	2	2	3	5	11
Quindío	Calarcá	6	0	1	0	0	1	3	2	3	3	3	2
Caldas	Chinchiná	6	1	2	0	0	7	2	1	8	1	2	34

2. Resultados del Objetivo de Caracterización de la Oferta Turística del PCC

Quindío	Circasia	4	0	0	0	0	0	1	1	13	3	0	7
Quindío	Córdoba	2	0	1	1	0	0	1	3	1	2	1	10
Risaralda	Dosquebradas	7	0	1	0	0	1	1	0	14	8	2	24
Valle del Cauca	El Águila	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1
Valle del Cauca	El Cairo	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	2
Caldas	Filadelfia	5	0	0	0	0	0	0	0	4	1	0	4
Quindío	Filandia	4	1	1	0	1	0	3	1	2	2	1	11
Quindío	Génova	4	0	0	2	2	1	1	0	2	1	2	41
Risaralda	Guática	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
Risaralda	La Celia	4	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1
Caldas	La Merced	4	0	2	0	0	1	1	0	1	5	0	27
Caldas	Manizales	13	0	3	1	0	2	4	2	21	8	8	10
Risaralda	Marsella	5	1	0	3	1	1	2	1	6	2	0	6
Risaralda	Mistrató	3	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	3
Quindío	Montenegro	1	0	1	0	1	0	0	0	19	0	1	7
Caldas	Neira	3	1	0	0	0	0	0	0	3	3	1	8

2. Resultados del Objetivo de Caracterización de la Oferta Turística del PCC

Depto	Municip.	Σ C1	Σ C2	Σ C3	Σ C4	Σ C5	Σ C6	Σ C7	Σ C8	Σ C9	Σ C10	Σ C11	Σ Obs
Caldas	Pácora	12	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	14
Caldas	Palestina	6	0	0	0	0	0	0	1	12	6	3	23
Risaralda	Pereira	9	0	1	0	0	0	3	1	31	6	12	0
Quindío	Pijao	3	1	0	1	0	0	2	1	1	3	2	25
Quindío	Quimbaya	8	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	4
Risaralda	Quinchía	4	0	0	0	0	1	2	2	2	0	1	4
Valle del Cauca	Riofrio	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	6
Caldas	Riosucio	4	1	0	3	0	2	2	1	2	3	2	12
Caldas	Risaralda	4	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	10
Caldas	Salamina	4	1	1	0	0	0	0	0	4	6	1	7
Quindío	Salento	16	1	0	0	1	0	4	8	23	12	5	6
Caldas	San José	0	0	0	4	0	0	0	1	0	2	0	6
Risaralda	Santa Rosa de Cabal	16	0	3	0	0	1	5	2	25	12	5	4
Risaralda	Santuario	6	1	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0
Valle del Cauca	Sevilla	11	1	2	2	1	0	1	2	1	2	1	17
Caldas	Supía	3	1	0	1	0	0	0	0	4	2	2	11
Valle del Cauca	Trujillo	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	5
Valle del Cauca	Ulloa	2	0	0	1	0	0	0	0	2	1	1	5
Caldas	Villamaría	12	1	1	2	0	0	0	3	10	3	4	24
Caldas	Viterbo	2	0	0	2	0	0	3	1	3	5	0	7
Totales Σ		256	16	26	37	13	22	74	50	287	135	91	501

Fuente: Elaboración propia, 2014

Detalle completo en documento tipo word denominado: 1402_1081_InformeFinalObjetivo2-Act5

Objetivo No. 2

Caracterización de la oferta turística del Paisaje Cultural Cafetero

3. Informe de conceptualización

En el documento formato tipo word denominado: 1402_1081_InformeFinalObjetivo2-Act5 se desglosaron algunos datos generales por municipio. No obstante, esta información se fortaleció y consolidó a partir de la realización de los talleres de socialización, realizados con posterioridad a este informe y como parte del desarrollo del Objetivo No. 3.

Así, como caso ejemplo, se muestra la información para el municipio de Marsella, dato por cada municipio descrito en el documento en mención.

Marsella, Risaralda

Marsella es uno de los catorce municipios del departamento de Risaralda, con una economía basada en la agricultura representado en especial en el café, con la institucionalidad histórica representada en la Cooperativa de Caficultores. Un total de 12 productores de cafés especiales. Se fomenta el emprendimiento turístico en fincas productoras y procesadoras de Café que llevan al turista a la experiencia de adentrarse en la cultura del mejor café del mundo, desde la semilla a la taza. La decoración de fonda tradicional en cafeterías lleva más aún a vivir la experiencia del café.

El proyecto de “vía lenta” ha llevado a desarrollar el concepto de observación natural, de ocio, de relajación, de emprendimiento para los diferentes prestadores de servicios apostados en el recorrido. Así, y con la Casa de la Cultura como Patrimonio Cultural de la Nación en conjunto con la conservación arquitectónica, las tradiciones, el paisajismo natural (para disfrutar de un paisaje único y auténtico), los habitantes, las áreas protegidas con sistemas productivos de representatividad, la Asociación de transformación de la guadua, la producción orgánica del “chocolate”, entre otros, llevan a este municipio a ser considerado como “un pueblo con encanto” en el Paisaje Cultural Cafetero.

El apoyo del trabajo de campo estuvo representado en especial, por la Administración Municipal, desde la oficina de comunicaciones a cargo de la Sra. Ana María Henao.

Consolidado de cuestionarios diligenciados en trabajo de campo

Depto	Municip.	Σ C1 ⁵	Σ C2 ⁶	Σ C3 ⁷	Σ C4 ⁸	Σ C5 ⁹	Σ C6 ¹⁰	Σ C7 ¹¹	Σ C8 ¹²	Σ C9 ¹³	Σ C10 ¹⁴	Σ C11 ¹⁵	Σ Obs ¹⁶
Caldas	Marsella	5	1	0	3	1	1	2	1	6	2	0	6

Fuente: Elaboración propia, 2014

En las siguientes diapositivas se resume las obligaciones de Objetivo 3 y los medios de verificación que les dan cumplimiento

Nº	Actividad	Breve descripción	Medio de verificación	Pag. Inicio	Pag. Fin
1	Identificar la propuesta de valor por subregión de acuerdo con el estudio de demanda y levantamiento de oferta	Tras la realización del trabajo de campo y la caracterización de la oferta, se estableció la propuesta de valor de la región del Paisaje Cultural Cafetero a nivel global.	140404_1081 _Objetivo 3_v9	21	54
		A continuación se identificaron las sub-regiones donde se produce una mayor concentración de actividades experienciales. Se han identificado 2 de primer nivel y otras 3 con un menor grado de desarrollo turístico.		176	191
2	Proponer productos por subregión y diseñar las actividades turísticas experienciales por producto turístico que pongan en valor el patrimonio natural, cultural y cafetero con la participación de las comunidades cafeteras y empresarios del turismo	El levantamiento de la oferta ha permitido estructurar la oferta del Paisaje Cultural Cafetero en 4 grandes categorías: 1. Saborear la cultura del mejor café suave del mundo / 2. Disfrutar de una naturaleza y un paisaje únicos / 3. Vivir grandes aventuras en parajes exclusivos / 4. Aprender sobre oficios muy auténticos. Para cada una de estas categorías se han diseñado un conjunto de actividades experienciales que ponen en valor el patrimonio del territorio	140404_1081 _Objetivo 3_v9	57	175
3	Desarrollar y ejecutar la metodología de trabajo de campo para poner en funcionamiento actividades turísticas experienciales, propuestas con sus respectivos guiones.	Tras el diseño del producto, se llevaron a cabo más de 12 talleres en la región con el propósito de presentar las actividades experienciales y las rutas diseñadas, incorporando la visión de los actores clave (públicos y privados) de la sub-región en el diseño y finalizando el diseño de los guiones de las 6 rutas turísticas que recorren las sub-regiones.	140324_1081_ Informetallere sObjetivo3Act7 y10	4	66
		Tras estas sesiones con el sector se finalizó el diseño de los guiones de las 6 rutas, 3 de interés general, y 3 de interés especial	140404_1081 _Objetivo 3_v9	192	302

En las siguientes diapositivas se resume las obligaciones de Objetivo 3 y los medios de verificación que les dan cumplimiento

Nº	Actividad	Breve descripción	Medio de verificación	Pag. Inicio	Pag. Fin
4	Desarrollar una metodología de trabajo de campo para articular los productos turísticos de la subregión en torno a la propuesta de valor seleccionada	El equipo a desarrollado una metodología basada en 5 actuaciones con el objetivo de articular los servicios turísticos entorno al sistema de experiencias, siendo una de estas actuaciones la puesta en marcha de los procesos de selección de proveedores de las experiencias y gestión de la calidad	140404_1081_Objetivo 3_Act 6_v1	6	47
5	Realizar talleres para la incorporación de la propuesta de valor en los servicios ofrecidos por los empresarios de turismo.	Los talleres realizados contaba con una sesión de capacitación en el diseño de actividades experienciales. Esta capacitación, basada en la metodología valor - esfuerzo, cuenta con un apartado de teoría y una aplicación mediante caso práctico.	140404_1081_Objetivo 3_Act 4_v1	12	106
6	Realizar ejercicios con los operadores locales para empaquetar actividades y servicios turísticos a nivel sub regional	Se llevaron a cabo sesiones de focus groups con los operadores locales en las que se trabajó en el empaquetamiento de actividades y servicios para dar lugar a las rutas turísticas, que finalmente se han terminado diseñando	140324_1081_InformeFocus GroupsObjetivo3Act8	3	15
7	Servicios profesionales para diseño y diagramación catálogo, digital e impreso.	Una vez diseñado todo el producto: experiencias y rutas, se realiza el diseño del catálogo promocional	maqueta-catalogo-pcc-14-05-22	1	27

En las siguientes diapositivas se resume las obligaciones de Objetivo 3 y los medios de verificación que les dan cumplimiento

En las siguientes diapositivas se resume las obligaciones de Objetivo 3 y los medios de verificación que les dan cumplimiento

Contenido

1 Objetivo 1. Estado del arte del sector turístico

2 Objetivo 2. Caracterización de la oferta

3 Objetivo 3. Diseño de producto

4 Objetivo 4. Plataforma tecnológica

En la fase de diseño de producto se han llevado a cabo 4 tipos de actividades

1

Diseño de producto turístico:
sistema de experiencias, *playgrounds* (sub-regiones) y circuitos

2

Talleres de socialización, formación y *focus groups* para la puesta en funcionamiento de actividades experienciales

3

Desarrollo de metodología para articular los servicios turísticos
entorno a la propuesta de valor del sistema de experiencias

4

Diseño de una maqueta de catálogo promocional del sistema de
experiencias y rutas del Paisaje Cultural Cafetero

1

Diseño de producto turístico:
sistema de experiencias, *playgrounds* (sub-regiones) y circuitos

2

Talleres de socialización, formación y *focus groups* para la puesta en funcionamiento de actividades experienciales

3

Desarrollo de metodología para articular los servicios turísticos entorno a la propuesta de valor del sistema de experiencias

4

Diseño de una maqueta de catálogo promocional del sistema de experiencias y rutas del Paisaje Cultural Cafetero

Se han identificado los *playgrounds* (sub-regiones) del PCC, y se ha estructurado la oferta entorno a un sistema de experiencias que ha dado lugar a 6 rutas



Experiencia, *playground* y circuito son conceptos que permiten la organización, estructuración y desarrollo de la oferta turística de un territorio para mayor disfrute y satisfacción del cliente, siendo por tanto la forma propuesta por THR para estructurar el diseño de producto turístico en el Paisaje Cultural Cafetero

Las actividades experienciales se han agrupado bajo 4 categorías



1

Saborear la cultura del mejor café suave del mundo



2

Disfrutar de una naturaleza y un paisaje únicos



3

Vivir grandes aventuras en parajes exclusivos



4

Aprender sobre oficios muy auténticos

En el medio de verificación de Objetivo 3: “Documento final objetivo 3 (Act 4,5 y 6)”, entregado el 18 de abril de 2014, se encuentra el detalle de las actividades experienciales

Cada actividad experiencial dispone de una ficha de descripción ...

Descripción de la experiencia



El mejor café suave, de la semilla a la taza

Embárcate en un viaje a través de los sentidos y descubre los secretos mejor guardados del café colombiano. Este es un recorrido único y especial en el que podrás transformarte en un auténtico caficultor y contagiarte del aroma y el sabor del mejor café suave del mundo.

Cosas para recordar

- Los secretos descubiertos: por qué es el mejor café.
- El proceso de cata y cómo valorar las características sensoriales que definen un buen café.
- El aroma y exquisito sabor del mejor café suave del mundo.

Ideal para...

Si te gusta...

Tiene mucho de...

Donde se puede vivir...

Aprendizaje ■■■■■

Entretamiento ■■■■■

Belleza ■■■■■

Acción ■■■■■

Duración

- Entre 2 y 4 horas

Experiencias relacionadas

- Auténticas haciendas cafeteras colombianas.
- Cafés especiales, del origen a la revelación.
- Pueblos cafeteros con encanto.
- Paisaje cafetero en transportes auténticos.

Trujillo ■ ■ ■ ■ ■
Sevilla ■ ■ ■ ■ ■
Caicedonia ■ ■ ■ ■ ■
Pijao ■ ■ ■ ■ ■
Morrenegro ■ ■ ■ ■ ■
Armeria ■ ■ ■ ■ ■
Calera ■ ■ ■ ■ ■
Salento ■ ■ ■ ■ ■
Peñon ■ ■ ■ ■ ■
Santa Rosa ■ ■ ■ ■ ■
Marvellá ■ ■ ■ ■ ■
Chinchiná ■ ■ ■ ■ ■
Génova ■ ■ ■ ■ ■
Buenavista ■ ■ ■ ■ ■

Menzales ■ ■ ■ ■ ■
Palestina ■ ■ ■ ■ ■
Salamina ■ ■ ■ ■ ■
Santurro ■ ■ ■ ■ ■
Villanueva ■ ■ ■ ■ ■
Dosquebradas ■ ■ ■ ■ ■
Flandes ■ ■ ■ ■ ■
Belen de ■ ■ ■ ■ ■
Urbela ■ ■ ■ ■ ■
Viterbo ■ ■ ■ ■ ■
Armeria ■ ■ ■ ■ ■
Quinchía ■ ■ ■ ■ ■
El Centro ■ ■ ■ ■ ■

Descripción extendida de la experiencia

Escoge la experiencia que más se adapta a tu personalidad
 No existe una mejor forma de vivir esta experiencia, las opciones son amplias y complementarias, tú escoges: Bellas fincas que han desarrollado sofisticadas rutas experienciales, fincas que se han convertido en escenarios, donde te podrás caracterizar como un verdadero caficultor o 'chapolera' (nombre que designa a la típica recolectora de café en Colombia), o finalmente, fincas sencillas y, quizá por ello más auténticas, donde la propia familia te mostrará el proceso por el que obtienen cafés de elevadísima calidad, mientras te abren las puertas de su casa, su historia y su corazón.

Descubre por qué el café colombiano es el mejor suave del mundo
 Son varias las razones que hacen de este un café de exquisita calidad: las condiciones climáticas y de suelo, la altura, el cultivo entre árboles emblemáticos que aportan su preciosa sombra, la recolección manual... pero no queremos revelar todos estos secretos aquí, tendrás que descubrirlos por ti mismo, atrévete.

Vive en primera persona el proceso de elaboración del café
 En estas encantadoras haciendas cafeteras colombianas aprenderás cómo funciona el ciclo productivo del café: desde su siembra y recolección hasta su despulpeado, secado, trillado, tostado y molido. Empieza conociendo las principales propiedades que caracterizan el café colombiano e inicia una cómoda caminata por los cafetales, donde podrás gozar del espectáculo natural que brindan estos paisajes cafeteros.

Llévate un recuerdo muy especial de la mejor tierra cafetera
 Después del recorrido, aprende cómo preparar una buena taza de café, teniendo en cuenta algunos trucos interesantes y realiza una cata donde degustarás diferentes variedades mientras te explican los matices que los definen y diferencian. Para finalizar tu experiencia, degusta y adquiere un excelente café mientras compartes anécdotas y sensaciones con el resto del grupo.



Recomendaciones generales

- Llevar calzado cómodo para el recorrido entre los cafetales.
- No olvidar el repelente anti mosquitos y de otros insectos.
- El tiempo es variable, así que es recomendable traer un impermeable y sombrero / gorro, así como protección solar.
- Llevar consigo siempre la cámara para immortalizar los momentos más inolvidables, sobre todo, mientras aprendes a catar un buen café!

... que se cargará en la página web de experiencias y rutas del PCC

www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com

como parte de las actividades de Objetivo 4 del proyecto

Se han identificado también las oportunidades de diseño de un mayor valor para el turista y de reducción de su esfuerzo

El mejor café suave, de la semilla a la taza



¿Cómo crear más valor para el turista?

- **Invertir en un buen guía o "inspirador" de la experiencia:**
 - Con buena capacidad interpretativa, de comunicación, dotes para la gestión de grupos
 - Profesional o muy buen conocedor del mundo del café, la finca y el destino
- **Involucrar al turista en la experiencia en mayor medida:**
 - Descubrir los detalles y las etapas del proceso productivo del café en primera persona, por ejemplo, plantando uno mismo una chapola o aprendiendo a recolectar el grano de café maduro. Se podría organizar un concurso para ver quien recoge más granos maduros, entregando un premio al "mejor recolector", al final del recorrido.
 - Incorporar la posibilidad de convertirse en titular de una serie de palos de café, donde se "apadrina", alquila o posee un predio en una plantación de café. Periódicamente, desde la finca, se le informa de los avances de la siembra, se le envían fotos y videos. Por último, se le avisa con el suficiente tiempo de antelación para que organice el viaje y pueda estar en la recolección. Actividad ya ofrecida por el operador "Portales del Café".
- **Incorporar momentos donde se interactúe con la familia de la finca:** Aprovechar el momento del almuerzo, la cata o simplemente tomando una taza de café para que una figura de la familia pueda responder a las preguntas del grupo, contar sus historias, etc.
- **Tener identificados los mejores puntos para tomar fotos:** estos puntos pueden convertirse en miradores donde descansar, charlar, y/o degustar un café
- **Hacer de la cata un paso clave en la experiencia de la semilla a la taza**
 - Aprender cómo es el proceso de preparación de una buena taza de café, las principales recomendaciones.
 - Aprender a valorar las notas y atributos que definen un buen café, diferenciando entre distintas variedades para comparar y extraer conclusiones.
 - Contar con un barista acreditado para realizar la cata
 - Realizar la cata en un lugar limpio, despejado, sin olores y sin ruidos.
- **Incorporar elementos de recuerdo de la experiencia:**
 - Tomar fotos durante el proceso para luego entregarlas como recuerdo en un marco tematizado con la imagen corporativa del Paisaje Cultural Cafetero.
 - Confección por parte del turista de algún elemento que se pueda llevar (cesto, taza, etc.)
 - Compra de productos relacionados con el café al final del recorrido.



¿Cómo reducir su nivel de esfuerzo?

- **Adecuada señalización de la finca y buen estado de las vías de acceso.**
- **Disponer de un buen sistema de transporte para recoger turistas no alojados en la finca, empleando por ejemplo Yipaos.**
- **Establecer un grupo máximo de 6-8 personas, que permita su gestión y vivencia máxima de la experiencia, de una forma más personalizada.**
- **Limpieza y orden general de todas las áreas de la finca accesibles al público.**
- **Baños limpios y adecuados.**
- **Invertir en guías bilingües, mínimo inglés.**
- **Cuidado con las mascotas que andan libres por la finca, los turistas pueden sentirse intimidados.**
- **Disponer de senderos que permitan recorrer el cafetal de forma agradable y con seguridad.**
 - Con buena capacidad interpretativa, de comunicación, dotes para la gestión de grupos
 - Profesional o muy buen conocedor del mundo del café, la finca y el destino
- **Flexibilidad horaria para la experiencia y otros servicios como el almuerzo.**
- **Disponer de una página web que transmita seguridad:**
 - Es importante contar con una buena página de inicio con imágenes impactantes y muy atractivas a nivel visual.
 - Entre los principales apartados deben destacar: información sobre la finca, la región donde se ubica, el proceso del café en la finca, las variedades cultivadas, certificaciones de las que dispone, etc.
 - Tipos de experiencias que ofrece la finca, tarifas y condiciones de pago, operadores con los que se trabaja, etc.
 - La página debe estar disponible en mínimo un idioma extranjero (inglés).

Las oportunidades de mejora se identificaron durante el trabajo de campo, en conversaciones con los operadores, y se emplearon para ilustrar la metodología de implantación del producto en los talleres con operadores y prestadores de servicios turísticos

Para establecer los *playgrounds* (sub-regiones), se evaluó la representatividad de los 51 municipios en todas las experiencias

Municipios	El mejor café, de la semilla a la taza	Auténticas haciendas cafeteras colombianas	Cafés especiales para apasionados del café	Pueblos cafeteros con encanto	Paisaje cafetero en transportes auténticos
Salamina	●	■		★	Yipao
Pácora					
Aguadas	■			★	Yipao
La Merced	■	■	■		
Filadelfia					
Aranzazu					
Neira					
Manizales	★	◆	★		Yipao
Chinchiná	★	★	★		Yipao
Paestina	◆	★			Yipao
Villamaria	■	■			-
Santa Rosa de Cabal	◆	●	★		Yipao
Pereira	◆	■	★		Yipao / Chiva
Dosquebradas	■	■			Yipao
Balboa					-
Santuario	◆	■		★	Yipao
Apía	■		●		Yipao
Marsella	★	■	■	★	Yipao

Representatividad: ★ Alta o muy alta ◆ Media - alta ● Media ■ Media-Baja o Baja

En el medio de verificación de Objetivo 3: “Documento que describe la propuesta de valor, los productos turísticos y actividades experienciales (Act 1,2 y 3)”, entregado el 6 de marzo de 2014, se encuentran las tablas completas de evaluación de la representatividad de los municipios

Se han identificado 5 *playgrounds* (sub-regiones): 2 más desarrollados y 3 con un menor grado de desarrollo turístico

1

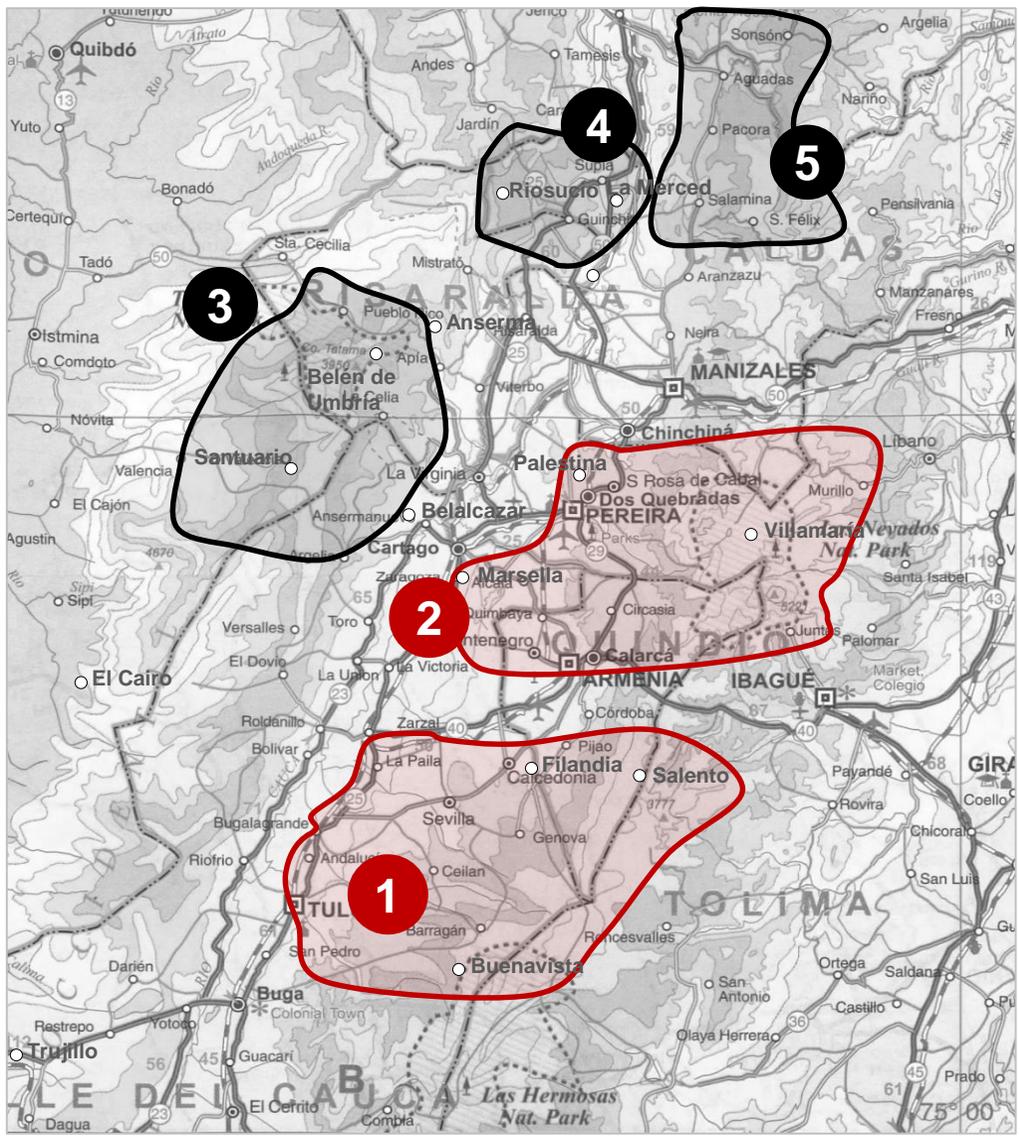
Municipios

- Filandia
- Salento
- Circasia
- Armenia
- Calarcá
- Alcalá
- Quimbaya
- Montenegro
- Córdoba
- Buenavista
- Pijao

2

Municipios

- Pereira
- Santa Rosa
- Dosquebradas
- Marsella
- Chinchiná
- Palestina
- Manizales
- Villamaría



3

Municipios

- Santuario
- Apía
- Pueblo Rico
- Mistrató
- Belén de Umbría
- Risaralda
- Viterbo

4

Municipios

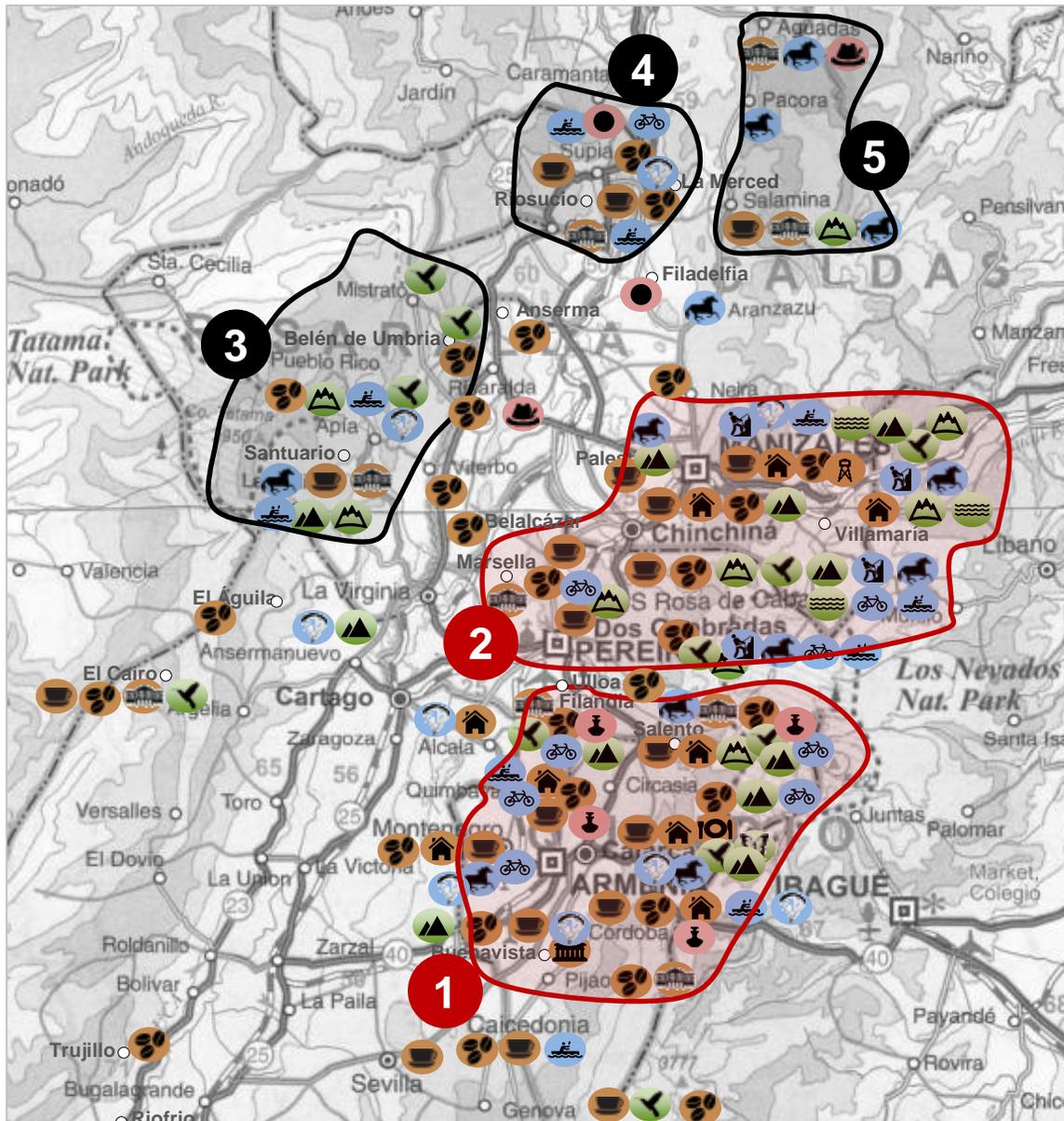
- Supía
- Riosucio
- La Merced
- Quinchía

5

Municipios

- Salamina
- Pácora
- Aguadas

Son los espacios con una mayor concentración de experiencias⁽¹⁾ y alojamiento



Saborear la cultura del mejor café suave del mundo

- El mejor café, de la semilla a la taza
- Auténticas fincas cafeteras
- Pueblos con encanto
- Cafés especiales, del origen a la revelación
- Entretenimiento en el Parque del Café
- Manizales, mirador de tierras cafeteras
- Del mercado a la mesa

Disfrutar de una naturaleza y un paisaje únicos

- Naturaleza exuberante ⁽²⁾
- Observación de aves en su paraíso
- Jardín Botánico: Santuario de mariposas
- Paisaje: postales del PCC
- Relajarse en plena naturaleza

Vivir grandes aventuras en parajes exclusivos

- Trekking y aventura a 4000 mil metros ⁽³⁾
- Mucho más que cabalgatas
- Paisajes y aventuras en bicicleta
- Aventuras en hermosos ríos y cascadas
- Aventuras en el aire ⁽⁴⁾

Aprender sobre oficios muy auténticos

- Un oficio muy rico, la dulce paleta
- Una decoración muy natural
- Originales prendas y accesorios cafeteros

(1) Se ubican en el mapa los municipios con representatividad alto-muy alto y medio-alto
 (2) Incluye: Los Nevados, experiencias de altura, las palmas más altas del planeta, Santuarios únicos de flora y fauna, territorio inexplorado, paisaje biodiversidad, y café especial.
 (3) Incluye: Trekking entre bosques de niebla, páramo y mirador de volcanes y aventura a 4.000 mil metros de altitud
 (4) Incluye las experiencias relativas a parapente, globo, canopy y cuerdas altas.

Cada *playground* destaca en una o varias de las 4 categorías experienciales...

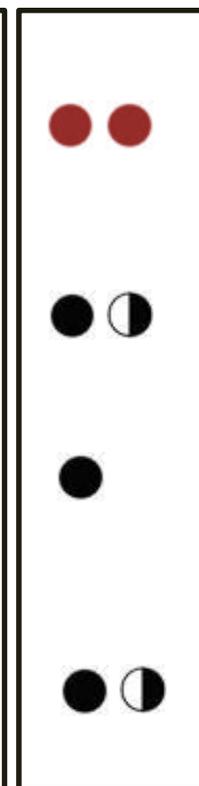
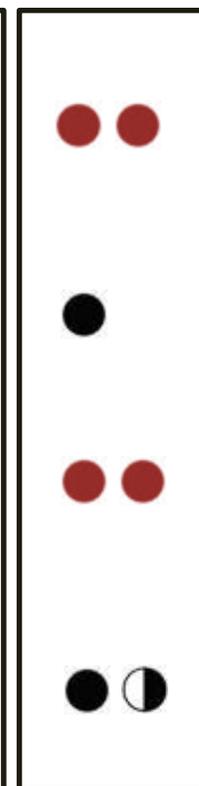
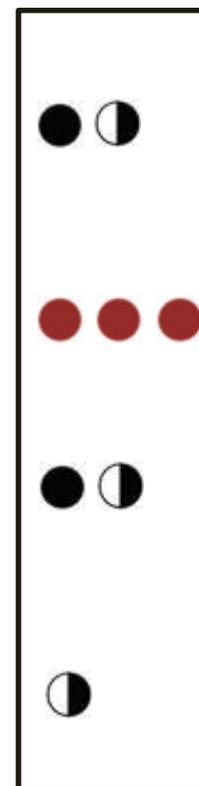
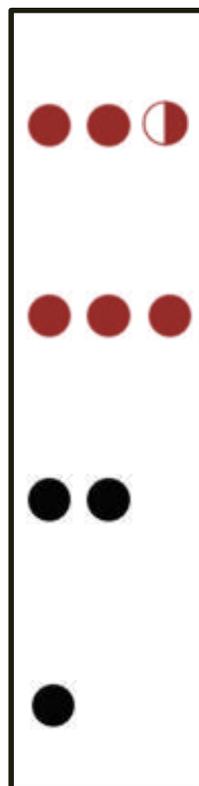
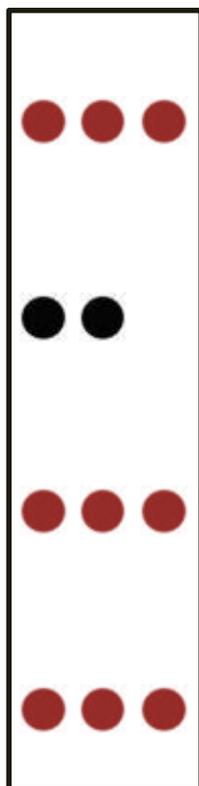


Saborear la cultura del mejor café suave del mundo

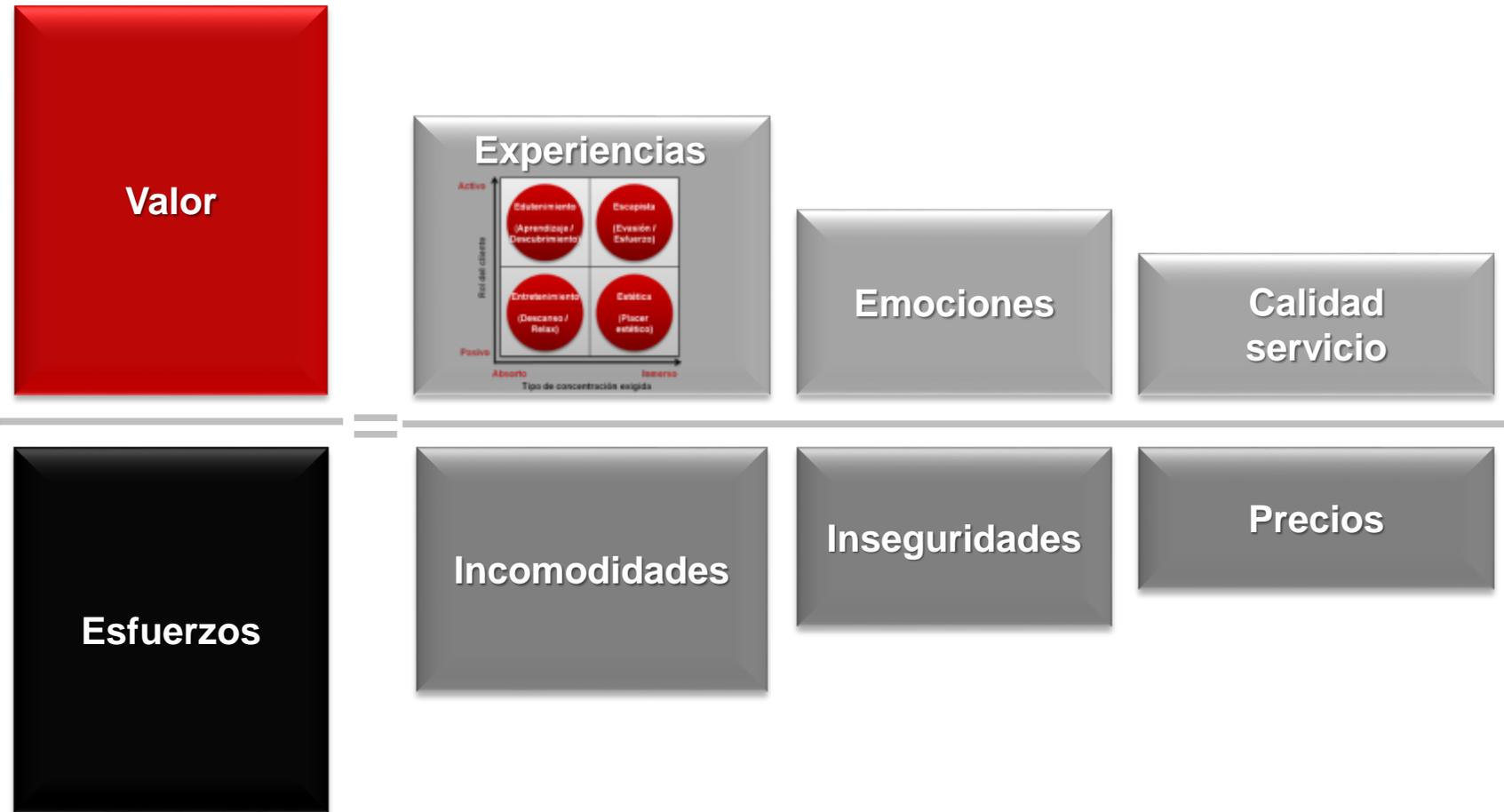
Disfrutar de una naturaleza y un paisaje únicos

Vivir grandes aventuras en parajes exclusivos

Aprender sobre oficios muy auténticos

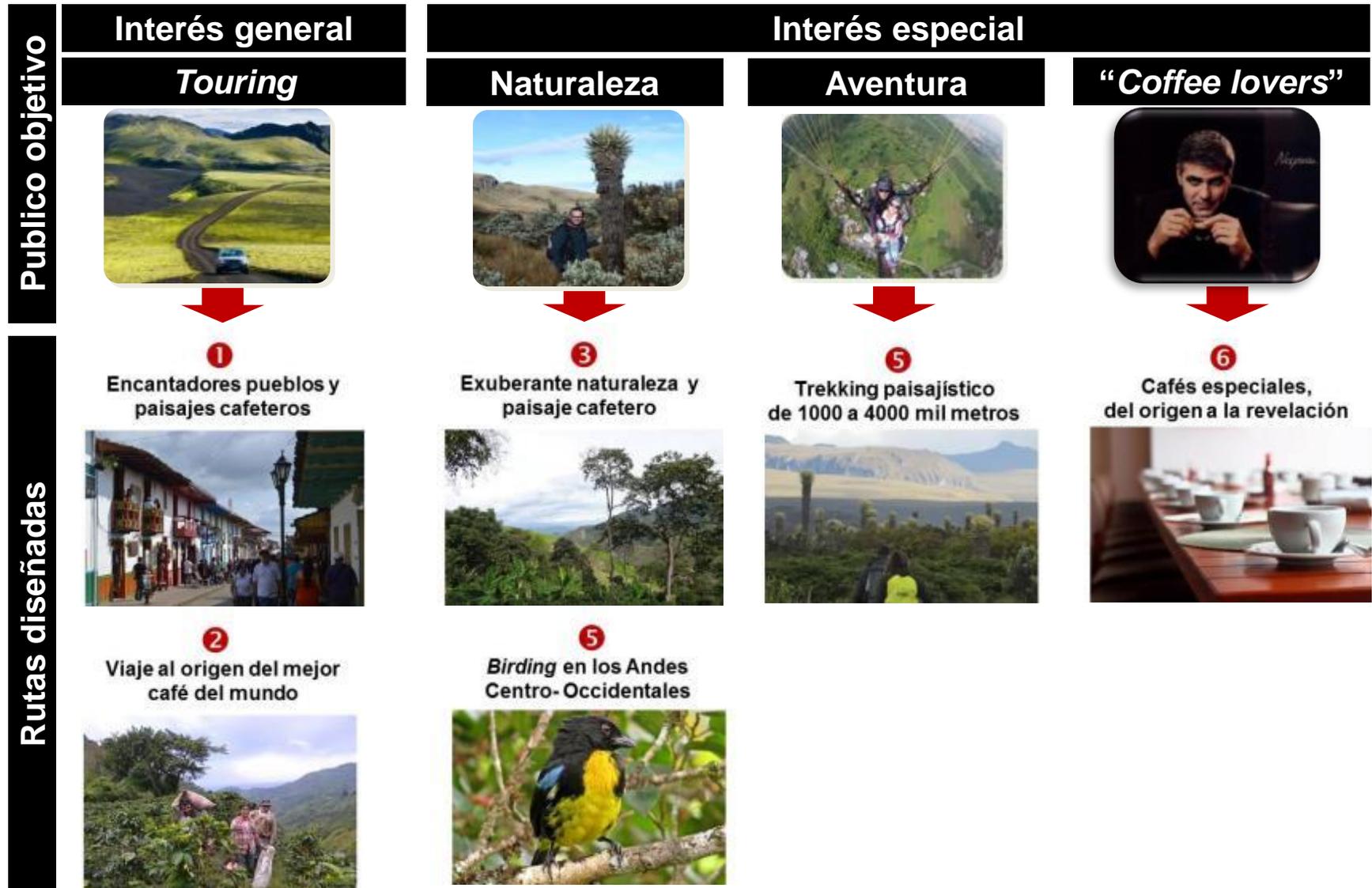


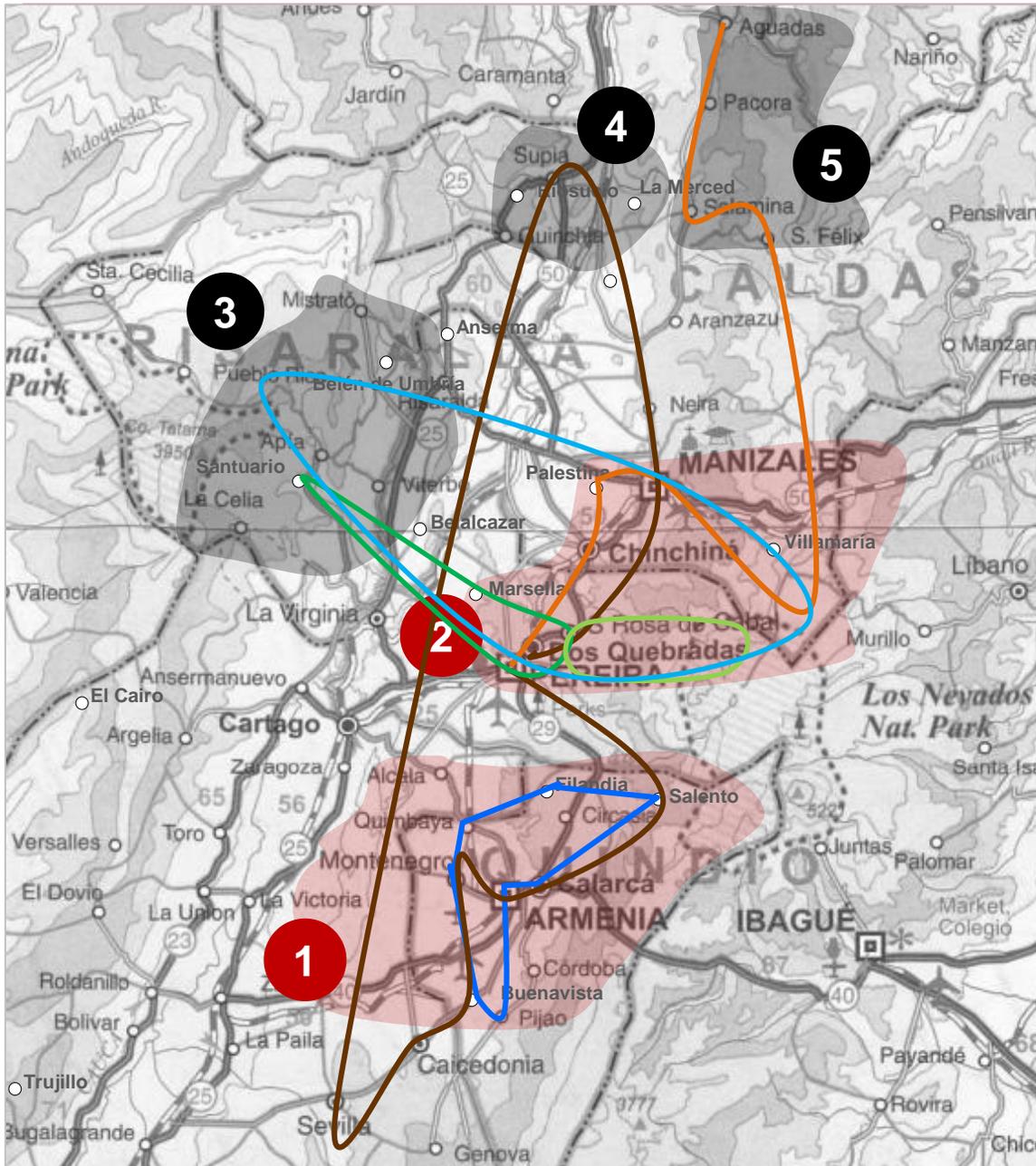
... que junto a emociones, calidad del servicio, incomodidades, inseguridades y precio, forman parte de su propuesta de valor al mercado



En el medio de verificación de Objetivo 3: “Documento final objetivo 3 (Act 4,5 y 6)”, entregado el 18 de abril de 2014, se encuentra el detalle de la propuesta de valor de los *playgrounds* (sub-regiones)

Se han diseñado 6 rutas para que cada segmento objetivo pueda vivir experiencias en el Paisaje Cultural Cafetero...





...recorriendo sus 5 *playgrounds*

6 días

1

Encantadores pueblos y paisajes cafeteros



6 días

2

Viaje al origen del mejor café del mundo



6 días

3

Exuberante naturaleza y paisaje cafetero



5 días

5

Trekking paisajístico de 1000 a 4000 mil metros



6 días

5

Birding en los Andes Centro-Occidentales



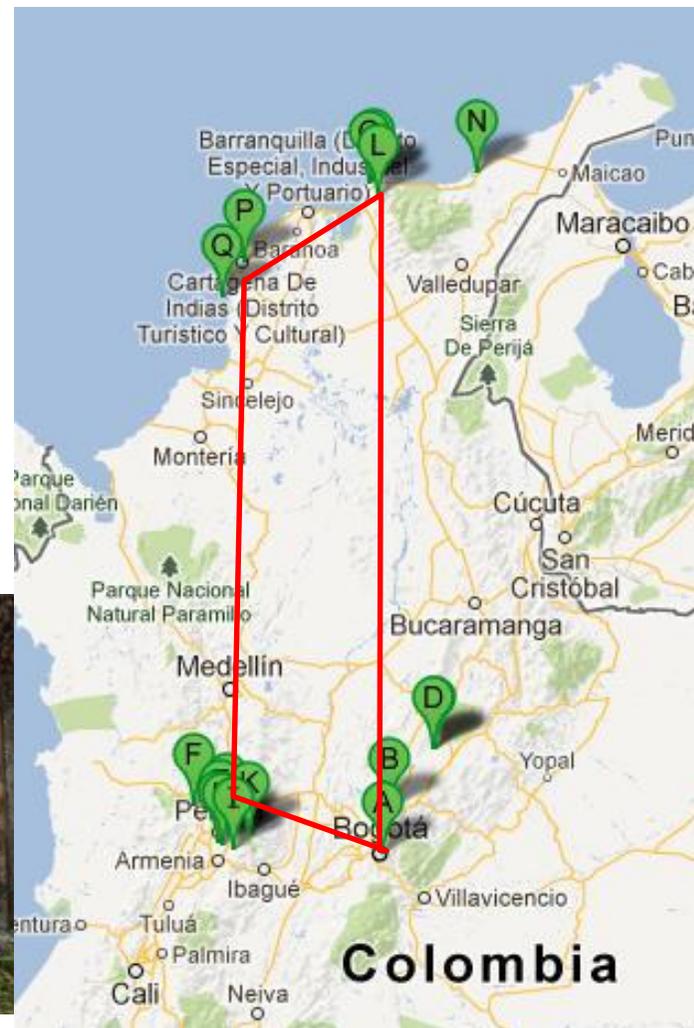
7 días

6

Cafés especiales, del origen a la revelación



Estas rutas se enmarcan dentro de viajes multi-destino por Colombia u otros destinos de LATAM



Ruta 1, diseñada para 4,5 y 6 días, discurre por municipios de *playground 1*

Itinerario recomendado para 6 días



- A** Armenia - Quindío, Colombia
- B** Buenavista - Quindío, Col...
- C** Pijao - Quindío, Colombia
- D** La Tebaida - Quindío, Col...
- E** Parque del Café, Quindío, ...
- F** Filandia - Quindío, Colombia
- G** Valle Del Cocora, Salento ...
- H** Salento - Quindío, Colombia
- I** Quimbaya - Quindío, Colo...
- J** Jardín Botánico Del Quin...

1

Encantadores pueblos y paisajes cafeteros

Vive el universo del café adentrándote en las fincas cafeteras y aprende a prepararlo y catarlo. Surcarás paisajes inolvidables en transportes muy auténticos, que te conducirán a encantadores pueblos de coloridos balcones y gente amable, como Filandia, Salento o Pijao.

Pasea entre las palmas más altas del planeta en el valle del Cocora, y disfruta de una cabalgata o una caminata rodeado de valles interandinos con infinitas tonalidades de verde, como los de Quindío o Maravelez.

Ruta 2, diseñada para 4,5 y 6 días, discurre por municipios de *playground 2*

Itinerario recomendado para 6 días

2

Viaje al origen del mejor café del mundo

Embárcate en una ruta para descubrir los orígenes del mejor café del mundo:

Los encontramos en Salamina o Aguadas, donde se inició la colonización antioqueña que introdujo el cultivo de café, en el agua volcánica que nace en los mágicos paisajes del Parque Nacional Los Nevados y que hace de éste un café tan especial.

En fincas de Manizales y Chinchiná, cuna de la cultura cafetera, donde aprenderás acerca del impacto que tiene el cultivo tradicional y procesado del café. Finalmente, degustarás el resultado, un sinfín de cafés especiales, los más caros del mundo.



Ruta 3, diseñada para 4,5 y 6 días, discurre por municipios de *playgrounds* 1, 2 y 3

Itinerario recomendado para 6 días



- A** Pereira - Risaralda, Colom...
- B** Santuario De Flora y Fau...
- C** Santuario - Risaralda, Col...
- D** Santa Rosa de Cabal - Ri...
- E** Marsella, Pereira - Risaral...
- F** Dosquebradas - Risarald...
- G** Cerritos - Risaralda, Colo...

3

Exuberante naturaleza y paisaje cafetero

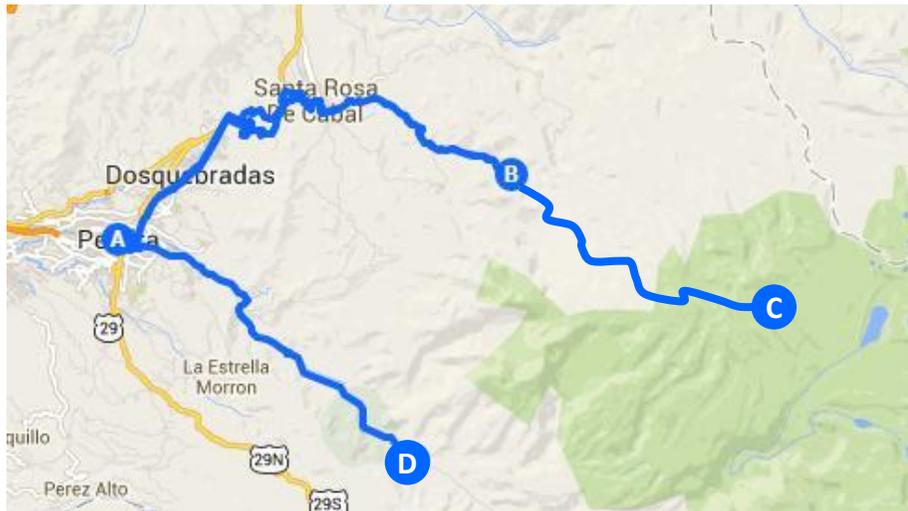
Combina la contemplación de paisajes de gran belleza, la interacción con ecosistemas situados entre los 1000 y los 4000 metros, con el descubrimiento de secretos cafeteros y bonitos pueblos.

Pasea por misteriosos bosques de niebla, adéntrate en verdaderos santuarios de flora y fauna como Otún Quimbaya o territorios inexplorados como el Parque Nacional Tatamá.

Acércate a volcanes y pasea entre frailejones gigantes en el páramo del Parque Nacional Los Nevados. Para acabar, relájate en sus aguas termales mientras admiras bellas cascadas.

Ruta 4, diseñada para 5 días, discurre por municipios de *playground 2*

Itinerario recomendado para 5 días



- A** Pereira - Risaralda, Colom...
- B** Termales de Santa Rosa,...
- C** Los Nevados – Laguna Otún
- D** SFF Otún Quimbaya - Ucumarí

4

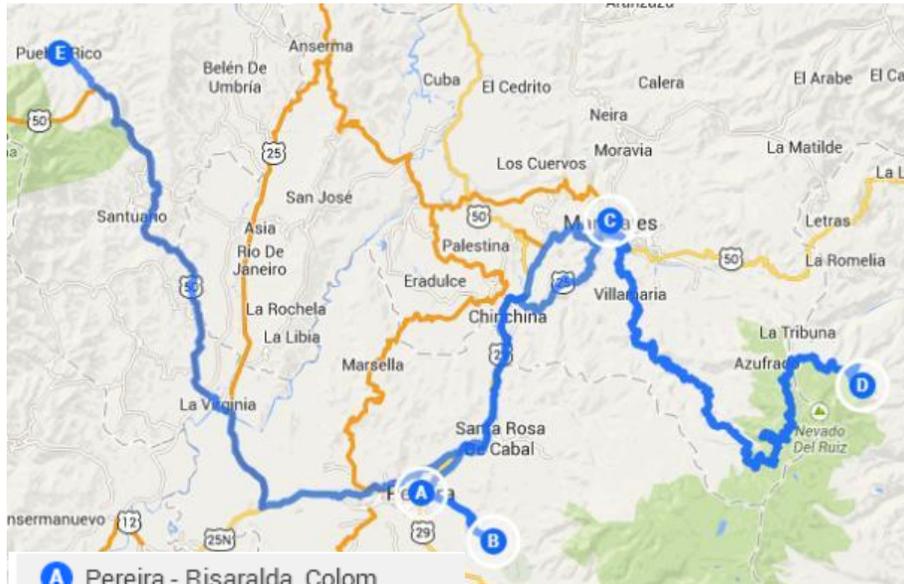
Trekking paisajístico de 1000 a 4000 mil metros

Las mejores vacaciones para un entusiasta de la naturaleza y la montaña. Nuestras experiencias se enmarcan en el área del Parque Nacional Natural de los Nevados, el Distrito de Conservación de Suelos de Campo Alegre y el Parque Regional Natural Ucumarí, tres áreas protegidas que protegen muestras de ecosistemas estratégicos de los andes centrales de Colombia, el páramo, el cual solo puede ser visto en cinco países del planeta, el bosque de niebla y la selva sub andina.

Maravíllate con las dimensiones del Paisaje, así como por la sensación de ser el nuevo descubridor de esta fantástica tierra.

Ruta 5, diseñada para 6 días, discurre por municipios de *playgrounds 2 y 3*

Itinerario recomendado para 6 días



- A Pereira - Risaralda, Colom...
- B Santuario De Flora y Fau...
- C Manizales - Caldas, Colo...
- D Parque Nacional Natural ...
- E Pueblo Rico - Risaralda, C...

5

Birding en los Andes Centro- Occidentales

Explora los emocionantes andes centro occidentales de Colombia en el Paisaje Cultural Cafetero, el lugar donde se unen el Choco biogeográfico y los andes tropicales, dos *hotspots* de biodiversidad, con especies localizadas entre los 1000 a 4000 metros sobre el nivel del mar. La zona es especialmente famosa por los colibríes y tangaras.

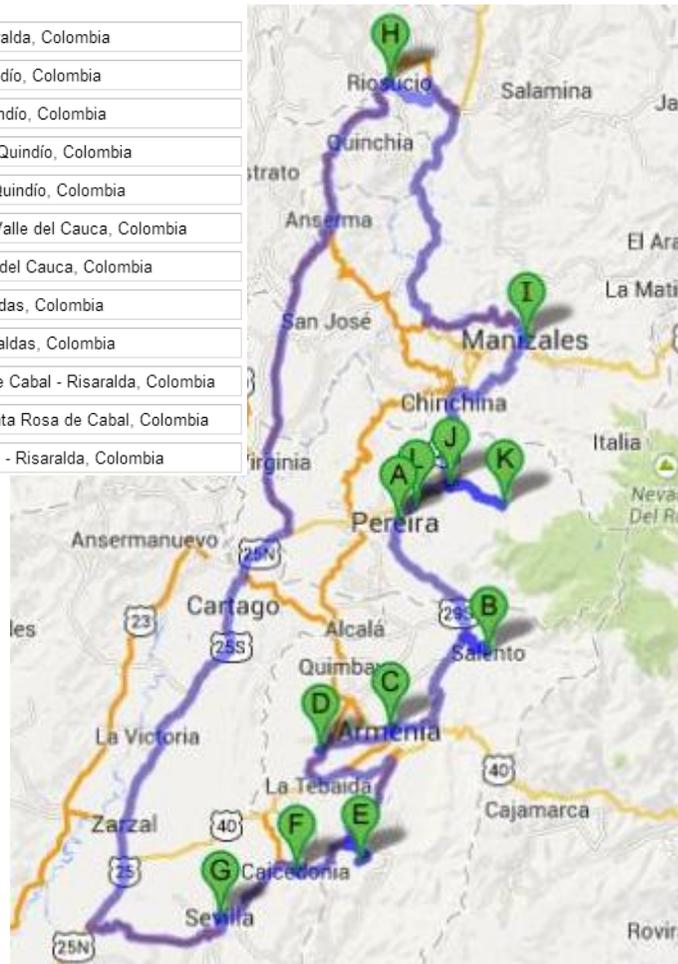
En este lugar tendrás la oportunidad de encontrar un buen número de endémicas, entre ellas, *Cauca Guan*, *Chestnut Wood-Quail*, *Rufous-fronted Parakeet*, *Indigo-winged Parrot*, *Yellow-eared Parrot*, *Grayish Piculet*, *Parker's Antbird*, *Brown-breasted Antpitta*, *Stiles's Tapaculo*, *Multicolored Tanager*, *Gold-ringed Tanager*, *Black-and-gold Tanager*, *Crested Ant-Tanager*, and *Red-bellied Grackle*.

Ruta 6, diseñada para 7 días, discurre por municipios de *playgrounds 1, 2 y 4*

Itinerario recomendado para 7 días

6

- A Pereira - Risaralda, Colombia
- B Salento - Quindío, Colombia
- C Armenia - Quindío, Colombia
- D Montenegro - Quindío, Colombia
- E Buenavista - Quindío, Colombia
- F Caicedonia - Valle del Cauca, Colombia
- G Sevilla - Valle del Cauca, Colombia
- H Riosucio - Caldas, Colombia
- I Manizales - Caldas, Colombia
- J Santa Rosa de Cabal - Risaralda, Colombia
- K Termales, Santa Rosa de Cabal, Colombia
- L Dosquebradas - Risaralda, Colombia



Cafés especiales, del origen a la revelación

Disfruta de una ruta por el Paisaje Cultural Cafetero que agudizará tus sentidos y elevará a un nivel superior tu conocimiento del universo de los cafés especiales.

Descubre, directamente en las fincas, acerca de sus diferencias: cafés de origen, con cualidades únicas, cafés sostenibles, cultivados por comunidades comprometidas con la protección del medio ambiente, y cafés de preparación, especiales por su apariencia y forma.

Aprende a preparar un buen café y a potenciar tus sentidos para apreciar y saborear los diferentes tipos de café que resultan de estos procesos: exóticos, orgánicos, sostenibles, supremos, selectos, etc. Un sinfín de aromas, sabores y paisajes, esta es la promesa.

Cada ruta dispone de una ficha descriptiva y un completo itinerario

Ruta 1: Descripción

Encantadores pueblos y paisajes cafeteros

Vive el universo del café adentrándote en las fincas cafeteras y aprende a prepararlo y catarlo. Surcarás paisajes inolvidables en transportes muy auténticos, que te conducirán a encantadores pueblos de coloridos balcones y gente amable, como Filandia, Salento o Pijao. Pasea entre las palmas más altas del planeta en el valle del Cocora, y disfruta de una cabalgata o una caminata rodeado de valles interandinos con infinitas tonalidades de verde, como los de Quindío o Maravelez.

Temática principal y complementaria

La temática central de esta ruta gira entorno a dos pilares:

- Elementos más representativos de la cultura del mejor café del mundo, expresada en sus procesos de siembra y cultivo, icónicas fincas cafeteras, costumbres y tradiciones, pueblos que preservan su característica arquitectura antioqueña, artesanía, etc.
- Paisajes y parajes de extrema belleza, algunos únicos o muy exclusivos. La ruta se apoya de forma complementaria en actividades de aventura.

Público objetivo

Turista internacional (con especial hincapié en mercados de LATAM), adulto o senior, que viaje solo, en pareja o con amigos, y que busca descubrir los más destacados y bello de un destino.

Aeropuerto

Entrada / salida:
Aeropuerto Internacional del Edén (Armenia)

Duración

Ruta con propuestas para 4, 5 y 6 días

Itinerarios y alojamiento

- 4 días: Buenavista- Pijao – Calarcá - Valle del Cocora- Salento - Filandia o Jardín Botánico
- 5 días: Montenegro – Calarcá – La Tabla – Calarcá – Salento – Valle del Cocora – Quimbaya - Salento
- 6 días: El Caimo – Buenavista – Pijao – Calarcá – La Tabla – Parque del Café – Filandia – Valle del Cocora – Salento – Quimbaya – Jardín Botánico - Calarcá
- Alojamiento: Hacienda cafetera en Calarcá o Armenia o Quimbaya o Montenegro / Hotel o hacienda en Salento.

Cosas para recordar

- Los secretos que hacen de éste el mejor café suave del mundo.
- La sensación de paz y tranquilidad sentida en las haciendas.
- Los paisajes y sus infinitas tonalidades de verde, suaves y mullidos.

Experiencias incluidas

- 4 días:
- Auténticas haciendas cafeteras colombianas
 - Paisaje y cultura cafetera en transportes auténticos
 - El mejor café, de la semilla a la taza
 - Cafés especiales, del origen a la revelación
 - Pueblos con encanto: Pijao, Salento y Filandia (posibilidad)
 - Valle del Cocora: Las palmas más altas del planeta
 - Jardín Botánico del Quindío: Santuario de Mariposas (posibilidad)

5 días (experiencias adicionales):

- Postales del PCC: Caminata paisajística
- Mucho más que cabalgatas
- Aventuras en hermosos ríos y cascadas
- Una decoración muy natural

6 días (experiencias adicionales):

- Aprendizaje y entrenamiento en el Parque del Café
- Volando sobre cafetales

210

Ruta 1: Itinerario para 4 días, 3 noches

Día 1

Día 2

Día 3

Día 4

Mañana

Esta ruta propone aproximarte a esta tierra cafetera entrando por el aeropuerto Internacional del Edén, situado en la ciudad de Armenia, capital del Departamento del Quindío.

Durante 4 días - 3 noches descubrirás la esencia de la singular cultura cafetera de esta tierra en sus procesos de sembrado y cultivo, sus auténticas fincas cafeteras y pueblos de arquitectura antioqueña. Lo harás a bordo de transportes icónicos como los "Yipaos", desde los que contemplarás embelesado sus agradables valles interandinos, cubiertos por infinitas tonalidades de unos verdes suaves y mullidos, salpicados de coloridas fincas cafeteras donde podrás descansar y relajarte. Te espera también una excitante experiencia en el Valle del Cocora, entre palmas gigantes y misteriosos bosques de niebla.

Desde el aeropuerto nos trasladaremos a una hacienda cafetera colombiana, ya sea en Armenia, Calarcá, Montenegro o Quimbaya, donde descansaremos del viaje y tendremos nuestro primer contacto con la cultura cafetera.



Tarde

Relájate en una auténtica hacienda cafetera colombiana y disfruta de todas sus posibilidades

La hacienda te fascinará: sus vivos colores, su singular arquitectura, caracterizada por amplios porches adornados con flores, donde podrás relajarte, mientras tu vista se pierde en espectaculares paisajes.

Disfrutarás de apacibles paseos entre cafetales, adquiriendo las primeras nociones sobre el universo del café, percibiendo el aroma a frutas exóticas para luego degustarlas.

Más tarde, en este entorno tan auténtico, una rica cena, elaborada con productos de la hacienda y finalmente una exquisita taza de café suave colombiano, mientras compartes una animada charla.

En el medio de verificación de Objetivo 3: "Documento final objetivo 3 (Act 4,5 y 6)", entregado el 18 de abril de 2014, se encuentra el detalle de cada una de las rutas

1

Diseño de producto turístico:
sistema de experiencias, playgrounds (sub-regiones) y circuitos

2

Talleres de socialización, formación y focus groups para la puesta en funcionamiento de actividades experienciales

3

Desarrollo de metodología para articular los servicios turísticos
entorno a la propuesta de valor del sistema de experiencias

4

Diseño de una maqueta de catálogo promocional del sistema de
experiencias y rutas del Paisaje Cultural Cafetero

La metodología de trabajo de campo empleada para poner en funcionamiento actividades experienciales ha cimentado en talleres y *focus groups* regionales

14 talleres



- Representantes del sector público
- Gestores de atractivos
- Empresarios de alojamiento, restauración y transporte
- Operadores locales
- Etc.

4 *focus groups*



- Operadores especializados
- Comisionistas
- Guías
- Etc.

Los talleres tenían el doble objetivo de socializar los resultados del proyecto con los empresarios y formales en diseño de experiencias

Socialización



- Objetivos y metodología del proyecto
- Público objetivo y propuesta de valor del Paisaje Cultural Cafetero
- Colección de experiencias y representatividad de los municipios en las mismas
- Rutas a diseñar

Formación

Aplicación de la fórmula mágica: valor positivo y valor negativo



- Modelo de negocio
- Diseño de experiencias memorables
- Ejemplo práctico de la aplicación de la fórmula valor- esfuerzo a una ruta turística por el Paisaje Cultural Cafetero

El medio de verificación relativo a la actividad 4 de Objetivo 3 recoge la presentación empleada en los talleres sectoriales

En los *focus groups* se trabajaba conjuntamente con los operadores locales en el diseño de las rutas



1. Planteamiento de las rutas potenciales a los operadores,
2. Expresión de opiniones individuales,
3. Diálogo grupal,
4. Propuesta de itinerarios.

Fruto de este trabajo se dispone de un diseño de producto y un sector más capacitado en el diseño de experiencias

Experiencias



1

Saborear la cultura del mejor café suave del mundo



2

Disfrutar de una naturaleza y un paisaje únicos



3

Vivir grandes aventuras en parajes exclusivos



4

Aprender sobre oficios muy auténticos

Rutas

1

Encantadores pueblos y paisajes cafeteros



2

Viaje al origen del mejor café del mundo



3

Exuberante naturaleza y paisaje cafetero



4

Trekking paisajístico de 1000 a 4000 mil metros



5

Birding en los Andes Centro-Occidentales



6

Cafés especiales, del origen a la revelación



Talleres de socialización y formación

Realizados en un total de 14 talleres por la región del Paisaje Cultural Cafetero: departamento de Caldas, 4 talleres: departamento de Risaralda, 3 talleres; departamento de Quindío, 2 talleres y departamento del Valle del Cauca, 5 talleres. Para un total de asistencia registrada en físico de 554 personas.

En consolidado,

CONSOLIDADO DE AGENDA Y RESULTADOS DE TALLERES - 2014				
Departamento	Municipio Sede	Fecha	Hora	Total Asistentes
Caldas	<u>Salamina</u>	Marzo 3	8 am a 11 am	39
	Manizales	Marzo 3	3:30 pm a 6:30 pm	58
	Riosucio	Marzo 19	9 am a 12 m	35
	Anserma	Marzo 19	2:30 pm a 5:30 pm	39
Risaralda	Santa Rosa de Cabal	Marzo 4	8 am a 11 am	40
	Pereira	Marzo 4	3 pm a 6 pm	100
	Belén de Umbría	Marzo 18	9 am a 12 m	51
Quindío ¹	Armenia	Marzo 5	2:30 pm a 5:30 pm	21
	<u>Salento</u>	Marzo 5	8 am a 11 am	22
Valle del Cauca	Santiago de Cali	Marzo 14	2:30 pm a 5:30 pm	53
	Trujillo	Marzo 20	2 pm a 5 pm	5
	El Cairo	Marzo 21	10 am a 1 pm	53
	El Águila	Marzo 22	2 pm a 5 pm	12
	<u>Caicedonia</u>	Marzo 26	2 pm a 5 pm	26
Total			14 Talleres	554

Fuente: Elaboración propia, 2014

El texto completo del informe de talleres de socialización se presenta en el documento tipo word denominado: 140324_1081_InformeTalleresObj3-Act7y10

Talleres de socialización y formación

El proceso de planificación, desarrollo y resultados por cada taller tuvo:

1. Convocatoria: proceso realizado vía online con el uso de las bases de datos propias de información secundaria y del trabajo de campo, como las bases de datos de los actores sociales que apoyan el proceso (locales en cada municipio y miembros de la Mesa Técnica de Turismo).

A continuación se detalla a modo de caso ejemplo, la convocatoria y el contenido del archivo adjunto para el municipio de Anserma, Caldas. De igual forma, se personalizaron las invitaciones para cada uno de los 14 talleres aplicados.

En Anserma, Caldas: Invitación a participar de taller de Producto Turístico del Paisaje Cultural Cafetero   



Beatriz Plata <beatrizplata1@gmail.com>

14 de mar. ☆

para lina.quiceno, carolina.busta., Francisco, Juan, jhonfredyarcy, umata, adielam06, alcaldia, alcaldia, ε

Extendemos un cordial y afectuoso saludo. Adjunto les remitimos la invitación para que nos acompañen en el Taller de Producto Turístico Experiencial en el auditorio del Comité de Cafeteros de Anserma, Caldas el **próximo miércoles 19 de Marzo de 2014 entre las 3 pm y las 6 pm.**

Entrada libre. Este taller vincula a los municipios de San José, Risaralda y Belalcazar en Caldas y, Guática y Quinchía en Risaralda.

Cualquier inquietud con gusto estamos atentos a resolverla,

Agradecemos replicar esta información a quienes se considere,

Gracias por su atención,

...



Talleres de socialización

El detalle del documento adjunto para el caso ejemplo del taller del municipio de Anserma para la convocatoria fue:



Diseño y estructuración de los productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero

Invitación para taller de diseño de Producto Turístico Experiencial

Municipios de Anserma – San José – Risaralda – Belalcázar en Caldas y Guática y Quinchía en Risaralda

Marzo 19 de 2014



En colaboración con SUEJÉ

“Diseño y estructuración del producto turístico para el Paisaje Cultural Cafetero”: Un proyecto de nación

El Estado colombiano obtuvo la inclusión del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) en la Lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad de la UNESCO en 2011. Este prestigioso organismo internacional reconoce en el Paisaje Cultural Cafetero unos valores “excepcionales y universales” que deben ser protegidos para el bien de la humanidad. Para su protección y conservación, la región se ha comprometido en la ejecución de un Plan de Manejo que apunta a evitar su deterioro y a garantizar su permanencia en el tiempo. El proyecto de “Estructuración y diseño del producto turístico para el Paisaje Cultural Cafetero” aporta al cumplimiento de los objetivos 2 y 3 de este Plan de Manejo:

Objetivo 2: “promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno” donde se propone “...el mejoramiento de las condiciones de vida de los cafeteros no solo se logra a través de la rentabilidad económica de su cultivo, sino que es necesario implementar acciones puntuales para que su desarrollo social sea integral. Para esto se busca trabajar en tres esferas de la vida rural: procesos educativos y de capacitación, proyectos que mejoren la infraestructura de las comunidades y el desarrollo de proyectos productivos y turísticos que generen valor a las comunidades del PCC.



3

Estimados:

Prestadores de Servicios Turísticos y comunidad interesada

Nos es grato invitarles a la celebración del “Taller de diseño de producto turístico experiencial”

Lugar: Auditorio Comité Municipal de Cafeteros

Día: Miércoles 19 de Marzo de 2014

Hora: 3 pm a 6 pm

Este taller se enmarca dentro de las actividades del proyecto de Fontur: “Estructuración y diseño de productos turísticos para el Paisaje Cultural Cafetero”. Hace unas semanas se desplazaron miembros del equipo de proyecto a sus municipios para realizar un trabajo de campo, cuyo objetivo era identificar atractivos, servicios turísticos y actividades experienciales que pueden formar parte en la actualidad de la oferta del Paisaje Cultural Cafetero, para una demanda internacional.



2

El objetivo 3 del plan de manejo se fundamenta en sensibilizar al empresario de turismo respecto a conservar, revitalizar y promover el patrimonio cultural y articularlo al desarrollo regional, esto desde el desarrollo de un producto experiencial que comunique los valores excepcionales por medio de los cuales el territorio es declarado patrimonio mundial y que active emociones, sensaciones y construya nuevo conocimiento alrededor del territorio en el marco de la oferta turística de los cuatro departamentos.

El ámbito geográfico de este proyecto se circunscribe a 51 municipios de los Departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío y Valle del Cauca. Sin embargo, es un proyecto de interés nacional, ya que pretende identificar una colección de experiencias y rutas, junto a sus prestadores de servicios, que capturen la atención de la intermediación y la demanda internacional. El Paisaje Cultural Cafetero, junto a Bogotá, Cartagena de Indias, también Patrimonio de la UNESCO y el Caribe colombiano, son una fórmula ganadora de Realismo Mágico en los mercados internacionales.



4

Talleres de socialización

Taller de diseño de producto turístico experiencial

Si usted desea conocer los avances del proyecto en materia de oferta turística identificada, y quiere contribuir a su desarrollo, expresando su opinión, no puede perderse este evento. Por otro lado, la cita es de gran interés para todos aquellos empresarios turísticos que desean satisfacer una demanda internacional y mejorar en la prestación de sus servicios.

El taller será orientado por el Señor César Augusto Angel Valencia, Director local y Gerente de [Nature Trips](#) Colombia.

La duración del taller será de un máximo de 3 horas.

Les rogamos la máxima puntualidad.

ENTRADA LIBRE



5

Taller de diseño de producto turístico experiencial

AGENDA

Primera parte: Socialización y construcción conjunta

Introducción
 Perfil del consumidor internacional
 Las experiencias identificadas
 Aportaciones de los asistentes

Descanso. Refrigerio

Segunda parte: Diseño de producto

Diseño de experiencias turísticas
 Caso práctico: Cómo ofrecer más valor al turista

Cierre

Gracias por su participación



6

Apoyo convocatorias: Autoridades del municipio sede y de los municipios vinculantes; miembros de la Mesa Técnica de Turismo del Departamento de Caldas y de Risaralda.

4.2. AGENDA Y DESARROLLO

El apoyo de convocatoria y logística local, así como los resultados de registro de asistencia y fotográfico fueron:

TALLER DE ANSERMA, CALDAS				
Vinculó a los municipios de San José, Risaralda, Belalcázar en Caldas y Guática y Quinchía en Risaralda				
Escenario sede	Contacto Local	Fecha	Hora	Total Asistentes
Auditorio Comité Municipal de Cafeteros	John Fredy Arce – Alcaldía Municipal de Anserma	Marzo 19	3 pm a 6 pm	39

Fuente: Elaboración propia, 2014

Focus Group

Adicional, y en la construcción del Objetivo No. 3, se presenta el compendio de resultados de las reuniones con los operadores locales para la puesta en funcionamiento de actividades experienciales; empaquetar actividades y servicios turísticos a nivel subregional que se denominó: *Focus Group* (esquema conversatorio). Se desarrolló un focus por cada departamento del Paisaje Cultural Cafetero.

En conjunto, las reuniones programadas con los operadores turísticos tuvieron como estructura:

1. Planteamiento de las rutas potenciales a los operadores,
2. Expresión de opiniones individuales,
3. Diálogo grupal,
4. Propuesta de itinerarios.

El total de agenda, fechas, horas efectivas y registro físico de los focus group talleres se muestra a continuación:

CONSOLIDADO DE AGENDA Y RESULTADOS DE FOCUS GROUPS - 2014				
Departamento	Municipio Sede	Fecha	Hora	Total Asistentes
Caldas	Manizales	Marzo 3	7 pm a 9 pm	12
Risaralda	Pereira	Marzo 4	7 pm a 9 pm	13
Quindío	Armenia	Marzo 5	7 pm a 9 pm	19
Valle del Cauca	Santiago de Cali	Marzo 14	7 pm a 9 pm	0
Total			4 Focus group ¹	44

Fuente: Elaboración propia, 2014

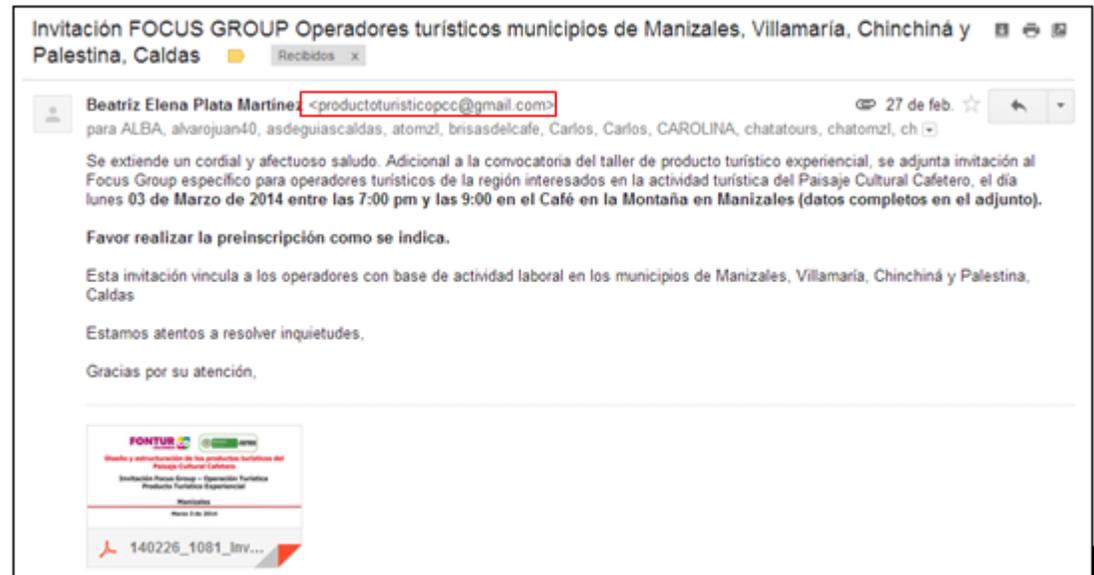
Focus Group

El total de asistencia registrada para tres (3) talleres efectivos, fue de 44 operadores. Santiago de Cali, no registró asistencia al focus group.

Así, a continuación se relaciona el proceso de planificación, desarrollo y resultados por cada focus group que contiene:

Convocatoria: proceso realizado vía online con el uso de las bases de datos propias de información secundaria y del trabajo de campo, como las bases de datos de los actores sociales que apoyan el proceso (locales en cada municipio y miembros de la Mesa Técnica de Turismo), con excepción de Santiago de Cali, de la cual el equipo consultor no tiene base de datos por ser ciudad capital no incluida en el Paisaje Cultural Cafetero. Las directivas de turismo departamentales asumieron el compromiso de convocatoria. Se les remitió la invitación para circulación online.

Modelo de mail remitidos para cada caso específico:



Focus Group

Para el caso ejemplo, del focus group de Manizales, se copia, la convocatoria, el registro de asistencia y el registro fotográfico. De igual modo, se desarrolló para cada focus group.



Diseño y estructuración de los productos turísticos del Paisaje Cultural Cafetero

Invitación Focus Group – Operación Turística Producto Turístico Experiencial

Manizales

Marzo 3 de 2014



En colaboración con



Estimados:

Operadores turísticos municipios de Manizales, Chinchiná, Neira, Palestina y Villamaría, Caldas

Nos es grato invitarles al conversatorio “Focus Group para operadores turísticos dentro del Diseño de Producto turístico Experiencial del Paisaje Cultural Cafetero”

Lugar: Café en la Montaña – Carrera 23 No. 32-22 Parque Fundadores

Día: Lunes 03 de Marzo de 2014

Hora: 7:00 pm a 9 pm

Es interés del equipo de la consultoría en Diseño y Estructura del Producto Turístico del Paisaje Cultural Cafetero realizar un conversatorio específico con diferentes empresarios interesados en la operación turística del Paisaje Cultural Cafetero para ahondar en los propósitos y resultados del trabajo que se adelanta.



2

Información completa de los focus group en el documento tipo word denominado: 140324_1081_InformeFocusGroupObj3Act8

Focus Group

Focus Group Operadores turísticos

De esta forma, le estamos invitando a que nos acompañe por un tiempo no superior a dos (2) horas en la fecha, hora y lugar descrito.

El conversatorio será orientado por la Señora Sonia Huerta, Directora General y gerente de THR de España y por el Señor César Augusto Angel Valencia, Director local y Gerente de [Nature Trips Colombia](#).

Les rogamos la máxima puntualidad y la preinscripción remitida al correo: productoturisticopec@gmail.com con los siguientes datos:

Nombre de la empresa; persona delegada; cargo; teléfono; mail de contacto; dirección; página web (si aplica).

"Diseño y estructuración del producto turístico para el Paisaje Cultural Cafetero": Un proyecto de nación

El Estado colombiano obtuvo la inclusión del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) en la Lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad de la UNESCO en 2011. Este prestigioso organismo internacional reconoce en el Paisaje Cultural Cafetero unos valores "excepcionales y universales" que deben ser protegidos para el bien de la humanidad. Para su protección y conservación, la región se ha comprometido en la ejecución de un Plan de Manejo que apunta a evitar su deterioro y a garantizar su permanencia en el tiempo. El proyecto de "Estructuración y diseño del producto turístico para el Paisaje Cultural Cafetero" aporta al cumplimiento de los objetivos 2 y 3 de este Plan de Manejo:

Objetivo 2: "promover el desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno" donde se propone "...el mejoramiento de las condiciones de vida de los cafeteros no solo se logra a través de la rentabilidad económica de su cultivo, sino que es necesario implementar acciones puntuales para que su desarrollo social sea integral. Para esto se busca trabajar en tres esferas de la vida rural: procesos educativos y de capacitación, proyectos que mejoren la infraestructura de las comunidades y el desarrollo de proyectos productivos y turísticos que generen valor a las comunidades del PCC.

Focus Group Operadores turísticos

Mayores informes:

Beatriz Elena Plata. Profesional turismo. Equipo Consultor
Celular: 320 -7746532
Mail: productoturisticopec@gmail.com

Focus Group

Apoyo convocatorias: Autoridades del municipio sede y miembros de la Mesa Técnica de Turismo del Departamento de Caldas.

1.2. AGENDA Y DESARROLLO

FOCUS GROUP DE MANIZALES, CALDAS			
Operadores turísticos del departamento de Caldas			
Escenario sede	Fecha	Hora	Total Asistentes
Café en la Montaña – Parque Fundadores, Manizales	Marzo 3	7 pm a 9 pm	12

Fuente: Elaboración propia, 2014

1.3. REGISTRO DE ASISTENCIA

REGISTRO DE ASISTENCIA						
FOCUS GROUP OPERADORES TURÍSTICO PARA PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL - PAISAJE CULTURAL CAFETERO						
MUNICIPIO DE MANIZALES, CALDAS - MARZO 03 DE 2014						
NO	NOMBRES-APELLIDOS	CARGO	TEL	MAIL	ENTIDAD	MUNICIPIO
	RODRIGO BARRON	GERENTE	310660018	choberto@hotels.com	CASTA TRUPOS	MANIZALES
	Tatiana Hincapié	Executiva	319339399	gea@comunicacionydesarrollo.com	Chinchoy	PRIMA
	Andrés Mesa	Coordinador Comunitario	314517677	andres@726.com	Gran Medios	Manizales
	Dora Inés Echaverry	Asesora	310339252	moreno@comunicacionydesarrollo.com	Gran Medios	Manizales
	Juliana Quintero Bernal	Asesora Comunitaria	314524994	juliana@comunicacionydesarrollo.com	Agencia	Manizales
	JURJINS GARCIA GARCIA	GERENTE	3105056843	comunicacion@comunicacionydesarrollo.com	CARDIEL MARIKO	MANIZALES
	Pascual Hincapié	Asesor e Tutor	314524994	pascual@comunicacionydesarrollo.com	Financ. Manizales	Manizales
	Sandra Hincapié	Asesora	314524994	sandra@comunicacionydesarrollo.com	Financ. Manizales	Manizales
	Patricia Echeverri	Asesora Turística	310592779	patricia@comunicacionydesarrollo.com	Financ. Manizales	Manizales
	Colmar Góngora	Dir. Ejecutiva	313006666	colmar@comunicacionydesarrollo.com	Financ. Manizales	Manizales
	Carla Santacoloma	PRESIDENTE	3155554641	carla@comunicacionydesarrollo.com	ASDEQUIAS	Manizales
	Manjara Hincapié	ASESOR	3123300568	manjara@comunicacionydesarrollo.com	ASDEQUIAS	Manizales

1.4. REGISTRO FOTOGRAFICO



1

Diseño de producto turístico:
sistema de experiencias, playgrounds (sub-regiones) y circuitos

2

Talleres de socialización, formación y focus groups para la puesta en funcionamiento de actividades experienciales

3

**Desarrollo de metodología para articular los servicios turísticos
entorno a la propuesta de valor del sistema de experiencias**

4

Diseño de una maqueta de catálogo promocional del sistema de experiencias y rutas del Paisaje Cultural Cafetero

La metodología que se propone para articular los servicios turísticos entorno al sistema de experiencias se basa en 5 grandes pasos

- 1** Diseñar el modelo de negocio del sello del sistema de experiencias del Paisaje Cultural Cafetero
- 2** Constituir los órganos de gestión del sello y su sistema de experiencias
- 3** Designar el Comité de Dirección del sello del sistema de experiencias y celebrar el primer comité en el 2014
- 4** Poner en marcha los procesos de selección de proveedores de las experiencias y gestión de la calidad
- 5** Hacer marketing del sello y el sistema de experiencias y su plataforma: www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com

En el medio de verificación de Objetivo 3 relativo a la Actividad 6 y en el “Documento final objetivo 3 (Act 4,5 y 6)”, entregado el 18 de abril de 2014, se encuentra el detalle de cada uno de los pasos

Para que la propuesta de valor del Paisaje Cultural Cafetero se cumpla, es necesario abordar 5 proyectos clave



En el medio de verificación de Objetivo 3 relativo a la Actividad 6 y en el “Documento final objetivo 3 (Act 4,5 y 6)”, entregado el 18 de abril de 2014, se encuentra el detalle de cada uno de los proyectos

1

Diseño de producto turístico:
sistema de experiencias, playgrounds (sub-regiones) y circuitos

2

Talleres de socialización, formación y focus groups para la puesta en funcionamiento de actividades experienciales

3

Desarrollo de metodología para articular los servicios turísticos
entorno a la propuesta de valor del sistema de experiencias

4

Diseño de una maqueta de catálogo promocional del sistema de
experiencias y rutas del Paisaje Cultural Cafetero

En el marco del proyecto se ha diseñado un catálogo para el Paisaje Cultural Cafetero que tiene 3 objetivos

- Resaltar y dar a conocer **las increíbles experiencias turísticas que se pueden vivir en el PCC** de Colombia
- Mostrar **las otras caras y posibilidades turísticas del PCC**, más allá de las habituales (haciendas cafeteras, valle del Cócora)
- **Seducir a operadores turísticos internacionales** para que se interesen por el PCC e integren el destino y las experiencias asociadas en su oferta de tours y paquetes

Los destinatarios son principalmente operadores

- **Operadores turísticos internacionales**
- Organismos de promoción turística de países situados en mercados internacionales (Europa, USA, etc.)
- Organismos de promoción turística de Colombia
- Operadores turísticos del PCC
- Consumidores y potenciales turistas

En el medio de verificación de Objetivo 3 relativo a la Actividad 9 se encuentra la maqueta del catálogo

Contenido

1 Objetivo 1. Estado del arte del sector turístico

2 Objetivo 2. Caracterización de la oferta

3 Objetivo 3. Diseño de producto

4 Objetivo 4. Plataforma tecnológica

La gran obligación del objetivo 4, según especifica el propio contrato...

“Lo que se plantea en este objetivo es que con los recursos solicitados se pueda desarrollar el Back de la plataforma para los departamentos de Caldas, Risaralda y Valle del Cauca y lograrla vincular a la plataforma tecnológica que se está desarrollando en el departamento del Quindío”

Esta gran obligación se ha cumplido mediante la realización de 4 bloques de actividad

1

Analizar la plataforma tecnológica existente y establecer los desarrollos a realizar en el back y el front

2

Preparar los contenidos a cargar y desarrollar el back de la plataforma y su módulo de mapificación geográfica

3

Cargar los contenidos, ejecutar pruebas de funcionamiento y desarrollar el front para su visualización

4

Elaborar un informe con recomendaciones acerca de futuras mejoras al back y al front de la plataforma

1

Analizar la plataforma tecnológica existente y establecer los desarrollos a realizar en el back y el front

2

Preparar los contenidos a cargar y desarrollar el back de la plataforma y su módulo de mapificación geográfica

3

Cargar los contenidos, ejecutar pruebas de funcionamiento y desarrollar el front para su visualización

4

Elaborar un informe con recomendaciones acerca de futuras mejoras al back y al front de la plataforma

Bloque 1. Analizar la plataforma tecnológica existente y establecer los desarrollos a realizar en el back y el front

El medio de verificación Producto 4_Actividad 1, explica el proceso mediante el cual se ha acordado con los gestores de la plataforma, es decir, la Cámara de Comercio de Armenia, los desarrollos a realizar en el back y el front para que la información relativa a atractivos y servicios seleccionados, y los productos turísticos diseñados en el presente proyecto durante los objetivos 2 y 3, pueda ser cargada y consultada en la plataforma existente.

Concretamente, las personas a cargo del desarrollo y explotación de la plataforma (www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com) son la Doctora Maria Claudia Campo, Coordinadora general del proyecto “Rutas del Paisaje Cultural Cafetero” y la webmaster de la plataforma, Carolina Jurado.

Con ellas y con los técnicos de la empresa finalmente encargada de realizar los desarrollos y carga de datos (Nexura), se han mantenido conversaciones para evaluar posibilidades y tomar la decisión definitiva.

Las actividades más importantes que se realizaron han sido:

1. Análisis del back y el front de la plataforma
2. Acuerdo sobre la propuesta técnica de desarrollo del back y el front

A continuación se describe lo esencial de cada actividad. Para mayor detalle, referirse al medio de verificación y sus anexos, en este caso: Producto 4_Actividad 1_Anexo 1

1. Análisis del back y el front de la plataforma

Durante los meses de febrero y marzo el equipo técnico inicia una intensa labor de comprensión de los módulos que integran el back de la plataforma y como se publica y consulta esta información en el front. Dicha comprensión tiene lugar a través de reuniones y conversaciones con la webmaster Carolina Jurado y la empresa Nexura. Es entonces cuando se pone de manifiesto lo siguiente:

- El aprovechamiento de la herramienta pudiera ser mucho mayor y su explotación mejorada. Esto puede deberse a no haber recibido una capacitación más exhaustiva por parte de Nexura con respecto al personal encargado de la Cámara de Comercio de Armenia.
- La carga de los atractivos y servicios turísticos de los 3 nuevos departamentos a incluir no se puede realizar si no se llevan a cabo desarrollos.
- El módulo de inventario ha dejado de ser empleado para el registro y publicación de la información relativa a atractivos y servicios, ya que no puede ser visualizado por el usuario desde el front, y en su lugar se está utilizando el módulo de publicaciones para cargar los atractivos y servicios turísticos, que es más ágil y proporciona al turista la información relevante.
- El módulo de mapas tiene que ser desarrollado para poder cargar los atractivos y servicios de las rutas turísticas que pasan por puntos no ubicados en el Departamento del Quindío. Adicionalmente, es necesario mejorar el proceso de creación de nuevos mapas.
- La plantilla de publicación actual del producto rutas turísticas presenta oportunidades de mejora de cara a la visualización y enriquecimiento de los campos de información.
- La plataforma no permite cargar el producto experiencias turísticas, al no existir la opción en la home page ni una plantilla en el módulo de publicaciones a tal efecto.

2. Acuerdo sobre la propuesta técnica de desarrollo del back y el front

Una vez decidido que el proveedor únicamente podrá ser Nexura, se pasa a elaborar una propuesta en firme para el desarrollo del back de la plataforma, tal que permita la carga de atractivos y servicios de los 3 departamentos adicionales, la actualización de los del Quindío y la carga de productos turísticos (experiencias y rutas).

La propuesta de desarrollo del back ha consistido finalmente en 4 ejes:

- Carga / actualización y maquetación de atractivos y servicios turísticos seleccionados de los 4 departamentos mediante el desarrollo de nuevos temas en el módulo de publicaciones del back de la plataforma, y no en el de inventario turístico.
- Desarrollo de 5 nuevas plantillas en el módulo de publicaciones del back de la plataforma, tal que permitan cargar los productos turísticos de experiencias y rutas de los 4 Departamentos.
- Carga y maquetación de la información relativa a los productos turísticos de experiencias y rutas en las nuevas plantillas desarrolladas.
- Desarrollo del módulo de mapas de tal forma que permita incorporar los puntos de GPS de atractivos y servicios de los 4 departamentos en el producto rutas turísticas.

Bloque 2. Acuerdo sobre la propuesta técnica de desarrollo del back y el front

Los desarrollos en el front, a realizar por la webmaster Carolina Jurado, para permitir la visualización de la información cargada y mejorar la home page, consisten en 3 acciones:

- Incorporación de la opción “Experiencias” en la barra de navegación del home page y menú principal e integración de las nuevas rutas y las existentes bajo la opción “Rutas”.
- Sustitución de la visión departamental en la home page por una visión de las 4 grandes categorías de producto.
- Vinculación de los datos de atractivos y servicios cargados a sus temas correspondientes.

1

Analizar la plataforma tecnológica existente y establecer los desarrollos a realizar en el back y el front

2

Preparar los contenidos a cargar y desarrollar el back de la plataforma y su módulo de mapificación geográfica

3

Cargar los contenidos, ejecutar pruebas de funcionamiento y desarrollar el front para su visualización

4

Elaborar un informe con recomendaciones acerca de futuras mejoras al back y al front de la plataforma

Preparar los contenidos a cargar y desarrollar el back de la plataforma y su módulo de mapificación geográfica

El medio de verificación Producto 4_Actividad 2, explica el proceso de preparación de los contenidos a cargar y las mejoras que la empresa desarrolladora de la plataforma, Nexura, ha llevado a cabo por encargo del equipo técnico del proyecto.

Estas explicaciones se han estructurado en 3 apartados:

1. El proceso de selección de los contenidos a cargar
2. Las mejoras desarrolladas en la plataforma
3. Generación de los ficheros de contenido

A continuación se describe lo esencial de cada actividad. Para mayor detalle, referirse al medio de verificación y sus anexos, en este caso: Producto 4_Actividad 2_Anexo 1 y Producto 4_Actividad 2_Fichero de carga y el anexo que contiene los detalles técnicos del módulo de mapificación geográfica.

1. El proceso de selección de los contenidos a cargar

Durante el Objetivo 2 del proyecto: Caracterización de la oferta turística, se levantó el inventario de atractivos turísticos y se caracterizaron un buen número de servicios turísticos que se encuentran cercanos o en la ruta hacia dichos atractivos turísticos. No todos los atractivos y/o servicios caracterizados son aptos para ser subidos a la plataforma. Gracias al exhaustivo cuestionario aplicado por el equipo de campo, ha sido posible identificar aquellos atractivos y servicios que merecen ser incluidos en la plataforma.

El Anexo 1 a este medio de verificación recoge el fichero de caracterización de atractivos y servicios de Producto 2 del presente proyecto, e incorpora 3 columnas al final de cada hoja identificando los atractivos / servicios que ya se encontraban en la plataforma, los que se han ingresado / actualizado y los que se han descartado. Los criterios empleados se identifican a continuación.

Atractivos turísticos

De los 263 atractivos caracterizados, de ellos ya se encontraban en la plataforma 32, se han descartado 156 y se han incorporado al fichero de carga para ser subidos a la plataforma un total de 94. Los criterios que han determinado la elección han sido los siguientes:

- La singularidad del atractivo
- El valor turístico actual (internacional y nacional)
- El estado de conservación
- La accesibilidad
- El nivel de desarrollo de infraestructura y servicios básicos para su aprovechamiento turístico

1. El proceso de selección de los contenidos a cargar

Fincas de café turísticas

De las 28 caracterizadas, 4 de ellas ya se encontraban en la plataforma, se han descartado 23 y se han incorporado al fichero de carga para ser subidas a la plataforma un total de 1. Los criterios de filtro aplicados han sido los siguientes:

- Facilidad de reserva
- Buena accesibilidad a la finca
- Limpieza y orden general
- Ofrece una buena experiencia turística relacionada con el cultivo y la cultura del café
- Los cafés especiales tienen una buena representatividad en el cultivo

Fábricas de café turísticas

De las 10 caracterizadas, ninguna se encontraba en la plataforma y se ha descartado el ingreso de las 10. Los criterios de filtro aplicados han sido los siguientes:

- Facilidad de reserva,
- Limpieza y orden general
- Ofrece una buena experiencia turística relacionada con el cultivo y la cultura del café
- Seguridad en la prestación de la experiencia

1. El proceso de selección de los contenidos a cargar

Alojamientos turísticos

De los 278 caracterizados, 67 de estos ya se encontraban en la plataforma, se han descartado 161 y se han incorporado al fichero de carga para ser subidos a la plataforma un total de 52. Los criterios de filtro aplicados han sido los siguientes:

- Dispone de RNT
- Condiciones buenas o excelentes de servicios en la habitación
- Equipamientos y servicios generales buenos o excelentes
- Recepción
- Atención 24 horas
- Dispone de póliza de responsabilidad civil
- Nivel de confort (bueno, alto o excelente)
- Limpieza y orden (buena o excelente)

Restaurantes

De los 134 caracterizados, 17 de estos ya se encontraban en la plataforma, se han descartado 26 y se han incorporado al fichero de carga para ser subidos a la plataforma un total de 92. Los criterios de filtro aplicados han sido los siguientes:

- Equipamiento y servicios generales buenos o excelentes:
- Limpieza y orden sala
- Limpieza y orden cocina
- Equipamiento y servicios generales
- Mobiliario
- Menaje
- Disponibilidad de baños para clientes
- Gestión de basuras

1. El proceso de selección de los contenidos a cargar

Cafeterías de café especial

De los 73 caracterizados, 7 de estos ya se encontraban en la plataforma, se han descartado 15 y se han incorporado al fichero de carga para ser subidos a la plataforma un total de 58 (incluye varias tiendas de Café Quindío). Los criterios de filtro aplicados han sido los siguientes:

- Dispone de una buena oferta de cafés especiales
- Equipamiento y servicios generales buenos o excelentes:
- Limpieza y orden sala
- Limpieza y orden cocina
- Tematización de la sala

Operadores locales

De los 82 caracterizados, 6 de estos ya se encontraban en la plataforma, se han descartado 54 y se han incorporado al fichero de carga para ser subidos a la plataforma un total de 25. Los criterios de filtro aplicados han sido los siguientes:

- Dispone de RNT
- Dispone de seguro de accidentes personales
- Más de 3 años operando en el destino
- Dispone de página web

2. Las mejoras desarrolladas en la plataforma

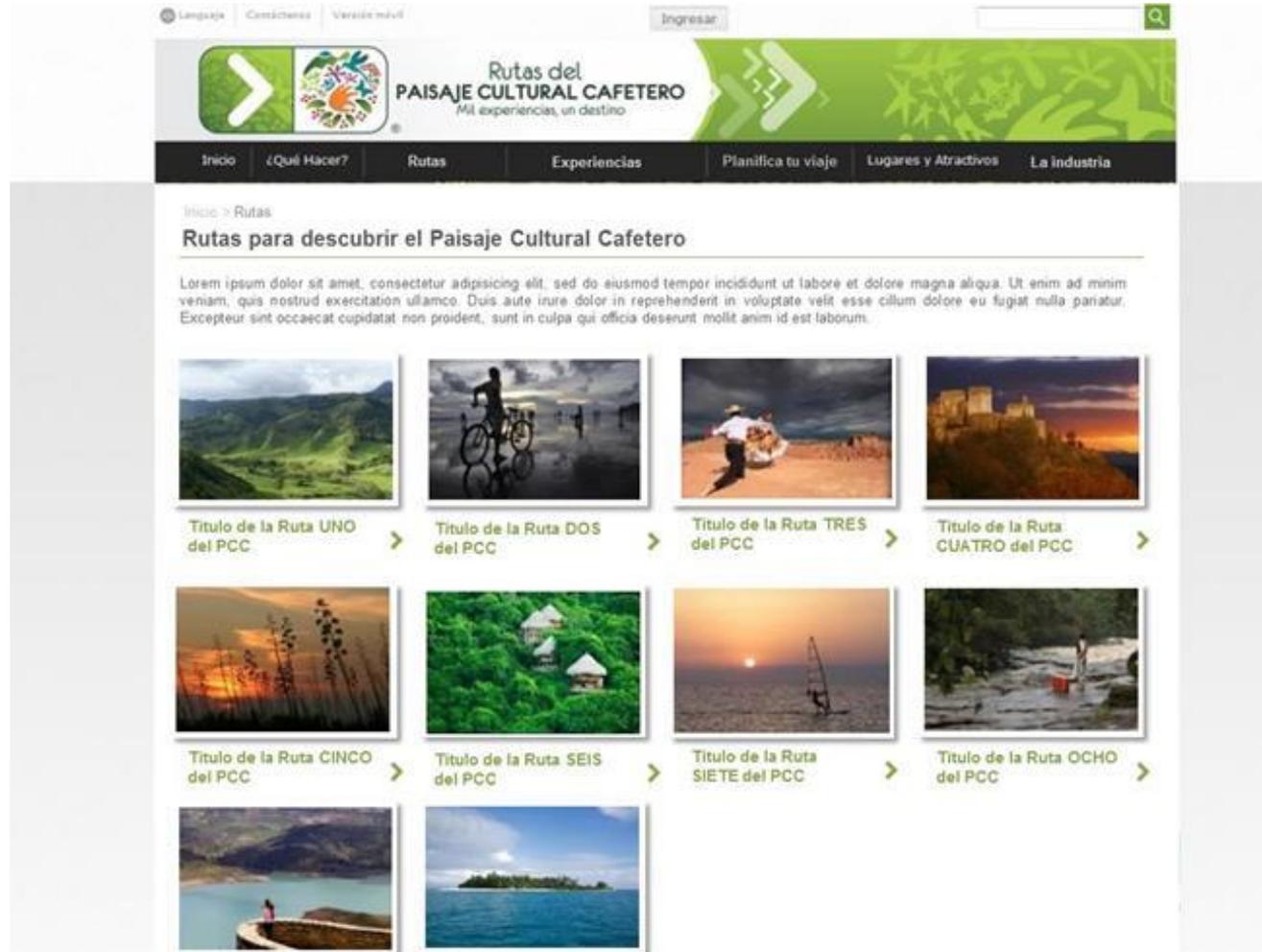
A Nexura se le solicita realizar los siguientes desarrollos:

Desarrollo de una publicación para mostrar las experiencias del Paisaje Cultural Cafetero



2. Las mejoras desarrolladas en la plataforma

Desarrollo de una publicación para mostrar las rutas del Paisaje Cultural Cafetero



2. Las mejoras desarrolladas en la plataforma

Desarrollo de una publicación para mostrar el detalle de las experiencias

The screenshot displays a web page for 'Rutas del Paisaje Cultural Cafetero'. The header includes a logo with a green arrow and a colorful circular emblem, the text 'Rutas del PAISAJE CULTURAL CAFETERO' and the tagline 'Mil experiencias, un destino'. A navigation menu contains links for 'Inicio', '¿Qué Hacer?', 'Rutas', 'Experiencias', 'Planifica tu viaje', 'Lugares y Atractivos', and 'La industria'. The main content area features a breadcrumb trail 'Inicio > Experiencias > Experiencia TRES plan cultural', a title 'Título de la experiencia TRES en plan cultural', and social media sharing options. A large landscape photograph of green hills is shown with navigation arrows. Below the image is a green button labeled 'Información para reservar'. Two sections, 'Ideal para...' and 'Si te gusta...', contain icons representing different user groups and activities. A box indicates 'Duración aproximada: 4-5 horas'. A 'Tiene mucho de...' section uses a grid of green and grey squares to rate various aspects: Aprendizaje, Entretenimiento, Belleza, and Acción. To the right, there is placeholder text, a 'Leer más' link, a 'Cosas para recordar' section with bullet points, a 'Dónde se puede vivir' section with a list of locations, and a 'Ver mapa' link.

2. Las mejoras desarrolladas en la plataforma

Desarrollo de una publicación para mostrar el detalle de las rutas sugeridas

Language | Contacto | Versión móvil | Ingresar

Rutas del PAISAJE CULTURAL CAFETERO
Mil experiencias, un destino

Inicio | ¿Qué Hacer? | Rutas | Experiencias | Planifica tu viaje? | Lugares y Atractivos | La industria

Inicio > Experiencias > Ruta DOS plan aventura

Título de la Ruta DOS en plan aventura

Compártelo en:    



Información para reservar >

Ideal para...  Si te gusta... 

Duración aproximada: 4 días

Cosas para recordar

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- Ut enim ad minim veniam, quis nostrud nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa.

Trazado de la ruta



2. Las mejoras desarrolladas en la plataforma

Desarrollo del módulo de mapas

Para realizar la carga de las rutas y la creación de sus mapas es necesario generar diferentes capas (atractivos y servicios complementarios). El problema a resolver mediante el desarrollo era la posibilidad de visualizar el mapa configurado mientras se está creando una nueva capa en el mismo. Por otro lado, el sistema no recibía en las capas de puntos coordenadas superiores a 5, o menores de 4, dejando por fuera gran cantidad de los atractivos de Caldas y algunos de Risaralda. Adicionalmente, cuando se creaba una ruta, no se podía ver bien la descripción del punto.

Todo esto ha sido solucionado:

- Se ha ajustado el paginado por capas
- Se ha ajustado el paginado para rutas
- Se ha ajustado el listado de mapas en la opción “Distancia de un punto a la ruta”
- Se ha abierto el rango permitido para configurar puntos en las capas de latitud 3 a 7

En el medio de verificación del Objetivo 4 relativo a las actividades 3 (cargar los contenidos) y 4 (ejecutar pruebas de funcionamiento) se ilustrará con los contenidos reales cargados como se visualizan en la plataforma las mejoras solicitadas.

Por otro lado, en el anexo manual del módulo de mapas se pueden apreciar las funcionalidades del mismo.

3. Generación de los ficheros de carga

Una vez seleccionados los atractivos y servicios a subir a la plataforma, así como los campos requeridos a informar, de estos y de experiencias y rutas, se ha procedido a generar los ficheros de carga siguiendo las especificaciones concretas de la empresa Nexura.

Los campos y su contenido se encuentran en el fichero Excel que acompaña a este documento como medio de verificación de la Actividad 2, Objetivo 4 (Nombre fichero: Objetivo 4_Actividad 2_Fichero de carga).

Adicionalmente a este fichero, se seleccionaron también las imágenes a emplear, organizadas en carpetas tal y como Nexura lo ha especificado.

Este fichero Excel contiene 3 pestañas:

- Contenido experiencias: toda la información relativa a las experiencias turísticas diseñadas en objetivo 3 a cargar en la plataforma
- Contenido rutas: toda la información relativa a las rutas turísticas diseñadas en objetivo 3 a cargar en la plataforma
- Atractivos y servicios: toda la información relativa a los atractivos y servicios seleccionados para cargar en la plataforma

1

Analizar la plataforma tecnológica existente y establecer los desarrollos a realizar en el back y el front

2

Preparar los contenidos a cargar y desarrollar el back de la plataforma y su módulo de mapificación geográfica

3

Cargar los contenidos, ejecutar pruebas de funcionamiento y desarrollar el front para su visualización

4

Elaborar un informe con recomendaciones acerca de futuras mejoras al back y al front de la plataforma

Cargar los contenidos, ejecutar pruebas de funcionamiento y desarrollar el front para su visualización

En los medios de verificación relativos a Objetivo 4, Actividad 2 se han explicado los desarrollos solicitados a la empresa Nexura en el módulo de publicaciones y mapas del back de la plataforma para poder cargar los contenidos de Objetivo 2 y 3 (consultables en el medio de verificación en Excel).

En este medio de verificación se proporcionan capturas de imagen para que se pueda comprobar cómo se visualiza en la plataforma la información cargada.

El documento se estructura en 3 apartados:

1. Capturas de imagen de atractivos, servicios, experiencias y rutas
2. Capturas de imagen de mapas
3. Modificaciones en el front

En los anexos a este medio de verificación se encuentra, en palabras de la propia webmaster de la plataforma, Carolina Jurado, las mejoras que el presente proyecto a supuesto para el Departamento del Quindío. Así mismo, se proporcionan pantallazos adicionales como soporte al medio de verificación principal.

1. Capturas de imagen de atractivos, servicios, experiencias y rutas

Atractivo

The screenshot shows a web browser window with the URL www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com/publicaciones/atractivos_turisticos_manizales_pub. The page features three main attraction cards on the left and a sidebar on the right.

Centro Histórico de Manizales
En 48 manzanas aproximadamente, por el contexto histórico urbano y tecnología constructiva mixta (bahareque y concreto) es un área única en Colombia y...

Reserva de Rio Blanco
Es Reserva Forestal Nacional Protectora desde 1992 con importancia hídrica al surtir de agua la ciudad de Manizales. Considerado el Bosque de niebla c...

Ecoparque Alcázares Arenillo
El Ecoparque de 73 hectáreas, es un bosque recuperado en ladera, con senderos ecológicos, recorridos permaculturales, investigaciones biológicas. Send...

Blogs

- De Turismo por Colombia
- Descubriendo el Paisaje Cultural Cafetero

Publicaciones Destacadas

- Paisaje Cultural Cafetero
- Ganadora Viva su Ruta

Síguenos en las Redes Sociales

Icons for Facebook, Twitter, YouTube, Google+, LinkedIn, and Instagram.

Calendario de Eventos

1. Capturas de imagen de atractivos, servicios, experiencias y rutas

Servicio

← → C www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com/publicaciones/la_casa_de_lola_garcia_hotel_boutique_pub

> Inicio > ¿Dónde Alojarse? > Hoteles Urbanos > Hoteles Urbanos, Caldas
> Hoteles Urbanos, Salamina > La Casa de Lola Garcia Hotel Boutique

La Casa de Lola Garcia Hotel Boutique



Rango Tarifario: \$ \$ \$ **NNT: 31231**

En una tranquila y pintoresca calle del Centro Histórico de Salamina, con la Arquitectura Colonial Antioqueña mezclada con un aire Español y Francés, se encuentra La Casa de Lola Garcia - Hotel Boutique.

Un oasis para el descanso. Una casa de dos niveles construida en Taota. Bahareque v

VINCULADO A  Rutas del PAISAJE CULTURAL CAFETERO

Los establecimientos avalados por Rutas del Paisaje Cultural Cafetero cumplen con los estándares de calidad definidos en el manual de buenas prácticas turísticas. Este Documento es un compendio de requisitos y criterios indispensables para desarrollar un destino turístico sostenible y competitivo, con calidad y enfocado a atender una demanda cada vez más exigente y mejor informada.

Rangos de Tarifas de los Alojamientos

Basados en Acomodación Doble en Temporada Alta

Rango Tarifario: \$	Hasta - \$100.000 COP
Rango Tarifario: \$ \$	Desde - \$101.000 COP Hasta - \$180.000 COP
Rango Tarifario: \$ \$ \$	Desde - \$181.000 COP Hasta - \$250.000 COP
Rango Tarifario: \$ \$ \$ \$	Más de \$250.000 COP

[Convertidor de Moneda](#)

Alojamientos Destacados



Hacienda Combia



Finca Hotel Los Girasoles

1. Capturas de imagen de atractivos, servicios, experiencias y rutas

Experiencia

The screenshot shows the website interface for 'Rutas del Paisaje Cultural Cafetero'. The header includes navigation links like 'Inicio', '¿Qué Hacer?', '¿Dónde Alojarse?', '¿Dónde Comer?', 'Rutas', 'Agencias y Operadores', and 'Lugares y Atractivos'. The main content area features a large image of a coffee plantation with the title 'Auténticas haciendas cafeteras colombianas'. Below the image, there is a description of the experience, a 'Leer más' link, and sections for 'Cosas para recordar' and 'Donde se puede vivir'. The 'Donde se puede vivir' section lists various locations in Colombia. At the bottom, there are sections for 'Información para reservar' and 'Tiene mucho de:' with a grid of icons representing different aspects of the experience.

Inicio > Auténticas haciendas cafeteras colombianas

Auténticas haciendas cafeteras colombianas

Comparte esta publicación

Dejate seducir por la tierra del café por excelencia, sus paisajes de verde intenso, su gente cálida... y relájate en una auténtica hacienda cafetera colombiana donde es posible aislarse del ruido y el estrés cotidiano para disfrutar del sonido de la naturaleza mientras respiras el delicioso aroma cafetero de esta bella tierra.

Leer más

Cosas para recordar:

- La exquisita arquitectura antioqueña de la hacienda, con sus vivos colores y amplios porches donde relajarse o contemplar el paisaje.
- Las historias y anécdotas acerca de la finca.
- Los momentos de relax y plácida conversación en cómodas hamacas, desde las que se contemplan espléndidas vistas.

Donde se puede vivir:

- Manizales
- Villamaría
- Pereira
- Salento
- Quimbaya
- Alcalá
- Salamina
- Dosquebradas
- Marsella
- Sevilla
- Buenavista
- Chinchiná
- Santa Rosa de Cabal
- Armenia
- Calarcá
- Montenegro
- Ulloa
- La Merced
- Santuario
- Filandia
- Córdoba

Información para reservar

Ideal para:

Si te gusta:

Duración aproximada: No aplica

Tiene mucho de:

Aprendizaje	✓	✓	✓	✓	✓
Entretenimiento	✓	✓	✓	✓	✓
Belleza	✓	✓	✓	✓	✓
Acción	✓	✓	✓	✓	✓

1. Capturas de imagen de atractivos, servicios, experiencias y rutas

Ruta

The screenshot displays the website interface for 'Rutas del Paisaje Cultural Cafetero'. At the top, there is a navigation menu with options like 'Inicio', '¿Qué Hacer?', '¿Dónde Alojarse?', '¿Dónde Comer?', 'Rutas', 'Agencias y Operadores', and 'Lugares y Atractivos'. The main content area features a large image of a couple overlooking a valley, accompanied by a descriptive text about the coffee experience. Below the image, there are sections for 'Información para reservar', 'Ideal para:', 'Si te gusta:', 'Duración aproximada: 4 días', and 'Cosas para recordar:'. A map on the right side shows the route through various coffee-growing regions, marked with letters A, B, C, D, and E. The website also includes social media sharing options and a search bar.

Inicio > Encantadores pueblos y paisajes cafeteros - Ruta de 4 días

Encantadores pueblos y paisajes cafeteros - Ruta de 4 días

Vive el universo del café adentrándote en las fincas cafeteras y aprende a prepararlo y catarlo. Surcarás paisajes inolvidables en transportes muy auténticos, que te conducirán a encantadores pueblos de coloridos balcones y gente amable, como Filandia, Salento o Pijao. Pasea entre las palmas más altas del planeta en el valle del Cocora, y disfruta de una cabalgata o una caminata rodeado de valles interandinos con infinitas tonalidades de verde, como los de Quindío o Maravelez.

Ver itinerario

Trazado de la ruta:

Información para reservar

Ideal para:

Si te gusta:

Duración aproximada: 4 días

Cosas para recordar:

- Los secretos que hacen de éste el mejor café suave del mundo.
- La sensación de paz y tranquilidad sentida en las haciendas.
- Los paisajes y sus infinitas tonalidades de verde, suaves y mullidos.

2. Capturas de imagen de mapas

Ruta 2: Viaje al origen del mejor café del mundo. Ruta de 6 días

Lista de Rutas					
Nº.	Código	Nombre	Descripción	Ver ruta	Eliminar
1	90	 Viaje al origen del mejor café del mundo. Ruta de 6 días	<p>Descripción: Viaje al origen del mejor café del mundo. Ruta de 6 días</p> <p>Embárcate en una ruta para descubrir los orígenes del mejor café del mundo. Los encontramos en Salamina o Aguadas, donde se inició la colonización antioqueña que introdujo el cultivo de café, en el agua volcánica que nace en los mágicos paisajes del Parque Nacional Los Nevados y que hace de éste un café tan especial. En fincas de Manizales y Chinchiná, cuna de la cultura cafetera, donde aprenderás acerca del impacto que tiene el cultivo tradicional y procesado del café. Finalmente, degustarás el resultado, un sinfín de cafés especiales, los más caros del mundo.</p>		



La plataforma que realiza los mapas es de uso libre, ya que está utilizando como base GoogleMaps™, lo que permite que la persona que consulta pueda visualizar mapas de manera sencilla, sin requerir de ningún software o aplicación adicional. Tan sólo con su navegador de Internet podrá acceder al servicio y visualizar los mapas que han sido cargados en la plataforma para su uso.

Los mapas que fueron cargados son producto del trabajo en el campo y permiten con una muy alta precisión encontrar los recursos, atractivos y demás información de interés.

3. Modificaciones en el front



1

Analizar la plataforma tecnológica existente y establecer los desarrollos a realizar en el back y el front

2

Preparar los contenidos a cargar y desarrollar el back de la plataforma y su módulo de mapificación geográfica

3

Cargar los contenidos, ejecutar pruebas de funcionamiento y desarrollar el front para su visualización

4

Elaborar un informe con recomendaciones acerca de futuras mejoras al back y al front de la plataforma

Elaborar un informe con recomendaciones acerca de futuras mejoras al back y al front de la plataforma

Tras proponer e implantar diferentes acciones de mejora dentro del alcance de este proyecto, que permiten presentar de una manera más fluida y amigable los contenidos generados en los objetivos 2 y 3 del proyecto, hemos detectado que aún existen áreas de oportunidad.

El presente documento define una serie de recomendaciones adicionales realizadas por el equipo consultor en relación a la plataforma web ubicada en el URL www.rutasdelpaisajeculturalcafetero.com.

Este documento será de gran utilidad para los gestores de la plataforma, la Cámara de Comercio de Armenia, ya que les permitirá establecer su estrategia de optimización. Dichas recomendaciones son el resultado de un análisis realizado a la página web desde el punto de vista de un visitante/turista, así como desde el punto de vista de un usuario del gestor de contenido, también llamado webmaster. También se incluyen recomendaciones sugeridas por el experto en publicidad de la Supervisión del proyecto, que hacen referencia al diseño y arquitectura de marca.

Por ello, este documento está organizado en 3 grandes apartados:

1. Front-end (página web), incluye las recomendaciones del equipo técnico del proyecto y de la Supervisión.
2. Back end (gestor de contenido – CMS)
3. Arquitectura de marca y posicionamiento de la página. Incluye recomendaciones realizadas por la supervisión.

A continuación se enumeran las recomendaciones en cada apartado. Para ver su descripción, comprobar el medio de verificación: Producto 4_Actividad 5_Informe de mejoras back y front

Recomendaciones al front end

Un total de 12 recomendaciones:

1. Cambiar el nombre del dominio rutasdelpaisajeculturalcafetero.com
2. Mejorar la estructura de la página, dando protagonismo a aquello que es verdaderamente importante
3. Visualización correcta en todos los tipos de navegadores y en sus varias versiones
4. *Responsive web design* para la correcta visualización en todos los dispositivos
5. Correcto funcionamiento del buscador integrado en la página web
6. Añadir más comentarios a los existentes para generar confianza y credibilidad
7. Cuidar la correcta lectura de los llamados “caracteres especiales”
8. Elegir las redes sociales adecuadas y actualizar su iconografía
9. Mantener el idioma elegido por el usuario cuando se navega en las diversas secciones
10. Reducir la extensión del pie de página
11. Eliminar el espacio llamado “Banner promocional temporal”
12. Reconsiderar las funcionalidades que se le presentan al usuario al final de la página

Recomendaciones al back end (CMS)

Un total de 8 recomendaciones:

1. Permitir una correcta indexación de la página en buscadores e incentivar su posicionamiento
2. Habilitar correctamente las funcionalidades del CMS
3. Adaptar el CMS para que los comentarios puedan visualizarse en cada publicación
4. Importar documento al directorio de empresas sin que se genere un error informático
5. Permitir subir más formatos de archivos multimedia de los actuales y varios a la vez
6. Reducir considerablemente el tiempo de carga de la página web
7. Actualizar el sistema de mapas con la nueva versión de Google Maps e importar puntos con tablas excel
8. Realizar un manual de usuario del CMS

Recomendaciones a la arquitectura de marca y posicionamiento de la página

Un total de 2 recomendaciones:

1. Rediseñar el logo “Rutas del Paisaje Cultural Cafetero”
2. Optimizar el uso del SEO