

Fecha de elaboración: 19/04/2021			
Tipo de documento	TID:	Obra creación:	Proyecto investigación: X
Título: PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA CONSULTORA EN TURISMO EN FINCAS CAFETERAS DEL HUILA			
Autor(es): Jonatan Espejo Rodríguez			
Tutor(es): Javier Ricardo Luna Pineda			
Fecha de finalización: 19/04/2021			
Temática: La investigación tuvo como objetivo conocer la viabilidad de mercado para crear una empresa de consultoría, para crear un producto turístico, articulando éste con el café, en el departamento del Huila.			
Tipo de investigación:			
Resumen: <p>Conocer el funcionamiento del campo y el cultivo, experimentar la lucha contra el óxido y las plagas, participar en diferentes tareas o compartir con los trabajadores el «almuerzo típico de la región» después de una mañana de trabajo es una experiencia atractiva que atrae cada vez a más turistas que aman el café y quieren vivir otra forma de hacer turismo activo.</p> <p>En un viaje por la región cafetera del Huila, disfrutando de las riquezas de paisajes naturales, parques y atractivos turísticos de la zona, además de su suave y delicioso café, realizando muchas actividades turísticas conviviendo con la tradición cafetalera y con las personas que la protagonizan, es lo que se plantea a través de este proyecto turístico - agrícola.</p> <p>Este proyecto se desarrolla para conocer la viabilidad de montar una empresa consultora que diseñe una ruta turística con las fincas cafeteras de varios municipios del Huila, que no están incluidos en la ruta del café de la Gobernación del Huila.</p>			
Palabras clave: café – turismo – cultivo – agroturismo – ecoturismo – atractivo – paisaje natural.			
Planteamiento del problema: Dentro de los síntomas o problemáticas identificados para la formulación del presente proyecto, como eje central se encontró la ausencia de una oferta atractiva y concreta con proyección internacional de productos turísticos relacionados al café y sus derivados en el contexto territorial del departamento del Huila, por lo que la mayoría del público interesado en experiencias relacionadas con el mismo tiene como referente el departamento del Quindío.			
Pregunta: ¿Cuál es la viabilidad de mercado, para crear una empresa de consultoría, que sirva para impulsar el turismo en el departamento del Huila, tomando como atractivo el café?			
Objetivo general <p>Conocer la viabilidad del mercado para crear una empresa de consultoría, para crear un producto turístico, articulando éste con el café, en el departamento del Huila.</p>			

Objetivos específicos

- Conocer el inventario turístico que ofrece el Huila en sus zonas cafeteras
- Conocer el inventario de fincas y cafeteros dispuestos a participar de un proyecto turístico - cafetero.
- Establecer las bases para la creación y el diseño de planes turísticos a partir de una ruta cafetera.

Marco teórico:

En tan solo una década el Huila logró lo imposible, desplazar a Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda en la producción nacional de café, para encabezar la lista de departamentos con mayor producción del grano en Colombia. Hoy los cafeteros huilenses además de ser los principales productores son los protagonistas y gestores del nuevo Eje Cafetero colombiano.

Ya las mayores áreas cultivadas de café no se encuentran en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío, ni que el grueso de la cosecha viene de sus cafetales. El nuevo ‘Eje Cafetero’ se desplazó al suroccidente del país, específicamente a los departamentos del Huila, Cauca y Nariño. Sobre estas tres regiones está fundamentada la nueva potencia cafetera de Colombia.

Según el presidente de la Federación Nacional de Cafeteros (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2017), “La caficultura del Huila es privilegiada por sus suelos, su clima y su gente, y si bien es cierto que la gran mayoría de regiones del país bajaron su producción, el Huila fue una de las pocas regiones que aún con un invierno tan inclemente, aumentó su producción. Hay que decirlo, el Huila ha salvado la producción en épocas de crisis como la del 2011, pues fue un departamento que avanzó en su producción”.

“El café dio origen a la que tal vez ha sido la agroindustria rural más importante en términos de ingreso, empleo y estabilidad: el procesamiento del grano en la finca (lavado, despulpada, secado y en algunos casos trilla). Finalmente, el café logro articular de manera más estable a la económica con el mercado externo a finales del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX “(Manchado, 2015).

De acuerdo con las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Huila ha crecido en materia de turismo entre enero y junio de 2017 y 2018, en un 54.41% en visitantes a parques nacionales naturales, que destaca una oportunidad importante en materia de ecoturismo (MinCIT, 2018).

El Plan Nacional Sectorial de Turismo 2015-2018 ha proyectado recibir 5 millones de turistas de origen internacional con generación de gasto de 6 mil millones de dólares los que pretende conquistar con productos de talla mundial¹⁷¹. Según PROCOLOMBIA, los segmentos de naturaleza y de salud, por lo menos tres de los productos de talla mundial (turismo de salud, termalismo y el turismo de naturaleza (territorio Páez) se ubican en el Huila. Su desarrollo eficaz encuentra un ambiente favorable en los mercados nacional e internacional.

Como fundamentación para la presente investigación, se realizó un barrido documental de estudios sobre los diferentes proyectos, tesis, artículos y planes de negocio relacionados con la creación de empresas especializadas en turismo rural, a nivel internacional, nacional y local, expuestos de la siguiente manera:

López y Ospina (2016): presentan el estudio titulado: “*Turismo agrónomo sobre producción y transformación de café tipo arábica*”. En él, se planteó una empresa dedicada a la venta de paquetes turísticos de café en el departamento de Antioquia, que

se caracteriza por fomentar el aprendizaje acerca de los diferentes procesos de producción y transformación del café para que el turista cree nuevas ideas de negocio a través de su experiencia turística, actualmente solo es un proyecto el cual iniciaría primeramente en la ciudad de Medellín, Antioquia. El escenario del sector es muy favorable para este proyecto ya que el gobierno nacional tiene planes para mejorar las exportaciones no minero energéticas que compensen la caída de las tradicionales y lograr un mayor dinamismo del empleo a través del turismo.

Con la anterior revisión, se lograron identificar los puntos claves para la realización de este proyecto, como la importancia de un producto focal.

Páginas 14 a la 22

Método:

Este estudio se planteó de tipo mixto, mezclando el exploratorio y el descriptivo. En la etapa exploratoria, se trata de conocer la viabilidad técnica, financiera, social, organizacional y ambiental, dado que, por tratarse de un núcleo de negocio nuevo, aún no se tienen suficientes datos sobre el tema. En una segunda etapa, se desarrollará un estudio de tipo descriptivo para determinar la viabilidad de mercado, buscando especificar el tamaño y características del mercado, así como las características de comercialización apropiadas. Está enmarcado dentro del enfoque cuantitativo y con un método deductivo.

Páginas de 39 a 48

Resultados, hallazgos u obra realizada:

Este proyecto deja como resultado el inventario de atractivos turísticos disponibles para la creación de una ruta agroturística en el Huila, además del perfil de los cafeteros interesados en el proyecto y su infraestructura disponible. También se dejan planteados los elementos financieros, administrativos, organizacionales y técnicos, necesarios para el desarrollo del proyecto.

Páginas de 49 a 63

Conclusiones:

De acuerdo a lo planteado en los objetivos de este proyecto, se pudo evidenciar el gran atractivo turístico presente en los municipios objeto de estudio, además del existente en las fincas cafeteras interesadas en el proyecto. En el presente proyecto se plasman los inventarios existentes, que enriquecerán la ruta a diseñar.

En cuanto al inventario de fincas y cafeteros interesados en participar en el proyecto, se tienen puntos en cada uno de los municipios escogidos, con una infraestructura apropiada, con vías de acceso en condiciones de aceptables a buenas y con procesos de beneficio de café que pueden brindar una experiencia vívida a los visitantes y turistas. Para cumplir con el tercer objetivo específico, sobre establecer las bases para la creación y el diseño de los planes turísticos a partir de la ruta cafetera, se deja planteado en este proyecto, los elementos financieros, técnicos y administrativos necesarios para llevar a cabo el emprendimiento proyectado.

Por último, como conclusión final, con este proyecto se evidenció que si es viable crear la empresa de consultoría y el producto turístico, que articule los procesos del café con el

turismo, en una ruta turística – cafetera, con caficultores interesados y con grandes expectativas en el proyecto.

Página 64

Productos derivados:

N.A.

**PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA CONSULTORA EN TURISMO EN
FINCAS CAFETERAS DEL HUILA**

JONATAN ESPEJO RODRÍGUEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

NEIVA, ABRIL DE 2021

**PREFACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA CONSULTORA EN TURISMO EN
FINCAS CAFETERAS DEL HUILA**

JONATAN ESPEJO RODRÍGUEZ

**Director:
JAVIER RICARDO LUNA**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

NEIVA, ABRIL DE 2021

Tabla de contenido

Tabla de ilustraciones.....	10
Tabla de anexos.....	10
Resumen	11
Abstract	12
Introducción	13
Justificación.....	15
1. Problema de investigación.....	16
1.2. Formulación del problema	18
1.3. Planteamiento del problema	19
2. Formulación de objetivos.....	20
2.1. Objetivo general.....	20
2.2. Objetivos específicos	20
3. Marco Teórico	21
3.1. Antecedentes	21
3.2. Revisión del estado del arte	25
3.3. Marco teórico.....	29
3.4. Marco conceptual.....	38
4. Marco metodológico.....	43

4.1. Enfoque de Investigación.....	43
4.2. Diseño de Investigación.....	44
4.3. Métodos.....	46
4.3.1. Hipótesis.....	46
4.4. Población y Tamaño de la Muestra.....	47
4.5. Tipo de Muestreo.....	48
4.6. Fuentes de Información.....	48
4.7. Técnicas para la Recolección de Información y Tipo de Procesamiento	49
4.7.1. Técnicas	49
4.7.2. Criterios de Inclusión.....	49
4.8. Validez de la Investigación.....	49
4.9. Metodología Específica por Cada Objetivo.....	51
5. Recolección de información.....	53
5.1. Inventario de fincas y cafeteros dispuestos a participar de un proyecto turístico – cafetero.....	56
5.2. Bases para la creación y el diseño de planes turísticos a partir de una ruta cafetera 62	
5.2.2. Análisis administrativo y organizacional	63
<i>Organización:</i>	64
<i>Identidad corporativa:</i>	65

5.2.3. Equipos y maquinaria:	65
5.2.4. Análisis económico.....	66
<i>Inversión inicial</i>	66
<i>Inversión en activos fijos</i>	66
<i>Inversión en capital de trabajo (proyectado a un año)</i>	66
<i>Análisis de Costos</i>	67
Conclusiones	68
Referencias bibliográficas	69
Anexos	76

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1. Distribución de fincas cafeteras del Huila.....	57
Ilustración 2. Disposición de participar en el proyecto	58
Ilustración 3. Habitaciones disponibles para el proyecto	59
Ilustración 4. Estado de las vías de acceso	59
Ilustración 5. Hectáreas sembradas con café	60
Ilustración 6. Procesos del café para los turistas	61
Ilustración 7. Fincas con lagunas y caídas de agua	62

Tabla de anexos

Anexo 1. Instrumento – cuestionario.....	76
Anexo 2. Base de datos de cafeteros para realizar el trabajo de campo	77
Anexo 3. Tabulación.....	80
Anexo 4. Gráficas por pregunta.....	83

Resumen

Conocer el funcionamiento del campo y el cultivo, experimentar la lucha contra el óxido y las plagas, participar en diferentes tareas o compartir con los trabajadores el «almuerzo típico de la región» después de una mañana de trabajo es una experiencia atractiva que atrae cada vez a más turistas que aman el café y quieren vivir otra forma de hacer turismo activo.

En un viaje por la región cafetera del Huila, disfrutando de las riquezas de paisajes naturales, parques y atractivos turísticos de la zona, además de su suave y delicioso café, realizando muchas actividades turísticas conviviendo con la tradición cafetalera y con las personas que la protagonizan, es lo que se plantea a través de este proyecto turístico - agrícola.

Este proyecto se desarrolla para conocer la viabilidad de montar una empresa consultora que diseñe una ruta turística con las fincas cafeteras de varios municipios del Huila, que no están incluidos en la ruta del café de la Gobernación del Huila.

Palabras claves: café – turismo – cultivo – agroturismo – ecoturismo – atractivo – paisaje natural

Abstract

To know the functioning of the field and the cultivation, to experience the fight against the rust and the pests, to participate in different tasks or to share with the workers the «typical lunch of the region» after a morning of work is an attractive experience that attracts more and more tourists who love coffee and want to live another way of active tourism.

On a trip through the coffee region of Huila, enjoying the wealth of natural landscapes, parks and tourist attractions of the area, in addition to its soft and delicious coffee, making many tourist activities coexisting with the coffee tradition and with the people who star, is what is proposed through this tourism project - agricultural.

This project is developed to know the feasibility of setting up a consulting company to design a tourist route with the coffee farms of several municipalities of Huila, which are not included in the coffee route of the Huila Governorate.

Key words: coffee - tourism - cultivation - agritourism - ecotourism - attractiveness
- natural park

Introducción

Colombia es reconocida mundialmente por la diversidad de productos que nacen de sus tierras; entre ellos se destaca el café que, por sus exquisitas características, es considerado como uno de los mejores del mundo. Las condiciones del clima y suelos de algunas zonas, aunado con el conocimiento y enseñanzas ancestrales, hacen que se pueda cosechar uno de los símbolos que identifican el país.

El Huila es uno de los Departamentos pequeños de Colombia, ubicado al suroccidente del país y con una gran variedad de ecosistemas. Aunque no es tan conocido, el Huila cuenta con un alto potencial natural, turístico y agrario que marca la diferencia en comparación con otros departamentos, que reciben mayor inversión nacional.

Con el avance de las tecnologías y el desarrollo sostenible se han logrado impulsar estrategias que lo están posicionando como un territorio atractivo, que llama la atención de muchos por su belleza natural, pero aún falta. Es necesario crear un renglón atractivo, de impacto, que aporte beneficios a nivel Departamental.

Este proyecto es pensado para el desarrollo económico, cultural y turístico del departamento, aprovechando las nuevas tendencias en el turismo basado en experiencias, que se ofrecen respetando el medio ambiente, como son: agroturismo, eco turismo de aventura, turismo rural, ecoturismo científico, turismo cultural y turismo gastronómico.

Estas ramas turísticas que llevan años desarrollándose, muestran que el Huila tiene potencial ya que en articulación con la producción de café se pueden plantear muchas rutas agroturísticas y de aventura, por el departamento, principalmente la zona sur.

Por lo anterior, este proyecto tiene como objetivo conocer la viabilidad de mercado para la creación de empresa de consultoría en turismo, con el atractivo del café en fincas cafeteras del departamento del Huila.

Justificación

El turismo y el café son una de las actividades más importantes y potenciales de Colombia y el mundo. Hoy en día, con las oportunidades de exportación e importación y la globalización de los países, se abre un abanico de facilidades de viaje que antes no se podían ni pensar por tramitología de documentos y elevados costos. Ahora, es muy fácil ir de una ciudad a otra o de un país a otro, se han creado disposiciones que ayudan al turista a ir más allá de lo que quieren conocer y si se aprovecha esta apertura para que la economía de los cafeteros mejore participando en el renglón de turismo, puede llegar a potencializar al Huila no solo a nivel nacional, sino internacionalmente.

Las nuevas modalidades de turismo ofrecen al departamento una gran oportunidad de inclusión en nuevos mercados, que muy seguramente convertirían al Huila en una potencia turística de Colombia, por lo que a través de este proyecto se quiere conocer la viabilidad de articular estas dos fortalezas para crear un producto turístico que sirva como renglón económico adicional para las regiones cafeteras del Huila.

El departamento del Huila es conocido por su parque Arqueológico de San Agustín, el estrecho del Magdalena, el desierto de la Tatacoa y el Festival Nacional del Bambuco, pero no se conoce la enorme riqueza natural, en aguas, cultivos, paisajes y demás que tiene el departamento, que pueden convertirse en un eje fundamental para el ecoturismo, que se encuentra en auge.

1. Problema de investigación

1.1. Contexto del problema

El Huila y el café

De las diferentes zonas cafeteras distribuidas en la región andina del país, el departamento del Huila es el área que más granos de café produce, tanto que, entre 2003 y 2006, su participación del producto interno bruto aumentó de un 10.7% a un 13.50% a nivel nacional y representa el 18.07% de la producción nacional de café (Diario del Huila, 2017).

En los últimos diez años, el Huila se ha posicionado como el primer productor de café en Colombia con un total de 1.408.000 sacos de 60 kilos de acuerdo con datos del Comité Departamental de Cafeteros (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2017). El 96% de los caficultores son pequeños propietarios de cultivos con un promedio de 1,5 hectáreas, los cuales responden por el 82% de la producción huilense.

En el municipio de Algeciras denominado la Despensa Agrícola y Ganadera del Huila, se encuentra un área de producción cafetera de 5.888,6 hectáreas, con 3.509 fincas, 3.121 caficultores, y un porcentaje variedades resistentes del 70%, que para el año 2016 saldaron \$53.000 millones de la producción del grano.

El café cultivado y extraído de tierras huilenses, se identifica por su cuerpo medio/alto de fragancia y aroma intenso. Este también se identifica por sus toques dulces y ácidos a la vez, gracias a las sensaciones frutales y acarameladas.

Inestabilidad del mercado cafetero

De acuerdo a Albert Scalla conferencista internacional, los cambios actuales del mercado global pueden afectar al productor colombiano cafetero, ya que muchas variables inciden en el precio del grano, destacó lo más importante es tener claro lo que el productor puede hacer para no estar expuesto a estos riesgos de fluctuaciones del valor del café.

En el panorama actual, los productores están expuestos a un mercado volátil y la condición del mercado continúa presentando incertidumbres.

El Huila y el turismo

El turismo es una de las apuestas productivas, del Plan regional de competitividad, que empieza a despertar y a mostrar la importancia que tiene este renglón en el departamento.

En este importante renglón se han evidenciado ascensos en la ocupación hotelera de municipios como Villavieja, puerta al Desierto de la Tatacoa, con aumentos del 64% en los últimos años.

En un esfuerzo mancomunado de la Gobernación del Huila, la Cámara de Comercio del Neiva y el gremio, también se está trabajando en “la ruta Luxury Huila” como uno de los productos derivados del plan en materia de turismo. El objetivo de esta ruta es poner el departamento en la mira de turistas de alto nivel que generen ingresos significativos a la región, además de poner al departamento en la mira del turismo nacional e internacional, pero hace falta más.

El atractivo turístico del Huila, tiene distintos lugares con diferentes actividades consideradas como de ecoturismo y de aventura, como el parque Arqueológico en San Agustín, el Desierto de la Tatacoa en Villavieja, La Caja de Agua y la cascada La Motilona en Paicol, La Cueva del Tigre en Yaguará, entre otros.

El turismo y el café

Aunque el Huila es el mayor productor de café del país y a pesar de tener riquezas turísticas explotables en este renglón económico, no ha articulado estas actividades, ambas (agroindustria y turismo), dentro del Plan de competitividad del Huila, de manera que impacte el crecimiento social y económico regional, además de generar alternativas a los pequeños productores de café que les ayuden a contrarrestar la volatilidad del mercado cafetero.

1.2. Formulación del problema

El Departamento del Huila cuenta con un alto nivel turístico y cafetero por descubrir, con los cuales se pueden lograr una buena alternativa económica, desarrollando actividades que atraigan a una gran cantidad de público.

Lo ideal es articular el turismo en relación con el café y las diferentes actividades recreativas que se puedan realizar en estas zonas, logrando establecer una ruta efectiva que ayude a dar a conocer la región, además, lanzar el Departamento como un exponente de buen café fomentando diferentes aspectos del turismo que son poco explotados, generando desarrollo en items como la atención al cliente, vías turísticas, deportes extremos y reservas

naturales que el departamento tiene en cantidad a su disposición, pero que no son muy conocidas.

1.3. Planteamiento del problema

Dentro de los síntomas o problemáticas identificados para la formulación del presente proyecto, como eje central se encontró la ausencia de una oferta atractiva y concreta con proyección internacional de productos turísticos relacionados al café y sus derivados en el contexto territorial del departamento del Huila, por lo que la mayoría del público interesado en experiencias relacionadas con el mismo, tiene como referente el departamento del Quindío.

Con este proyecto se busca que el café sea el punto focal, el atractivo que impulse el turismo, como ya se ha hecho con otros departamentos, por lo que se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la viabilidad de mercado, para crear una empresa de consultoría, que sirva para impulsar el turismo en el departamento del Huila, tomando como atractivo el café?

2. Formulación de objetivos

2.1. Objetivo general

Conocer la viabilidad del mercado para crear una empresa de consultoría, para crear un producto turístico, articulando éste con el café, en el departamento del Huila.

2.2. Objetivos específicos

- Conocer el inventario turístico que ofrece el Huila en sus zonas cafeteras
- Conocer el inventario de fincas y cafeteros dispuestos a participar de un proyecto turístico - cafetero.
- Establecer las bases para la creación y el diseño de planes turísticos a partir de una ruta cafetera.

3. Marco Teórico

3.1. Antecedentes

En tan solo una década el Huila logró lo imposible, desplazar a Antioquia, Caldas, Quindío y Risaralda en la producción nacional de café, para encabezar la lista de departamentos con mayor producción del grano en Colombia. Hoy los cafeteros huilenses además de ser los principales productores, son los protagonistas y gestores del nuevo Eje Cafetero colombiano.

Ya las mayores áreas cultivadas de café no se encuentran en los departamentos de Caldas, Risaralda y Quindío, ni que el grueso de la cosecha viene de sus cafetales.

El nuevo ‘Eje Cafetero’ se desplazó al suroccidente del país, específicamente a los departamentos del Huila, Cauca y Nariño. Sobre estas tres regiones está fundamentada la nueva potencia cafetera de Colombia.

Según el presidente de la Federación Nacional de Cafeteros (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2017), “La caficultura del Huila es privilegiada por sus suelos, su clima y su gente, y si bien es cierto que la gran mayoría de regiones del país bajaron su producción, el Huila fue una de las pocas regiones que aún con un invierno tan inclemente, aumentó su producción. Hay que decirlo, el Huila ha salvado la producción en épocas de crisis como la del 2011, pues fue un departamento que avanzó en su producción”.

Pero el liderazgo cafetero que viene protagonizando el Huila abarca mucho más que ser los principales productores del grano.

La política de renovación ha generado que el departamento tenga una caficultura mucho más competitiva, que con los años les generará mayores ganancias en volumen de producción. Por ejemplo, en el Huila el área en café tecnificado joven y resistente llegó a 54.658 hectáreas, es decir, el 40 por ciento del parque cafetero del departamento. Incluso, el Huila ha incrementado 14.234 hectáreas de café con variedades resistentes.

Estas 54.658 hectáreas de café tecnificado les economizan a las familias cafeteras huilenses 15.000 millones de pesos anuales en el control de roya y evita la aplicación de cerca 35.000 litros de pesticidas por año, minimizando el impacto ambiental en el ecosistema cafetero y reduciendo la exposición de los productores y sus familias a los agroquímicos.

Son muchos los factores que han hecho que el sur del país se consolide como el nuevo Eje Cafetero, giro que viene liderando el Huila.

Los cultivadores de los departamentos de Huila, Cauca y Nariño, zonas que representan el 27,31% de la producción nacional, indican que el éxito se ha generado gracias al desarrollo de los programas de cafés especiales, que han impulsado a que muchos caficultores le apuesten a la calidad y vean al grano como el principal generador de recursos para las familias campesinas.

En un punto de vista histórico el café ha sido el producto que ha logrado estabilizar la economía en Colombia por medio de las exportaciones e importaciones sin importar el precio o la crisis económica del mercado. Esta actividad a logrando desarrollarse de manera positiva logrando generar empleo, especialmente a muchos campesinos del país colombiano, pues ellos son quienes cosechan este grano y por medio de canales de distribución y diferentes procesos se lleva este grano a un término de bebida líquida. Por un

lado, esta actividad generó ingresos monetarios internos y a su vez integró las regiones del país, creando una serie de rutas y vías para transportar el café.

“El café dio origen a la que tal vez ha sido la agroindustria rural más importante en términos de ingreso, empleo y estabilidad: el procesamiento del grano en la finca (lavado, despulpada, secado y en algunos casos trilla). Finalmente, el café logró articular de manera más estable a la económica con el mercado externo a finales del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX “(Manchado, 2015).

Se considera que el café fue una escuela donde se aprendió sobre la producción agrícola, el comercio, industrias, entre otros, generando organizaciones estables y sólidas con impacto Nacional. De igual forma el turismo ha sido un aspecto fundamental para el desarrollo en Colombia y en el departamento del Huila, generando empleo e impactando económicamente.

El Huila turístico y cafetero

De acuerdo a las cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Huila ha crecido en materia de turismo entre enero y junio de 2017 y 2018, en un 54.41% en visitantes a parques nacionales naturales, que destaca una oportunidad importante en materia de ecoturismo (MinCIT, 2018).

Dentro de los productos turísticos destacados por el Ministerio, se cuentan: turismo de naturaleza, cultural y de aventura, que evidencia la disposición a la especialización de uno de los ejes fundamentales para la competitividad del departamento, en miras a las nuevas tendencias mundiales en lo que a turismo representa.

El turismo está evolucionando hacia viajes más cortos en el tiempo y con una mayor frecuencia, lo que está implicando que los viajeros, además de visitar los clásicos destinos

de sol y playa, estén optando por descubrir nuevos lugares, y ello está propiciando que la oferta turística, impulsada en ocasiones por las diferentes administraciones públicas, esté creando nuevos productos turísticos para dar respuesta a los actuales gustos del consumidor. Asimismo, esta actividad está evolucionando hacia una nueva segmentación del propio viajero, como sería el caso del turismo temático. Entre las tendencias que se está detectando en los últimos años, existe un interés creciente por parte de los turistas por conocer la gastronomía de determinadas zonas, la cultura y joyas naturales que ofrece cada región (Sánchez & López, 2008).

El Plan Nacional Sectorial de Turismo 2015-2018 ha proyectado recibir 5 millones de turistas de origen internacional con generación de gasto de 6 mil millones de dólares los que pretende conquistar con productos de talla mundial¹⁷¹. Según PROCOLOMBIA, los segmentos de naturaleza y de salud, por lo menos tres de los productos de talla mundial (turismo de salud, termalismo y el turismo de naturaleza (territorio Páez) se ubican en el Huila. Su desarrollo eficaz encuentra un ambiente favorable en los mercados nacional e internacional.

En los últimos tres años, se ha avanzado en el diseño de productos turísticos fundamentados en actividades de naturaleza, mix de navegación de aventura con espeleología, cabalgata, ciclo montañismo y senderismo. Adicionalmente, se diseñó un producto de turismo rural soportado en las fincas cafeteras de los municipios de Gigante y Garzón, a pesar de que no han logrado aún estructurar un producto turístico con perfil internacional, por lo que es fundamental generar nuevos atractivos complementarios para el aprovechamiento de la dinámica propia de estos destinos turísticos.

3.2. Revisión del estado del arte

Como fundamentación para la presente investigación, se realizó un barrido documental de estudios sobre los diferentes proyectos, tesis, artículos y planes de negocio relacionados con la creación de empresas especializadas en turismo rural, a nivel internacional, nacional y local, expuestos de la siguiente manera:

López y Ospina (2016): presentan el estudio titulado: “*Turismo agrónomo sobre producción y transformación de café tipo arábica*”. En él, se planteó una empresa dedicada a la venta de paquetes turísticos de café en el departamento de Antioquia, que se caracteriza por fomentar el aprendizaje acerca de los diferentes procesos de producción y transformación del café para que el turista cree nuevas ideas de negocio a través de su experiencia turística, actualmente solo es un proyecto el cual iniciaría primeramente en la ciudad de Medellín, Antioquia. El escenario del sector es muy favorable para este proyecto ya que el gobierno nacional tiene planes para mejorar las exportaciones no minero energéticas que compensen la caída de las tradicionales y lograr un mayor dinamismo del empleo a través del turismo.

Moreno (2019): en su investigación titulada “*La producción del café de la Vereda El Ocaso como mediador de experiencias para los turistas*” busca dignificar el trabajo del caficultor desde su escenario cotidiano, del cual hace parte su casa, el lugar donde labora la tierra cultivando el café y las zonas que en las que realiza todo el proceso de recolecta, despulpado, lavado, secado, selección y venta del grano, para ello se toma como muestra una familia de campesinos quienes por muchos años residen en la vereda El Ocaso, la cual está compuesta por un señor de más de 80 años y su esposa de 70 años, que por su alta experiencia en las labores realizadas tienen los conocimientos necesarios para compartir y dar a conocer todo el proceso que se realiza para la producción del café con alta calidad y lo

que con una adecuada promoción y divulgación se puede llegar a convertir en atractivo turístico relacionado con el agro -agroturismo-, como complemento de sus ingresos económicos y una mejora en su calidad de vida.

Esteves (2015): muestra en su estudio “*El desarrollo turístico sustentable y el café en la localidad de Coroico*”, como el café, representa el eje central, para desarrollar un turismo sustentable, siendo más conscientes de los impactos del turismo, sobre el entorno natural, social y urbano para detectarlos fácilmente y ver si son positivos o negativos, para así corregir errores y buscar nuevas alternativas. Lo más importante es aplicar criterios de control, para asegurar buenas experiencias tanto en turistas como en residentes y aplicarlos específicamente a esta región yungueña, cercana a la Paz, Bolivia.

Ballesteros y Escudero (2019) presentan en su tesis “*Eje Cafetero: de centro productor de café a principal punto turístico de grano en el país*”, los aspectos turísticos derivados de la economía del Eje Cafetero y del producto que ha dado su nombre; con el fin de evidenciar cómo se han cambiado las formas en que se concibe la función agrícola del café en esta región. De hecho, se han transformado las prácticas de los caficultores, ahora se dedican a otras actividades en donde la siembra para consumir no sea su principal fuente de ingreso, sino, sembrar para hacer del café un producto de explotación turística. Lo anterior, ha contribuido a la región un plus en la economía y ha logrado involucrar a más personas dispuestas a participar del desarrollo del café para procesarlo en 3 una forma diferente a la tradicional. A pesar que anteriormente esta región también era llamada Eje Cafetero por su alta contribución del producto, ahora, el nombre es usado como una referencia turística. Posicionándolo, después de la Costa Atlántica, en el segundo lugar con más visitantes (Gómez, Restrepo, González, 2004), esto debido a sus referencias al café y la diversidad de paisaje que esta región contempla.

Cruz, Agaton y Añorve (2019): presentan en su estudio titulado *“Ruta ecoturística del café, sol y playa en la costa grande de Guerrero. Propuesta para el turismo colaborativo y el desarrollo económico local”*, el desarrollo de una ruta turística que entrelace los atractivos de los municipios de Atoyac de Álvarez, Técpan de Galeana, Petatlán y Zihuatanejo de Azueta, ubicados en la Región Costa Grande del estado de Guerrero, teniendo como punto de partida el Puerto de Acapulco, la cual tendrá por nombre: *“La Ruta Ecoturística del Café, Sol y Playa”*. Uno de los objetivos de la ruta es la desestacionalización de la demanda turística y expandir los beneficios económicos derivados de la actividad turística en los territorios que la integran. Además de poner a disposición del demandante una aplicación móvil donde se encuentren registrados los sitios de interés turístico, oferta de hospedaje y alimentos entre otros servicios. Todo esto a través de una aplicación digital regulada por la autoridad turística nacional.

Pionce y Saenz (2011), con su investigación *“Cultivo de café orgánico y su influencia en el desarrollo turístico del cantón Jipijapa”*, encontraron que en los sitios escogidos resulta un buen aliciente establecer cultivos de café orgánico con tendencia a desarrollar el ecoturismo como medida para paliar el decaimiento de la actividad cafetalera en los últimos diez años, concluyendo con una propuesta de *“Plan de reconversión de la finca cafetalera con fines turísticos, mediante el cultivo de café orgánico”*.

Martínez (2011) realiza en su estudio *“Estudio de pre-factibilidad para implementación de una empresa dedicada a ofrecer el servicio de recorrido turístico en un café bar a bordo en la ciudad de Trujillo”*, para conocer la factibilidad de la implementación de una empresa dedicada a ofrecer el servicio de recorrido turístico por el centro histórico de la ciudad de Trujillo con un café- bar a bordo, la cual se denominara comercialmente como City Tours. El presente proyecto surge de una oportunidad y una necesidad existente por los turistas

que visitan la ciudad de Trujillo al no tener ningún servicio innovador, seguro, cómodo y moderno de conocer los principales atractivos turísticos ubicados en el mercado de la ciudad.

Duis (2011): presenta en su artículo, resultado de investigación titulado “*Caminos e historias de la tierra cafetera – la unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural*”, las experiencias particulares del Quindío en torno al proyecto Paisaje Cultural y sus implicaciones para el diseño de un modelo de turismo cultural en los pueblos de la Cordillera, basado en los atributos que determinan su excepcionalidad y autenticidad. Para tal fin, se realizaron trabajos participativos dirigidos a la interpretación cultural, conceptualizando el producto “Caminos e historias de la tierra cafetera” y aportando a la ‘patrimonialización’ del paisaje como territorio museo.

Sánchez (2015) en su estudio titulado “*Circuito de turismo de naturaleza enmarcado en el café y culturas de la Sierra Nevada de Santa Marta*” plantea el diseño de un producto turístico el cual puede ser parte de los primeros pasos para que en un futuro se conforme un club de producto, en el que se debe contar con la definición de los atractivos y el análisis del destino, realizado a través del posicionamiento online, y también con la participación de los tour-operadores que identificaron las principales debilidades y amenazas al tiempo que las fortalezas y oportunidades con el fin de establecer una ruta que aproveche toda la potencialidad de la zona.

Mora (2018) en su “*Investigación de las características organolépticas del café y su patrimonio natural, cultural y culinario en los valles de Vilcabamba y Malacatos, en la provincia de Loja, como base para el desarrollo turístico de la zona*” se enfoca en la búsqueda del patrimonio natural, cultural y culinario presente en la zona cafetera. Se presentan dos estudios, el primero se aplicó entrevistas, se trabajó con una muestra de 6

gestores y 2 expertos entre ellos caficultores, productores y conocedores del café en los valles, con el fin de rescatar su patrimonio tangible e intangible; en el segundo estudio se desarrolló una cata con expertos del café para determinar todos los aromas y sabores de la variedad del café en la zona, encontrando sus diferencias sensoriales por zona. Así mismo se observó la vida del caficultor y cuál es la importancia del café en su entorno. Los resultados de este estudio caracterizan al café como un producto de calidad con especificaciones sensoriales inigualables, teniendo en común que el café de Loja se caracteriza por ser amargo y dulce.

Con la anterior revisión, se lograron identificar los puntos claves para la realización de este proyecto, como la importancia de un producto focal, como eje de una ruta turística, los atractivos adyacentes que sirven como complemento y los beneficios que traería para la región y sus actores, el que un proyecto de este tipo se desarrolle en el departamento. También se pudo evidenciar la tendencia actual al ecoturismo y el apoyo global a este tipo de iniciativas, no solo en Colombia, sino en otros países latinoamericanos.

3.3. Marco teórico

3.3.1. Estudio de factibilidad

“El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito

o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación” (Miranda, 2005, págs. 14-15).

Miranda (2005) indica que un estudio de factibilidad debe contemplar los siguientes aspectos: Estudio de mercado; la definición del tamaño; la ubicación de las instalaciones; la selección de tecnología; el modelo administrativo; estimación del nivel de las inversiones necesarias; los costos de operación y el cálculo de los ingresos; las fuentes de financiación y la aplicación de criterios de evaluación tanto financiera como económica, social y ambiental, que permita allegar argumentos para la decisión de realización del proyecto.

“Del estudio de factibilidad se puede desarrollar o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial” (Miranda, 2005, Pág 32).

Para Luna (1999), un estudio de factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, apoyado en 3 aspectos básicos: Operativo, técnico y económico. El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada uno de los tres aspectos anteriores.

Para Méndez (2013, págs. 89-90), en su libro “Formulación y Evaluación de Proyectos: Enfoque para emprendedores”, las etapas básicas de un proyecto, son tres: Preparación del proyecto, implantación y puesta en marcha, y operación y funcionamiento. La etapa de preparación del proyecto va desde el momento en que se identifica la idea, hasta la realización de los estudios técnicos que muestran la conveniencia o inconveniencia de la inversión en las condiciones actuales. Dependiendo de la complejidad del proyecto, se

realizan los estudios como soportes para tomar decisiones sobre la conveniencia o no de implantar el proyecto. La implantación y puesta en marcha es la etapa que se vive una vez se tiene claro que se quiere hacer, para ello como se dijo anteriormente y basados en unos estudios previos y organizando un plan de acción se empieza a dar realidad o desarrollar la idea; cada paso planteado en la primera etapa se empieza a ejecutar en esta. Y por último se encuentra la etapa de operación y funcionamiento, es la verificación de que todas las etapas anteriores se están ejecutando y por supuesto que la idea esté siendo aceptada.

Continuando con el mismo autor se encuentra que también expone de una manera más completa y ordenada los componentes básicos de un proyecto de prefactibilidad o factibilidad, que serán utilizados como modelo para este estudio. Los pasos a seguir, según el autor son:

- **Consideraciones básicas:** Facilita la venta de la idea, está compuesto por elementos básicos en los que se fundamenta el proyecto, como el objetivo de su creación, los antecedentes, justificación, y características generales del proyecto.
- **Mercado y comercialización:** Como primer paso es indispensable dar inicio a la recolección de la información necesaria para determinar el comportamiento del mercado actual sobre el producto, a partir de ello se puede conocer la competencia directa e indirecta, es decir, empresas o negocios que ofrezcan productos y/o servicios similares al que se desea desarrollar, por ello, es beneficioso conocer las estrategias de mercado utilizadas y los beneficios que éstos otorgan a la demanda actual.

“Por otro lado, dicho análisis permite determinar la necesidad actual que requiere de satisfacción mediante el proyecto empresarial, determinando los posibles clientes, sus intereses, capacidades de pago, posibles compras, precios sugeridos, y, de igual forma, determinar los productos que puedan sustituirlos” (Correa, Castaño, & Ramírez, pág. 185).

El análisis de mercado puede considerarse, “con gran frecuencia, el más difícil del proceso, y se convierte en la piedra angular de cuyos resultados se desprenden muchos otros análisis” (Varela, 2001, pág. 165).

En resumen, un estudio de mercados, es un informe que debe brindar información como demanda, oferta, precios, estrategias comerciales y su costo, productos y servicios, ventajas competitivas, comparativas, absolutas y relativas de los diferentes negocios, entre otros, todo encaminado a orientar al inversionista a analizar factores preponderantes para poner en marcha el plan de negocio o la estrategia productiva.

- **Aspectos técnicos**

En el estudio técnico se determina la calidad, cantidad y costo requerido para la elaboración del producto y la puesta en marcha de la empresa, de igual forma, los mecanismos de venta y prestación del producto a ofertar. Esta fase está integrada por un estudio de la capacidad, de la localización, de procesos y balances técnicos, anexo a ello, el estudio debe dar respuesta al “saber hacer”, ¿qué hace la empresa?, al “cómo hacerlo”, ¿cuáles son los macro y micro procesos que se desarrollan? y finalmente, al “qué se necesita”, ¿cuáles son los recursos requeridos para llevar a cabo la elaboración del producto o la prestación del servicio?

Luego de haber respondido los anteriores interrogantes, se prosigue a determinar los factores técnicos requeridos para la ejecución de la empresa, es decir, maquinaria y equipos, implementos y herramientas de oficina, estructura física, así como su ubicación y funcionamiento. Por otro lado, es indispensable determinar también, el diseño y estructura de los procesos administrativos y productivos del negocio, basados en aspectos de ingeniería como las remodelaciones, adecuaciones, transformaciones y mejoras

(preoperativos), y la formulación de estrategias de puesta en marcha, funcionamiento y consolidación del mismo.

“Durante el desarrollo del estudio técnico, se deben describir detalladamente los recursos necesarios para llevar a cabo cada etapa técnica, empezando con todo lo concerniente a la elaboración del producto u oferta de servicios, hasta determinar las formas de gestión y control. El empresario puede apoyarse en el uso de gráficos, flujogramas, matrices y demás estructuras que faciliten”

“En este punto, la definición de los costos de producción o prestación de servicio es un elemento bastante importante, ya que define de alguna forma la capacidad competitiva a nivel de precios en el mercado frente a las otras empresas de competencia directa o indirecta” (Correa, Ramírez, & Castaño, La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial, 2010, pág. 183).

- **Aspectos legales y administrativos**

El marco legal es indispensable para el desarrollo de todo plan de negocio, en él se debe integrar toda la legislación y reglamentación aplicable para una adecuada ejecución. En él se deben conocer las normas que regulan en materia legal la actividad que se pretende desarrollar, desde sus orígenes como idea, hasta su puesta en marcha, de igual forma, durante la operación del proyecto diseñado. Dentro de los aspectos legales que se deben tener en cuenta al momento de definir el plan de negocio son:

Definición de la forma jurídica de operación.

Definición de los requisitos legales para la constitución. Se debe consultar el régimen legal para cada forma jurídica y en particular la elegida.

Investigación de la existencia de algún tipo de régimen especial para el proyecto empresarial, por ejemplo, para negocios ambientales, hoteleros, de salud o tecnológicos, generalmente existen disposiciones particulares que benefician la implementación de proyectos en estos campos.

Un apropiado estudio legal permite que el proyecto de empresa opere de manera adecuada bajo la normativa de cada país, en materia de derechos y deberes de cada una de las partes involucradas en el proyecto. “Además, se tienen que analizar aspectos laborales, tributarios, políticos, sociales, ambientales, legales, administrativos, entre otros, ya que es importante considerar los distintos efectos que traerían estos al negocio, ya sean positivos o negativos” (Miranda, 2005, pág. 188)

En los aspectos administrativos y organizacionales, se realiza inicialmente con la carta organizacional en que se determina la estructura empresarial y el perfil de cargos que tendrá la organización, identificando los recursos humanos administrativos para la operación de la empresa, y de igual forma, algunos elementos anexos en la administración, que estimulan el desarrollo de la actividad del negocio como: “estrategias motivacionales, plan de capacitaciones e inducciones, recompensas e incentivos, entre otros. También se incluyen algunos requerimientos de bienes que serán utilizados por estas personas para su normal desempeño en la organización tales como muebles y equipos de oficina” (Correa, Castaño, & Ramírez, pág. 189).

La evaluación financiera permite establecer las estrategias para adquirir un capital que supla las necesidades del proyecto empresarial antes y después de su puesta en marcha, esto permitirá su funcionamiento. Se debe determinar cómo va a financiarse el crecimiento de la empresa y cuáles serán los beneficios monetarios a partir de dicha inversión. “En esta

etapa se pretende medir la rentabilidad del negocio y si es viable desde el punto de vista financiero” (Black & Tarkin, 2006) & (Sapag & Sapag, 2003, pág. 195).

Dentro del estudio financiero, es clave considerar algunos conceptos como el Flujo de caja del Inversionista (FCI), Flujo de Caja del Proyecto (Flujo de Caja Libre Operacional – FCLO), Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Presente Neto (VPN), Relación Beneficio/Costo (RBC), Período de Recuperación de la Inversión (PRI), rentabilidad y endeudamiento, indicadores de liquidez, entre otros. En esta etapa se concretan los componentes del plan de negocios de una manera cuantitativa, y posterior a ello, se determina el presupuesto integral necesario para desarrollar el proyecto, en términos cualitativos y cuantitativos” (Black & Tarkin, 2006) & (Sapag & Sapag, 2003, pág. 195).

3.3.2. *Estudio técnico*

El estudio técnico de un proyecto consiste en diseñar la función de producción óptima, la mejor forma de utilizar los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o un servicio. El estudio técnico debe contener una ingeniería básica en la cual detalle el producto, incluyendo sus especificaciones, así como la descripción del proceso; la determinación del tamaño del producto tomando en cuenta la materia prima requerida, la maquinaria y el equipo, la localización del mismo, diseño de la distribución y la estimación de los costos de construcción (López, González, & Cano, 2012). Algunos autores definen que el estudio técnico tiene como objetivo verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto, analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para

realizar el proyecto (Baca, 1998). Algunos componentes que deben componer este estudio según el autor Gabriel Baca son:

Localización del proyecto: Es determinar el sitio donde se instalará el proyecto.

Determinación del tamaño óptimo: Se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año, se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.

Ingeniería del proyecto: Su objetivo es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria.

Organización humana y jurídica: Es elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo quedarán, a su juicio, los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

En general el estudio técnico pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuándo, cuánto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto (Lozano & Rosero, 2004).

El autor Nassir Sapag Chain (2003), define que una de las conclusiones más importantes derivada del estudio técnico, es que se debe definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto, de aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. Por su parte la estructura del estudio técnico que propone este autor es:

Proceso de producción: Es el conjunto secuencial de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo. □

Capacidad de producción: Máximo nivel de producción que puede ofrecer una estructura económica determinada. □

Inversiones en equipamiento: Inversiones que permitan la operación normal de la planta de la empresa creada por el proyecto. □

Localización: Determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, etc. □

Distribución de planta: Incluye tanto los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, como todas las otras actividades o servicios, incluido mantenimiento.

Cálculo de costos de producción: Gastos en que se incurre para producir un bien o un servicio.

3.3.3. *Estudio de Prefactibilidad o Previabilidad*

En el manual para la preparación de estudios de viabilidad industrial de la ONUDI se explica lo siguiente acerca de este estudio: durante la etapa del estudio de previabilidad, debe realizarse un detenido examen de las alternativas disponibles, ya que resultaría sumamente costoso hacerlo en la etapa del estudio de viabilidad y llevaría mucho tiempo.

En concreto, el examen debe girar en torno a las diversas alternativas que se determinen en los siguientes ámbitos (componentes) principales del estudio: □

Estrategias de proyecto o empresariales y ámbito del proyecto □

Mercado y concepto de comercialización □

Materias primas y suministros de fábrica □

Ubicación, emplazamiento y medio ambiente □

Ingeniería y tecnología □

Organización y gastos generales □

Recursos humanos, en concreto personal directivo (empresarial), costos de mano de obra y necesidades y costos de capacitación

Calendario de ejecución y presupuestación del proyecto. (Behrens & Hawranek, 1994, pág. 14).

3.4. Marco conceptual

Turismo rural

Establecer una definición que abarque la esencia misma del turismo rural resulta difícil a consecuencia de que el estudio de esta modalidad se encuentra enfocada desde distintas disciplinas del conocimiento como lo son el económico, agrícola, turístico, entre muchos más (Mediano & Vicente, 2002), a partir de ello se puede identificar una amplia variedad de conceptos alrededor del mismo.

Entre las definiciones más cercana al turismo, se inicia con la establecida por Bardón, (1990) en la cual se menciona que el ámbito de desarrollo para esta modalidad es el medio rural y puede abarcar tanto al agroturismo como a cualquier actividad turística desarrollable en este medio, las cuales deben centrarse en la “búsqueda de atractivos asociados al descanso, la cultura tradicional y la huida de la masificación” (Valdes, 1996).

En años posteriores, Cánoves & Villarino, (2000), complementan esta definición al mencionar que no únicamente lo motiva la búsqueda de las raíces rurales, sino que también

se ve interesado por una imagen positiva del medio rural, fortalecida por naturofilia existente dentro del turista, es decir, por su necesidad por el reencuentro con los valores de la naturaleza (Andrade & Caamaño, 2013).

Finalmente, se establece que el turismo rural es aquel que se desarrolla en zonas no urbanas, enfocado a resaltar la cultura e identidad de la población local, por medio de la directa y activa participación de estos en la prestación de los servicios turísticos (Ibañez & Rodríguez, 2012). Esta modalidad resalta por las relaciones de intercambio que se generan entre los visitantes y receptores, además de mencionarse que las actividades efectuadas en estas áreas se relacionan a la contemplación de los paisajes, la recreación y el descanso, descartándose como actividades principales a las de carácter agropecuario (Ibañez & Rodríguez, 2012).

Ruta o circuito turístico

La selección de qué tipo de itinerario presenta una disyuntiva entre ruta o circuito turístico, puesto ambas pueden ser utilizadas para crear un producto adecuado dentro de la zona, siendo necesario el análisis de una serie de elementos determinantes para su diferenciación basadas en el territorio, en la composición del área de intervención o por elementos que han sido creados de forma artificial por el hombre (Hernández, 2011).

Por un lado se encuentra la ruta turística, la cual se define como la creación y aprovechamiento de un nicho de recursos y actividades que promueven la cooperación entre diferentes áreas de carácter local, nacional, regional, continental o intercontinental, con el fin de servir como un motor para el desarrollo económico de estas áreas por medio de la actividad turística (Fernández, 2016) & (Briedenhann & Wickens, 2004). Las

principales características que presenta este tipo de recorrido son: a) facilidad de encuentro entre el visitante y el medio, b) sensación de libertad por parte del turista para desplazarse y c) disponer de un impulso y operación por parte de los estados (Chan, 2005).

Por otro lado, se observa que un circuito turístico se considera como la base para la producción de una ruta turística y paquetes turísticos (Chan, 2005). Esta figura es de menor jerarquía. Se determina como un conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada, que se establecen en un espacio concreto, sea local o regional, en el cual el punto de inicio y de fin es el mismo (Capristo & Ardohain, 2012); (Hernández, 2011) & (Chan, 2005). Las principales características que posee un circuito son: a) se encuentra debidamente señalizado, b) se encuentra adscrita a áreas reconocidas como patrimoniales o declaradas por estado como de conservación y c) se impulsan por el sector privado o actores locales (Hernández, 2011).

Ruta turística

La actividad turística en Colombia ha desarrollado extensas zonas geográficas, sobre todo las ubicadas en las zonas costeras. No obstante, en los últimos años se evidencia un cambio en las tendencias de la demanda turística con lo cual la oferta debe adaptarse a esta nueva situación y posicionarse en zonas hasta ahora alejadas de los flujos turísticos. Entre estas nuevas aportaciones están la creación de rutas turísticas, que se pueden definir como la creación de un cluster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo (Briedehhann & Wickens, 2003).

Destino turístico

Según Bulnes, (2008) en la definición de destinos turísticos existen varias perspectivas; unos reflejan su carácter localista porque definen el espacio donde presta sus servicios turísticos (Bull, 1994); otros basándose en la oferta del propio destino turístico (Hu & Ritchie, 1993). Para este estudio, se tomaron a consideración las definiciones que más se acercan al objetivo de este:

Un paquete de facilidades y servicios turísticos que está compuesto por múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo” (Hu & Ritchie, 1993)

Concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas (Cooper, Fletcher, Gilbert, & Wanhill, 1993).

El destino turístico lo integran la combinación de diferentes actividades, eventos, productos y servicios (Kim, 1998).

Agrupación multi-actividad que compite sobre la base de una estrategia de cooperación espacial ofertando productos turísticos integrados que resulta evaluada y juzgada por el turista potencial (Ruiz, Olarte, & Iglesias, 1999)

Combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas (Bigné, Sánchez, & Sánchez, 2001).

Café

“El café es la bebida que transforma pensamientos revolucionarios” (Bonilla, 2006).

“El café es la semilla del cafeto o la bebida que se elabora por infusión de las semillas tostadas y pulverizadas” (Bonilla, 2006).

“El café cuenta con denominación de origen, certificación atribuida principalmente a las condiciones particulares del perfil de taza caracterizada por su alta acidez, cuerpo medio, suave y de aroma muy pronuncia” (Córdoba & Castro, 2016)

“El grano de café contiene diferentes sustancias bioactivas, y las cantidades de estas sustancias en el extracto de café, variarán dependiendo de la técnica de extracción utilizada (Kreicbergs & Dimins, 2011) & (Kocadagli & Gokmen, 2016).

“El café es una fuente considerable de polifenoles y compuestos fenólicos, que puede aportar antioxidantes a la dieta, particularmente en el caso de nuestro país, donde no se consumen de forma regular otras bebidas como el vino o el té, también abundantes en compuestos de esta naturaleza. En (Svilaas, y otros, 2004) se reportó que el café es la fuente dietaría principal de antioxidantes, más que el vino y los vegetales y esto se debe a que a pesar de que existen alimentos con una mayor cantidad de antioxidantes que el café, éste se consume con más frecuencia y mayor volumen” (Kreicbergs & Dimins, 2011) & (Kocadagli & Gokmen, 2016).

4. Marco metodológico

4.1. Enfoque de Investigación

Este estudio está enmarcado dentro del enfoque cuantitativo. Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) la investigación cuantitativa busca mediante la recolección, sistematización y análisis de datos, probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, lo que lleva al establecimiento de patrones de comportamiento. En la investigación de este enfoque se sigue un riguroso orden secuencial, aunque es posible redefinir alguna de sus fases.

Según Hernández et al. (2010) el enfoque cuantitativo tiene las siguientes características:

- El problema de estudio planteado es concreto y delimitado.
- Las preguntas de investigación giran a torno a cuestiones específicas.
- La recolección de datos se fundamenta en la medición que debe hacerse con procedimientos claros y precisos.
- Al ser los datos producto de mediciones, estos se representan mediante números y se deben analizar a través de métodos estadísticos.
- Los análisis cuantitativos se interpretan a la luz de las predicciones iniciales (hipótesis, preguntas) y de estudios previos (teoría).
- Debe ser lo más objetiva posible.
- Siguen un patrón predecible y estructurado (proceso).
- Pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento (muestra) a un colectividad mayor (universo o población). También busca que los estudios realizados puedan replicarse.

4.2. Diseño de Investigación

El desarrollo de la investigación para conocer la viabilidad de negocio, se desarrolla en dos etapas, una de tipo exploratoria, seguida de una etapa de tipo descriptivo. En la etapa exploratoria, se trata de conocer la viabilidad técnica, financiera, social, organizacional y ambiental, dado que, por tratarse de un núcleo de negocio nuevo, aún no se tienen suficientes datos sobre el tema. En una segunda etapa, se desarrollará un estudio de tipo descriptivo para determinar la viabilidad de mercado, buscando especificar el tamaño y características del mercado, así como las características de comercialización apropiadas.

Haciendo referencia a este tipo de estudios, para Hernández et al (2010), Los estudios exploratorios sirven para preparar el terreno y por lo común anteceden a investigaciones con alcances descriptivos. Los estudios exploratorios sirven para obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.

Dada la naturaleza del problema de investigación que se busca conocer detalladamente y a profundidad, y los objetivos que se pretende alcanzar, este estudio se puede considerar de tipo descriptivo.

Hernández et al. (2010), indican que “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 80).

Con un concepto muy similar Tresierra (2010), sostiene que la investigación descriptiva: “es el proceso fundamentalmente exploratorio, en la cual el investigador identifica las características o describe las condiciones en la que ocurren ciertos fenómenos

o hechos, tal y conforme se presenta en la descriptiva realidad” (p.137). Según Chávez (2007) las investigaciones descriptivas son: “todas aquellas que se orientan a recolectar informaciones relacionadas con el estado real de las personas, objetos, situaciones o fenómenos, tal cual como se presentaron en el momento de su recolección” (p. 135).

Para Hurtado de Barrera (2010) “la investigación descriptiva tiene como objeto lograr la precisión y caracterización del evento de estudio dentro de un contexto particular” (p. 413).

Por otro lado, teniendo en cuenta la temporalidad en que se va a ejecutar este estudio, el diseño también corresponde a los estudios transeccionales. Respecto a estos estudios, Hurtado de Barrera (2010) sostiene que:

Los estudios transeccionales son sincrónicos: estudian un evento (bajo cualquiera de los diez tipos de investigación), en un solo momento del tiempo. Por lo general, se trata de investigaciones de los primeros estadios (descriptivas, analíticas, comparativas, explicativas), implican una única medición de cada evento (p. 720).

En relación con el propósito de este tipo de estudios, la misma autora afirma que ...se aplican cuando se desea obtener una imagen del estado de las cosas en un momento determinado, cuando se quiere realizar un diagnóstico puntual, cuando se quiere caracterizar un hecho del presente o del pasado, si ahondar en cómo se llegó a él (p. 720).

Para Hernández et al. (2010):

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (p.207).

4.3. Métodos

En el desarrollo de este trabajo se aplicará el método deductivo que según Leyva (1980) “sigue un proceso sintético-analítico, es decir, [...] se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes, normas generales, de las cuales se extraen conclusiones o consecuencias en las cuales se aplican; o se examinan casos particulares sobre las base de las afirmaciones generales presentadas” (p. 13). Para Hurtado de Barrera (2010) “consiste en llegar a una generalización al agrupar sistemáticamente observaciones particulares” (p. 112).

4.3.1. Hipótesis

Para Hernández Sampiere et al (2010), las hipótesis son las guías para la investigación o estudio, indican lo que se trata de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones.

No todas las investigaciones plantean hipótesis. El hecho de que se formulen o no hipótesis, depende del alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis, son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010).

En las investigaciones exploratorias o las descriptivas que no intentan realizar pronósticos de hechos o datos, no se hace necesaria la formulación de hipótesis para definir su curso, como es el caso de este estudio.

Sin embargo, como guía de lo que se trata de probar con esta prefactibilidad, se plantean hipótesis relacionadas con los aspectos más relevantes del estudio.

Así, se plantean como hipótesis para esta investigación las siguientes:

Hipótesis de trabajo o investigación

H1. Las políticas departamentales de apoyo al turismo y al renglón del café servirán de plataforma para la visualización y realización del proyecto

H2. Más del 90% de los cafeteros contactados tienen el real interés de participar en el proyecto pero solo la mitad de ellos tienen los recursos tanto físicos, humanos y económicos para hacerlo.

Hipótesis nula

H3. Los entes gubernamentales locales y departamentales, no muestran el interés suficiente en el proyecto, por lo que no es factible su desarrollo.

Hipótesis alternativa

H4. Otras entidades territoriales como cooperativas de caficultores, asociaciones cafeteras y de turismo, se interesan por el proyecto y lo impulsan con sus asociados, apoyando su desarrollo.

H5. Bancos de segundo piso avalan el proyecto, por encontrarse inmerso dentro de la economía naranja lanzada por el gobierno nacional y por impactar de manera directa renglones como el turismo y la agricultura.

4.4. Población y Tamaño de la Muestra

La población de este estudio está conformada por los actores con injerencia directa en el tema objeto de estudio. Se trabajará con poblaciones presentes en las subregiones del Huila, como son: Garzón, Gigante, Acevedo, Bruselas, Altamira, Nátaga, Paicol y Suaza, referentes de café especial y se encuestarán a los dueños de estas fincas cafeteras, que

tengan posibilidades de entrar al proyecto de ruta. En vista de que el tamaño de la población es muy grande, se determinará una muestra representativa teniendo en cuenta los criterios de inclusión.

Con respecto a la muestra, para Chávez (2007) es una parte representativa de la población, que permite extrapolar sobre ésta, los resultados de una investigación. Este procedimiento se realiza debido a que es imposible estudiar la población en su totalidad.

Según Arias (2006) la muestra es “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83). Para el autor mismo una muestra representativa es: “aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencia o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido” (p.83).

4.5. Tipo de Muestreo

Para el presente estudio la selección de la muestra se hace por el tipo denominado por conveniencia que, según Hernández et al. (2010) es “simplemente casos disponibles a los cuales tenemos acceso” (p. 401). Tamayo (2009), define el muestreo como “Un instrumento de gran validez, en la investigación, con el cual el investigador selecciona las unidades representativas a partir de las cuales obtendrá los datos que le permitirán extraer inferencias acerca de la población sobre la cual se investiga” (p. 181).

4.6. Fuentes de Información

Los datos necesitados para llevar a cabo este estudio provienen de una fuente primaria que son personas de la región quienes deben cumplir con unos criterios de inclusión, los cuales se mencionarán más adelante en este documento.

4.7. Técnicas para la Recolección de Información y Tipo de Procesamiento

4.7.1. Técnicas

Para la recolección de los datos cuantitativos se utilizará la técnica de la encuesta (ver anexo 1). Según Hurtado de Barrera (2010) “la técnica de la encuesta corresponde a un ejercicio de búsqueda de información acerca del evento de estudio, mediante preguntas directas, a varias unidades, o fuentes” (p. 875). Para Leyva (1980) la encuesta “es una técnica que consiste en entregar a las personas cuya información se requiere para la investigación, un cuestionario que debe ser llenado por ellas, libremente” (p. 25)

4.7.2. Criterios de Inclusión

Las personas que conforman la muestra de este estudio deben cumplir con los siguientes criterios de inclusión:

- Tener en su finca siembra de café.
- Tener atractivos diferentes a la siembra, como senderos para caminata, chorros de agua, lagunas o lagos, flores exóticas, entre otros.
- Pertenecer a la zona cafetera del Huila

Teniendo en consideración lo anterior y para efectos de esta investigación el modelo seleccionado para llevar a cabo la prefactibilidad es el planteado por el profesor Rafael Méndez Lozano (2013).

4.8. Validez de la Investigación

Lincoln y Guba (1987) se inspiraron en criterios positivistas (validez interna, validez externa, fidelidad, objetividad) y elaboraron criterios semejantes pero adaptados a la praxeología, la axiología, la epistemología y la ontología del enfoque cualitativo. Esos criterios son respectivamente: La credibilidad, la transferibilidad, la fiabilidad y la

confirmación. Lincoln y Guba (1987) agregaron un quinto: La integridad y Zapata (2008)

agrega un sexto: La coherencia.

Dimensiones	Detalle	Medidas adoptadas
Validez interna /Credibilidad	Representación adecuada y creíble de la construcción de la realidad de la variable en la institución objeto de estudio	La investigación se hace bajo una exhaustiva revisión bibliográfica que ha permitido escoger tanto el mejor modelo de investigación a seguir para el cumplimiento de los objetivos tanto generales como específicos; como el mejor enfoque metodológico y los instrumentos de recolección de información (cuestionario). Esta acción permite que la investigación a seguir tenga una validez interna muy alta y por ende el cumplimiento de los objetivos surja de una manera más eficiente y completa.
Validez externa /Transferibilidad	Nivel en que las teorías desarrolladas a lo largo de la investigación sobre la viabilidad de negocio pueden ser transferidas a otros contextos	A partir de la muestra, se va a generalizar para toda la población, la investigación en primera instancia tiene Validez Externa a otras instituciones del mismo sector y a su vez permite ser aplicada en otras organizaciones que pertenezcan a un sector económico diferente; esto se cumple siempre y cuando se respeten los lineamientos expuestos en la teoría y en el desarrollo de la investigación.
Fidelidad/Fiabilidad	Fiabilidad, relación, consistencia de los resultados arrojados por los instrumentos de recolección de la información	La estructura del instrumento y el método de recolección de información, permitió que existiera una consistencia de los resultados que arroja el análisis de la información. La fiabilidad está dada por la minuciosa tarea de recolección por parte de los mismos investigadores, que cubrirán todos los requerimientos que se necesitan para el cumplimiento de los objetivos y para garantizar que lo que dicen estos resultados se asemeja a la realidad que se vive en la organización objeto de estudio.
Objetividad/Confirmación	Construcción de la interpretación de los resultados obtenidos de los instrumentos de recolección de información	Para el cumplimiento de la confirmación, los investigadores se guiarán por estrictamente por el instrumento de recolección de información que les permita obtener la información en tiempo real y que ésta manifieste la verdadera realidad que se vive en torno a la variable y los elementos objeto de estudio.

Integridad	Garantizar la veracidad de la información arrojada por los instrumentos o los informantes seleccionados para la recolección de la información	El instrumento escogido por los investigadores permite un trabajo de campo que conlleva a crear lazos de relación con el grupo objeto de estudio. Esta relación permitirá garantizar que la información que se recolecte no esté distorsionada o que carezca de veracidad.
Coherencia	Conexión entre la filosofía, la epistemología, la metodología y la ética en el desarrollo de la investigación	La investigación en curso, maneja una relación coherente en todas sus partes. El título, el planteamiento del problema, los objetivos, el marco teórico, la metodología y el instrumento de recolección de información muestran coherencia entre sí, de acuerdo a la teoría o los lineamientos que se aplican a una investigación de esta índole. La teoría está sustentando cada apartado y sirve como base para el desarrollo de esta.

4.9. Metodología Específica por Cada Objetivo

Para efectos de esta investigación, el proceso que se lleva a cabo para el cumplimiento de los objetivos y el desarrollo de la investigación es el siguiente:

Factibilidad	Objetivo	Método
De Mercado	Determinar el nicho de mercado para una firma consultora en turismo	Metodología descriptiva con enfoque cuantitativo. Método de recolección de información: encuesta
Técnica	Determinar las condiciones técnicas para producir y comercializar una ruta turística cafetera del Huila.	Metodología exploratoria de enfoque cualitativo. Método de recolección de información: revisión de fuentes secundarias internas.
Financiera	Determinar la viabilidad económica y financiera del proyecto.	Metodología exploratoria de enfoque cualitativo. Método de recolección de información: revisión de fuentes secundarias internas.
Social y Cultural	Identificar el nivel de aceptación de la ruta turística cafetera del Huila.	Metodología descriptiva con enfoque cuantitativo. Método de recolección de información: encuesta

Organizacional	Determinar la estructura organizacional necesaria para implementar la ruta turística cafetera del Huila.	Metodología exploratoria de enfoque cualitativo. Método de recolección de información: revisión de fuentes secundarias internas.
Ambiental	Identificar el impacto ambiental que tiene el proyecto en la comunidad Huilense.	Metodología exploratoria de enfoque cualitativo. Método de recolección de información: revisión de fuentes secundarias internas.
Político/Legal	Determinar el grado de estabilidad jurídico político para la implementación del proyecto ruta turística cafetera del Huila.	Metodología exploratoria de enfoque cualitativo. Método de recolección de información: revisión de fuentes secundarias internas.

5. Recolección de información

Para realizar la recolección de información se tuvo en cuenta los objetivos específicos, Conocer el inventario turístico que ofrece el Huila en sus zonas cafeteras; conocer el inventario de fincas y cafeteros dispuestos a participar de un proyecto turístico – cafetero y establecer las bases para la creación y el diseño de planes turísticos a partir de una ruta cafetera.

Para cumplir con lo anterior, se inició con el inventario turístico de los municipios incluidos en este estudio: Acevedo, Altamira, Bruselas, Garzón, Gigante, Nátaga, Paicol y Suaza.

Inventario turístico del Huila en los municipios cafeteros:

Acevedo:

PARQUE NACIONAL NATURAL CUEVA DE LOS GUÁCHAROS

Cueva de amplias galerías por donde transcurre el tramo del río Suaza, sus paredes siempre están húmedas y presentan una precipitación continua y aunque fueron descubiertas en 1876 por el cauchero Luis Evaristo Chaus; hallazgos arqueológicos en 1972 nos muestra que la cueva fue habitada por grupos prehistóricos durante el siglo I A.C. y posteriormente en el siglo VI D.C.

Sirve como sitio de anidamiento para los guacharos, ave nocturna frugívora que puede llegar a medir hasta 1m con 20m de envergadura y se encuentra en vía de extinción.

Altamira:

BIZCOCHO DE ACHIRA

Producto alimenticio preparado en forma artesanal de amasijo. En la actualidad, el departamento del Huila cuenta con 5 sellos de denominación de Origen Protegida, de los cuales el Bizcocho de Achira, por sus características que se atribuyen a factores naturales y

humanos, ha proporcionado que dicho producto adquiriera una reputación muy significativa por los consumidores gozando de tal reconocimiento.

Garzón:

SENDERO INTERPRETATIVO AGRO-PARQUE LOMACHATA

Sendero interpretativo para la observación de fauna, flora y actividades agrícolas y culturales. Recorre un establecimiento de molienda, potreros, un guadual y la zona de protección de la quebrada La Vuelta donde encontramos vegetación nativa, llega hasta un estanque artificial con un kiosco en el centro donde se pueden observar las aves acuáticas y finalmente regresa a la casa pasando por instalaciones para la producción de cerdos y la cría de caballos Colombianos. Cuenta con un guion muy interesante sobre la cultura, la conservación y las prácticas de producción limpia.

Gigante:

SENDERO DEL PUENTE COLGANTE

Sendero veredal, ideal para recorrerlo en bicicleta, a caballo o a pie en donde se pueden apreciar labranzas de cacao, guaduales, explotaciones ganaderas y otras explotaciones agropecuarias, y que articula los elementos interpretativos del Puente Colgante, La Estación Acuícola del Alto Magdalena, La Escuela Normal Superior, El Monte Tabor y donde se puede disfrutar de la biodiversidad de la zona.

ZONA CAFETERA DEL MUNICIPIO DE GIGANTE

Conjunto de unidades de paisaje, conocimientos y prácticas sobre la cultura de la zona cafetera del departamento del Huila Integra actividades productivas como la siembra, cultivo y beneficio del café, los frutales, la ganadería, la jardinería, y la gastronomía entre otros muchos elementos.

PARQUE NATURAL REGIONAL CERRO PARAMO DE MIRAFLORES

El Cerro de Miraflores se encuentra ubicado en el flanco occidental de la cordillera Oriental entre los departamentos del Huila y Caquetá en jurisdicción de los municipios de Algeciras, El Gigante y Garzón, en el Huila y Paujil, Doncello y Puerto Rico en el Caquetá. La CAM expide el acuerdo 012 del 27 de mayo de 2005 "Por el cual se declara el Cerro Páramo de Miraflores como Parque Natural Regional". El Parque se distribuye en la zona de Bosque de Niebla y Subpáramo, encontrando especies de fauna y flora típicas de estos ecosistemas.

Paicol:

CUEVA LA CAJA DE AGUA

Cueva de galerías amplias, con una longitud de 1 Kilómetro de desarrollo, surcada por las aguas de la quebrada de Santa Inés. Posee un conjunto de formaciones calcáreas (estalactitas y estalagmitas) en columnas formadas por aguas pesadas, en sus paredes y techos aparecen conchas de nácar, helechos y árboles petrificados y otras formaciones fosilíferas. Existe en la cueva la mayor diversidad de murciélagos registrada para el Huila.

QUEBRADA LA MOTILONA

La quebrada La Motilona nace en la vereda la Cumbre, en el municipio de Paicol. Se destacan las características geomorfológicas durante su recorrido, las cuales facilitan que se formen cascadas, moyas profundas y cuevas. El paisaje natural del sitio está enmarcado en algunos parches de bosque natural, posiblemente regeneraciones de más de diez años, del bosque original.

La diversidad biológica del sitio consiste principalmente en fauna típica del bosque seco tropical, resaltando especies de aves como mirlas, semilleros, atrapamoscas, cucos y algunas especies de tangaras que usan el canon del Rio Páez y el Magdalena para desplazarse a zonas con mejores ofertas alimenticias.

Suaza:

SOMBRERO SUACEÑO

En Suaza como en casi todos los pueblos del Huila, también venden achiras; pero la artesanía más famosa son los sombreros de iraca.

En el pueblo hay microempresas donde los elaboran a partir de las cintas que vienen listas del campo, pero también talleres donde realizan todo el proceso desde el secado de las fibras, tejido a mano, cosida de las cintas hasta el ‘golpeo’ final.

Así que la prenda con la cual los campesinos se protegen del sol, es el producto insignia de Suaza.

En el parque con floresta suficiente, el monumento con un gran sombrero suaceño, ocupa sitio de privilegio.

DESTINOS TURÍSTICOS

Para los tradicionales paseos familiares, se encuentran los balnearios: Las Quemadas, Las Cabañas o Aguarió.

Grupos de caminantes organizan expediciones para admirar las cascadas: Las Delicias, Los Tres Chorros o La Pioja.

La Hacienda San Isidro ofrece hospedaje campestre a los viajeros.

El turismo religioso es otra fuente de ingresos para la vereda Gallardo. Los visitantes llegan hasta el santuario donde se venera la Virgen de Aránzazu.

5.1. Inventario de fincas y cafeteros dispuestos a participar de un proyecto turístico – cafetero

De acuerdo a las estadísticas de la Federación Nacional de Cafeteros, el Huila tiene 35 municipios cafeteros, 83.677 caficultores repartidos en 100.916 fincas.

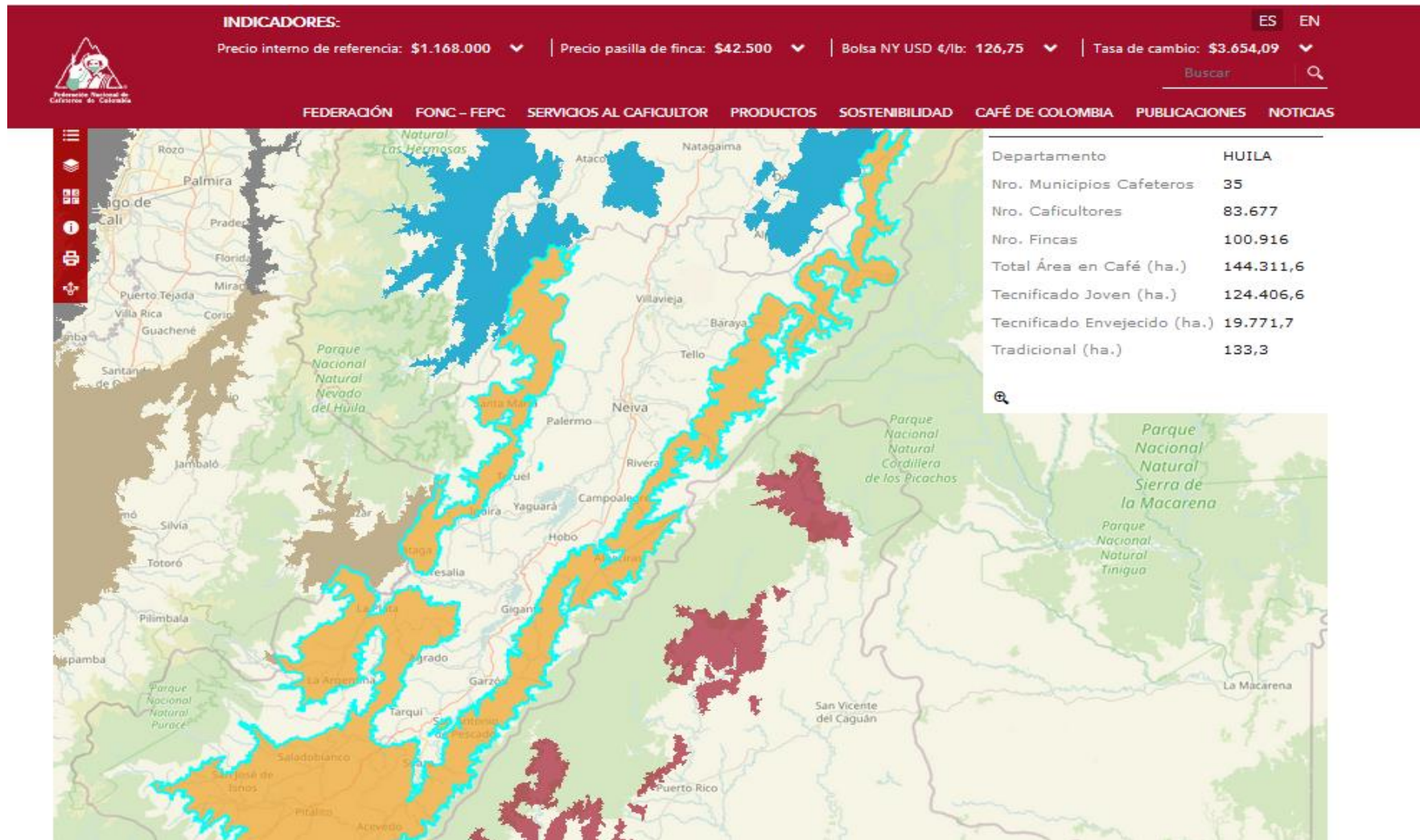


Ilustración 1. Distribución de fincas cafeteras del Huila

Fuente: Federación Nacional de Cafeteros

Para obtener el inventario, se presentó la solicitud a las cooperativas que operan en el Huila y que agremian a los cafeteros, Cadefihuila y Coocentral, siendo esta última la más interesada en el proyecto y quien proporcionó una base de datos de caficultores de los municipios escogidos, que encajaban dentro del perfil escogido para la investigación (ver anexo 2). Para el proyecto, se realizaron 32 encuestas, que fueron tabuladas en Excel y analizadas a través de tablas dinámicas (ver anexo 3), además de la graficación de cada respuesta (ver anexo 4). Estos resultados fueron la base para el análisis que se presenta a continuación.

Comprobando una de las hipótesis que plantea que más del 90% de los cafeteros estarán interesados en el proyecto, según la información recolectada, el 93% de los encuestados dijeron si al proyecto, como se evidencia en la siguiente gráfica:

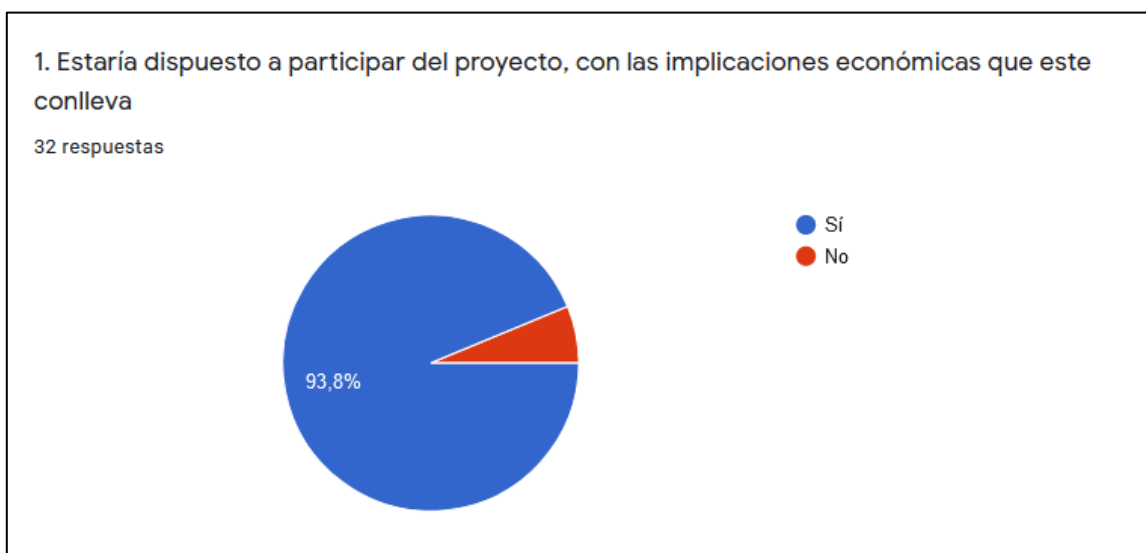


Ilustración 2. Disposición de participar en el proyecto

Fuente: propia

Al indagar por la infraestructura disponible entre los interesados, el 47% de las fincas tiene más de 3 habitaciones disponibles, el 27% tiene 3 habitaciones y el 10% tienen 2 o una habitaciones para alquilar a turistas.

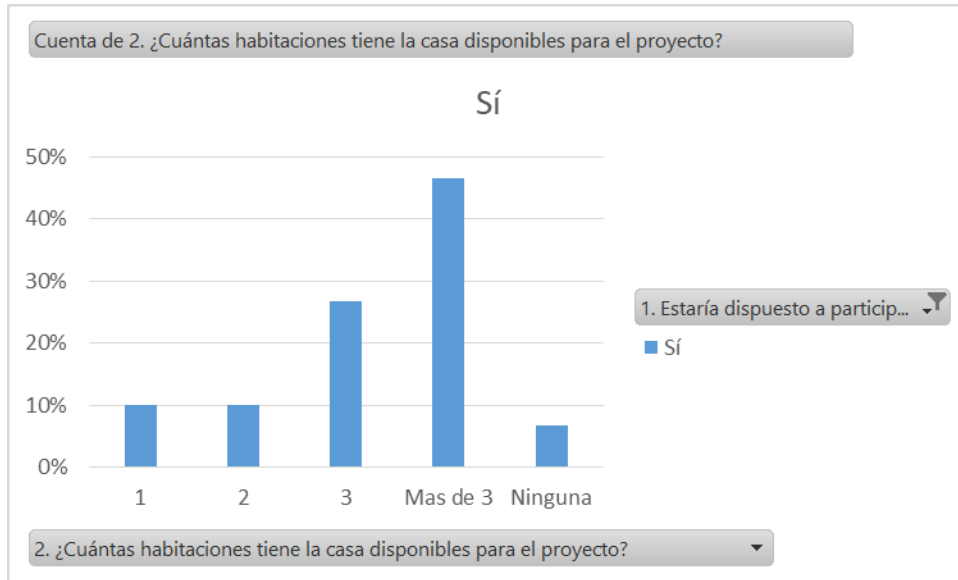


Ilustración 3. Habitaciones disponibles para el proyecto

Fuente: propia

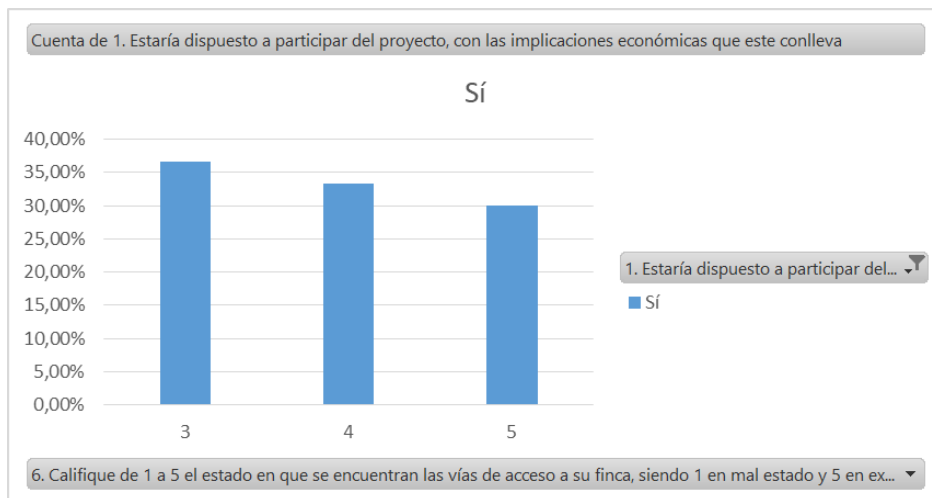


Ilustración 4. Estado de las vías de acceso

Fuente: propia

En cuanto a las vías de acceso, los interesados calificaron el estado de las mismas, en un promedio de 4, donde el 37% las calificó con 3, el 33% con 4 y 30% con 5, lo que es

muy positivo para el proyecto, dado que este depende en gran medida de la accesibilidad que se tenga a los sitios que componen la ruta agroturística.

La idea de este proyecto, además de generar reconocimiento para la región, es impulsar las pequeñas fincas ubicadas en los municipios no incluidos en la ruta cafetera del departamento, para que se convierta en una oportunidad de generar recursos adicionales para los caficultores. Es por esto que las fincas incluidas en la base, son pequeñas en cuanto a hectáreas con siembra de café, así: el 37,5% tiene entre 1 y 5 hectáreas sembradas, el 37,5% entre 5 y 10 hectáreas, y el 25% tiene más de 10 hectáreas, como se evidencia en la Ilustración 5.

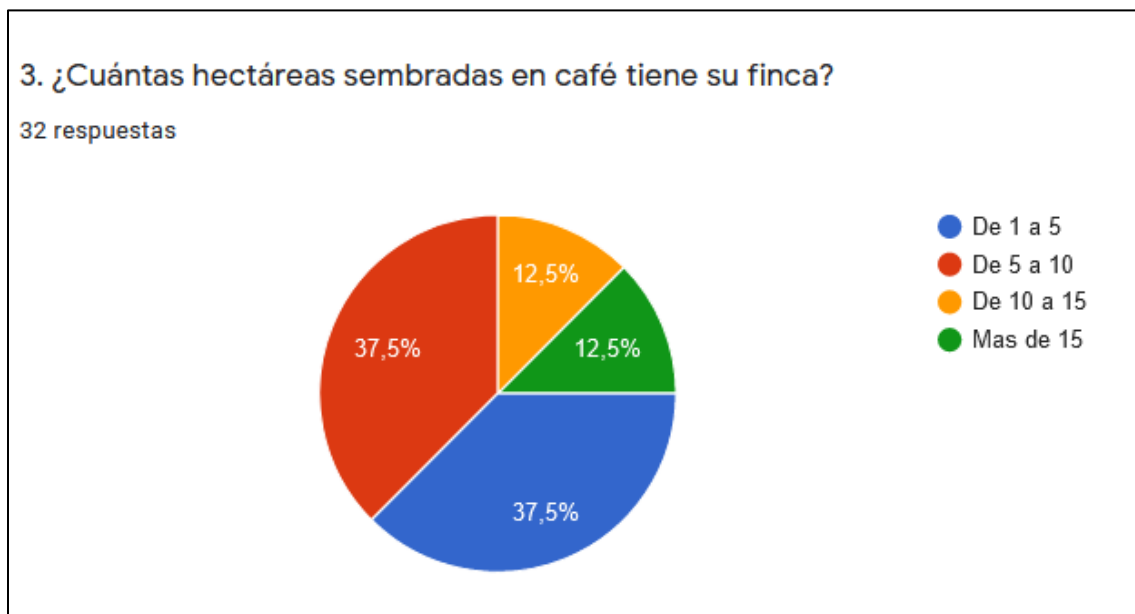


Ilustración 5. Hectáreas sembradas con café

Fuente: Propia

Como se evidencia en la ilustración 6, las fincas además ofrecen para los turistas interesados en el proceso de beneficio del café, la posibilidad de que vivan y realicen recolección, pelado, secado, trillado y tostado del fruto.

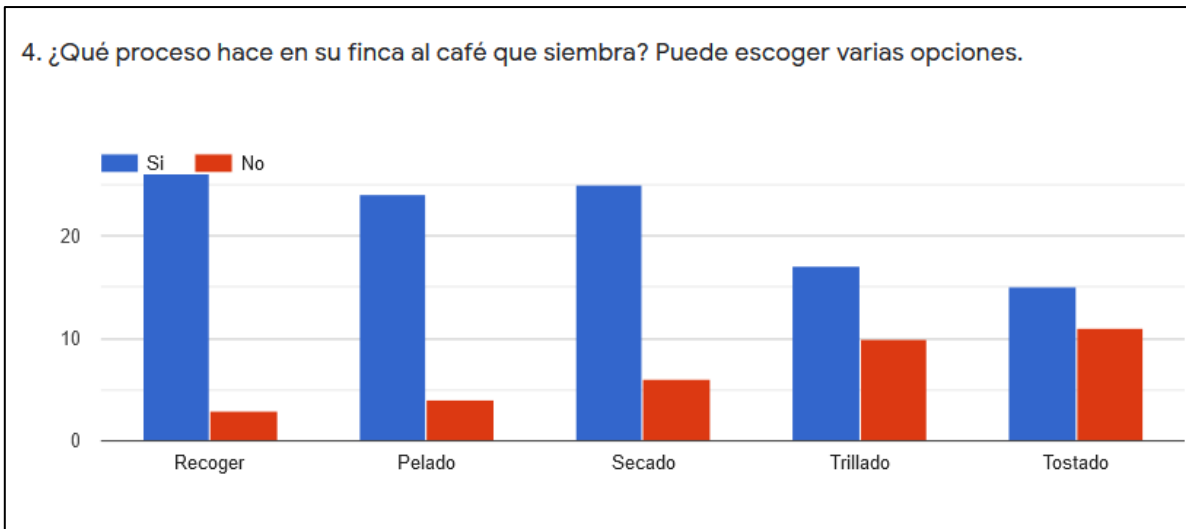


Ilustración 6. Procesos del café para los turistas

Fuente: propia

También es importante para el proyecto, los atractivos adicionales a los del inventario por cada municipio, que puedan aportar las fincas interesadas. Es por esto que se hizo otro inventario con los atractivos privados que se adicionan a la ruta, encontrando que en las fincas, además de los aportes del contacto con el proceso cafetero, se pueden encontrar también rutas ecológicas en el 100%; caídas de agua en el 53%; cultivos de flores exóticas en el 56% y lagunas en el 33%.

De las 10 fincas que tienen lagunas, 7 de ellas tienen además caídas de agua, por lo que se puede adicionar al proyecto, el atractivo de deportes acuáticos extremos como rafting, kayak, rapel, entre otros.

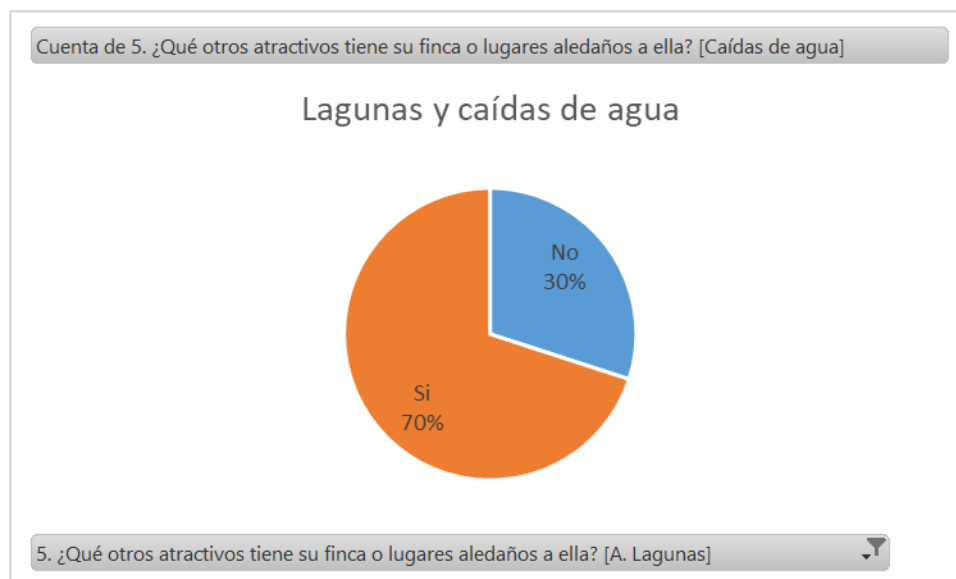


Ilustración 7. Fincas con lagunas y caídas de agua

Fuente: propia

Las expectativas generadas por el proyecto son variadas pero el 38% de los encuestados coinciden en que les gustaría que mejorara la economía, no solamente la propia, sino de la región. También les llama la atención el dinamismo que le puede traer a la región, impactando positivamente en la generación de empleo, el emprendimiento, los proyectos sostenibles que se puedan desarrollar alrededor de las fincas y la ruta, además de los beneficios que traería al dar a conocer la región como el nuevo eje cafetero colombiano.

5.2. Bases para la creación y el diseño de planes turísticos a partir de una ruta cafetera

5.2.1. Estudio técnico del producto:

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	EXPECTATIVAS DEL CLIENTE	TÉCNICA	CAPACIDAD	CONTROL
Creación, planificación y desarrollo de productos	Asesoría en el desarrollo del conjunto de bienes y servicios de los	Asegurar la planeación y diseño efectivo del producto turístico, con	Comprensión de actividades de la empresa	Desarrollo de temáticas en asesoría exclusivas según	- Informe de seguimiento. - Evaluación

/ destinos turísticos	prestadores de servicios turísticos, potencializando su oferta para una demanda exigente, en cuanto a procesos, gestión y planificación del producto turístico, enfatizando su propuesta de valor.	herramientas competitivas, sustentables u autogestoras de la organización.	turística y de sus usuarios.	el caso a tratar, implementando planes de mejora o diseño exclusivo, según necesidades del caso.	de satisfacción.
Marketing turístico	Planes de mercadeo para el sector turístico a nivel empresarial y como destino turístico.	Reconocimiento del entorno de la empresa para uso efectivo en estrategias empresariales.	Aplicado a trabajo de campo: Entrevistas, encuestas, estado del arte de la oferta.	Interpretación Comparación Supervisión Calidad.	Evaluación y control de la función de la investigación de mercados.
Capacitación	En los diferentes tipos de servicios turísticos y actividades complementarias al turismo sostenible como: las artesanías. Dando valor a la sabiduría artesanal y a su práctica para mantenerse en el tiempo.	Generar el aprendizaje de técnicas y prácticas del turismo sostenible.	Herramientas digitales, material de apoyo académico y práctico.	Desarrollo efectivo de las técnicas y prácticas en turismo sostenible.	Seguimiento a los procesos de continuo aprendizaje y perfeccionamiento de técnicas y prácticas en turismo sostenible.

5.2.2. Análisis administrativo y organizacional

Grupo empresarial:

La empresa se creará con un único dueño, con la figura de una SAS (sociedad por acciones simplificada), por la baja complejidad que representa su conformación, dado que es más flexible, menos costosa para la realización de negocios y hace más fácil el camino para recibir el apoyo de fondos de capital semilla, importantes para el emprendimiento, como es este el caso.

Para la constitución se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Verificar la disponibilidad del nombre en la Cámara de Comercio.
- Presentar el acta de constitución y los estatutos de la sociedad en una notaría.
- Inscribir la sociedad y el establecimiento de comercio en el registro mercantil (en la Cámara de Comercio de Neiva)
- Obtener copia del Certificado de existencia y Representación Legal, en la Cámara de Comercio.
- Obtener número de identificación tributaria (NIT) para impuestos del orden nacional.
- Abrir una cuenta bancaria y depositar la totalidad del capital social.
- Inscribir libros de comercio ante la Cámara de Comercio.

Organización:

La empresa nace como iniciativa del mercadólogo Jonatan Espejo Rodríguez, profesional en Mercadeo, Publicidad y Ventas, especialista en temas de marketing turístico, que formando un equipo de profesionales con colegas de su Alma Mater, profesionales en Administración turística y en Administración agropecuaria, aunaron esfuerzos para proyectarse como un aliado estratégico para los emprendedores del departamento, que quieran hacer parte del proyecto de turismo con el café como atractivo.

Todos los asesores y consultores son profesionales independientes y serán contratados por prestación de servicios, para desarrollar tareas específicas y en proyectos específicos, por tiempos y tareas determinadas, por lo que no se genera dependencia laboral alguna con la empresa.

Identidad corporativa:

El objetivo de la empresa es ayudar a particulares, emprendedores y empresarios a dar forma a sus ideas, impulsarlas hacia la competitividad y la innovación en turismo a partir de programas específicos, como en este caso, aprovechando el potencial del Departamento del Huila en su producción cafetera.

MISIÓN: ofrecer servicios tanto a Entidades públicas como privadas para la creación, desarrollo, puesta en valor y gestión de productos y servicios turísticos, con base en el análisis y diagnósticos profesionales que den como resultado estrategias que generen acciones dirigidas al desarrollo social, económico y medioambientalmente sostenible.

VISIÓN: Ser la empresa de Consultoría pionera del departamento en brindar asesoría estratégica y técnica que permita resolver problemas o potencializar situaciones y proyectos específicos, a través de la consultoría especializada en la planificación, desarrollo y gestión de destinos y productos turísticos.

SERVICIOS A BRINDAR:

- Planificación y desarrollo de destinos y/o rutas turísticas
- Creación de productos turísticos
- Marketing turístico
- Talleres de formación turística

5.2.3. Equipos y maquinaria:

Por tratarse de una empresa de consultoría, cuyo producto es un servicio, no se hace necesaria maquinaria de producción. Sin embargo, se invertirá en la adquisición de equipos

como computadores portátiles y de mesa, impresoras, video beam y demás básicos de oficina.

5.2.4. Análisis económico

Inversión inicial

ITEM	CANTIDAD	VALOR	TIPO DE RECURSO
Trámites legales	1	\$600.000	Recursos propios
Dominio página web	1	\$1.000.000	Recursos propios
Programador web	1	\$2.000.000	Recursos propios
Arrendamiento oficina	1	\$3.000.000	Recursos propios
Publicidad (material POP)	1	\$600.000	Recursos propios
TOTAL		\$7.200.000	

Inversión en activos fijos

ITEM	CANTIDAD	VALOR	TIPO DE RECURSO
Escritorios con silla	3	\$3.000.000	Recursos externos
Mesa para reuniones	1	\$700.000	Recursos externos
Sillas interlocutoras	12	\$2.400.000	Recursos externos
Computadores portátiles	3	\$6.000.000	Recursos externos
Impresora láser en red	1	\$1.000.000	Recursos externos
Video beam	2	\$4.000.000	Recursos externos
Cámara digital	1	\$3.000.000	Recursos externos
Vehículo corporativo	1	\$30.000.000	Recursos externos
TOTAL		\$50.100.000	

Inversión en capital de trabajo (proyectado a un año)

ITEM	CANTIDAD	VALOR	TIPO DE RECURSO
Consultor	12	\$36.000.000	Inversión del proyecto
Asesor en turismo sostenible	12	\$24.000.000	Inversión del proyecto
Asesor en agro industria	12	\$24.000.000	Inversión del proyecto
Asesor en negocios	12	\$24.000.000	Inversión del proyecto
Capacitadores	12	\$24.000.000	Inversión del proyecto
Plan de telefonía	12	\$960.000	Inversión del proyecto
Insumos de capacitación	12	\$2.400.000	Inversión del proyecto
TOTAL		\$135.360.000	

Análisis de Costos

El presupuesto para iniciar la empresa de consultoría se divide en tres aspectos:

a) Inversión inicial que corresponde al rubro de creación legal y materialización de la compañía, estos recursos son la inversión inicial del único dueño.

b) Inversión en Activos fijos corresponde a la inversión en infraestructura necesaria para poner en marcha la empresa, los recursos se canalizarán a través de fondos de inversión pública tales como, fondo emprender y fondos de fomento al plan de desarrollo regional a través de entidades como, Bancóldex, entre otros.

c) Inversión en capital de trabajo corresponde a los costos derivados de la apuesta en marcha del objeto de la empresa es decir los proyectos productivos de Agroindustria y Turismo que impacta esta consultoría específica.

Conclusiones

De acuerdo con lo planteado en los objetivos de este proyecto, se pudo evidenciar el gran atractivo turístico presente en los municipios objeto de estudio, además del existente en las fincas cafeteras interesadas en el proyecto. En el presente proyecto se plasman los inventarios existentes, que enriquecerán la ruta a diseñar.

En cuanto al inventario de fincas y cafeteros interesados en participar en el proyecto, se tienen puntos en cada uno de los municipios escogidos, con una infraestructura apropiada, con vías de acceso en condiciones de aceptables a buenas y con procesos de beneficio de café que pueden brindar una experiencia vívida a los visitantes y turistas.

Para cumplir con el tercer objetivo específico, sobre establecer las bases para la creación y el diseño de los planes turísticos a partir de la ruta cafetera, se deja planteado en este proyecto, los elementos financieros, técnicos y administrativos necesarios para llevar a cabo el emprendimiento proyectado.

Por último, como conclusión final, con este proyecto se evidenció que, si es viable crear la empresa de consultoría y el producto turístico, que articule los procesos del café con el turismo, en una ruta turística – cafetera, con caficultores interesados y con grandes expectativas en el proyecto.

Referencias bibliográficas

- Andrade, M., & Caamaño, I. (2013). Attributes and social imaginary produced by tourists about rural areas. *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo* (6), 1-12.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Baca, G. (1998). *Evaluación de proyectos*.
- Ballesteros, M., & Escuderos, D. (2019). *Eje Cafetero: de centro productor de café a principal punto turístico de grano en el país*. Obtenido de Repositorio U Rosario: <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/20992>
- Bardón, E. (1990). Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo. *Estudios turísticos* (108), 61-82.
- Behrens, W., & Hawranek, P. (1994). *Manual para la preparación de estudios de viabilidad industrial*. Viena: ONUDI.
- Bigné, J., Sánchez, M., & Sánchez, J. (2001). Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behaviour: Inter-Relationship. *Tourism Management Vol 22*, 607-616.
- Black, L., & Tarkin, A. (2006). *Ingeniería económica (6ª ed.)*. México: McGrawHill.
- Bonilla, L. (2006). *Los cafés y las revoluciones sociales*. Universidad Panamericana.
- Briedehhann, J., & Wickens, E. (2003). "Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of rural Areas Vibrant hope or impossible Dream?". *Tourism Management*, 1-9.
- Briedehhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism management*, 25(1), 71-79.

- Bull, A. (1994). *La Economía del Sector Turístico*. Alianza Editorial.
- Bulnes, D. (2008). Las imágenes del destino turístico La Habana. Diseño de un instrumento de medición. *Centro de Estudios Turísticos. Universidad de la Habana.*, 9-10.
- Cánoves, G., & Villarino, M. (2000). Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. *Documents d'Anàlisi Geogràfica (37)*, 51-77.
- Capristo, V., & Ardohain, K. (26 de 09 de 2012). *UNICEN, Universidad Nacional del Centro de la provincia de Buenos Aires*. Obtenido de Circuitos Turísticos Regionales: <http://www.unicen.edu.ar/content/circuitos-tur%C3%ADsticos-regionales>
- Chan, N. (2005). *Circuitos turísticos: programación y cotización*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.
- Chávez, N. (2007). *Introducción a la investigación educativa*. Maracaibo, Venezuela: Gráfica González.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism. Principles and Practice*. Gran Bretaña: Pitman Publishing.
- Córdoba, N., & Castro, M. (2016). Caracterización de los procesos tradicionales de fermentación de café en el departamento de Nariño. *Biotecnología en el Sector Agropecuario y Agroindustrial.*, 75-83.
- Correa, J., Castaño, C., & Ramírez, L. (2010). Análisis financiero integral: elementos para el desarrollo de las organizaciones. *Lúmina (Colombia)*, 180-193.
- Correa, J., Ramírez, L., & Castaño, C. (2010). *La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v18n1/v18n1a11.pdf>

Cruz, M., Agaton, D., & Añorve, N. (2019). *RUTA ECOTURÍSTICA DEL CAFÉ, SOL Y PLAYA EN LA COSTA GRANDE DE GUERRERO. PROPUESTA PARA EL TURISMO COLABORATIVO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL*.

Obtenido de Repositorio U Nacional Autónoma de Méjico:

<http://ru.iiec.unam.mx/4727/>

Diario del Huila. (27 de 08 de 2017). *Huila líder en producción, aroma y sabor de café*.

Obtenido de Diariodelhuila.com: <https://diariodelhuila.com/huila-lider-en-produccion-aroma-y-sabor-de-cafe>

Duis, U. (2011). Caminos e Historias de la Tierra Cafetera – La Unión Entre Territorio, Paisaje Cultural y Su Gente Como Producto Experiencial de Turismo Cultural. *Anuario Turismo y Sociedad Vol. 12*, 83.

Esteves, M. (2015). *El desarrollo turístico sustentable y el café en la localidad de Coroico*.

Obtenido de Repositorio UMSA:

<https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/14113>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (27 de 09 de 2017). *Comité de Cafeteros del Huila*. Obtenido de

https://huila.federaciondecafeteros.org/fnc/inc_nuestro_comite/comite_departamental_de_cafeteros_del_huila

Fernández, Y. (2016). *Itinerarios Culturales*. Extredadura, España: Cáceres.

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA; CÁMARA DE COMERCIO DE NEIVA. (2015). *LAS APUESTAS PRODUCTIVAS EN EL PLAN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD, CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DEL HUILA*. Neiva: GPG Asociados.

Guba, E., & Lincoln, Y. (1987). *Naturalistic inquiry*. Oxford: M. Dunkin.

- Hernández, J. (2011). Los caminos del patrimonio. *Rutas turísticas e itinerarios culturales. Pasos*, 9(2), 225-236.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación - Quinta edición*. Méjico: McGrawHill.
- Hu, Y., & Ritchie, J. (1993). Medidas de atracción de los destinos: un acercamiento conceptual. *Journal of Travel Research*, 25-34.
- Hurtado de Barrera, J. (2010). *Metodología de la investigación: Guía para la comprensión holística de la ciencia. (4a ed.)*. Bogotá : Quirón.
- Ibañez, R., & Rodríguez, I. (2012). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. En A. Ivanova, & R. Ibañez, Medio ambiente y política turística en México*. México.
- Kim, H.-B. (1998). Perceived Attractiveness of Korean Destinations. *Annals of Tourism Research*, 340-361.
- Kocadagli, T., & Gokmen, V. (2016). *Effect of roasting and brewing on the antioxidant capacity of espresso brews determined by the QUENCHER procedure*, *Food Res. Int.* Obtenido de doi:10.1016/j.foodres.2016.03.004
- Kreicbergs, V., & Dimins, F. (2011). *Biologically active compounds in roasted coffee*. Obtenido de Semantic scholar:
<https://www.semanticscholar.org/paper/Biologically-active-compounds-in-roasted-coffee.-Kreicbergs-Dimi%20%26%20A1/ee8cddd1ab550432d7d54dcd51ecaffc49a69fcc#citing-papers>
- Leyva, F. (1980). *Nociones de metodología de investigación científica en 200 preguntas y respuestas. (2a. ed.)*. . Quito: Imprenta Ortiz.

- López, E., González, N., & Cano, A. (04 de 05 de 2012). *Estudio técnico elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión*. Obtenido de <http://antiguo.itson.mx/publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>
- López, K., & Ospina, V. (2016). Turismo agrónomo sobre producción y transformación de café tipo arábica. *Esumer*.
- Lozano, P., & Rosero, C. (2004). *Estudio de prefactibilidad y evaluación de impacto ambiental para el diseño de una planta embotelladora de agua en la localidad de Sumapaz*. Obtenido de Universidad de la Salle: <http://tegra.lasalle.edu.co/tegra/handle/12991031>
- Martínez, E. (2011). *Estudio de pre-factibilidad para implementación de una empresa dedicada a ofrecer el servicio de recorrido turístico en un café bar a bordo en la ciudad de Trujillo*. Obtenido de Repositorio UPN: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/62>
- Mediano, L., & Vicente, M. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española (2741)*, 25-36.
- Méndez, R. (2013). *Rafael mendez lozano Formulación y evaluación de proyectos 9na edición*. Bogotá: Global impact.
- MinCIT. (08 de 09 de 2018). *Citur - MinCIT*. Obtenido de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental/mapacompetitivo/41>
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación 5ta edición*. Bogotá: MM Editores.
- Mora, S. (2018). *Investigación de las características organolépticas del café y su patrimonio natural, cultural y culinario en los valles de Vilcabamba y Malacatos*,

en la provincia de Loja, como base para el desarrollo turístico de la zona. Obtenido de Repositorio Digital Universidad De Las Américas:

<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9775>

Moreno, P. (2019). *LA PRODUCCIÓN DEL CAFÉ DE LA VEREDA EL OCASO COMO MEDIADOR DE EXPERIENCIAS PARA LOS TURISTAS.* Obtenido de Repositorio U Piloto:

<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/5452/La%20vereda%20El%20Ocaso%20trabajo.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Pionce, G., & Saenz, J. (2011). *Cultivo de cafe organico y su influencia en el desarrollo turístico del cantón Jipijapa.* Obtenido de Repositorio digital UNESUM:

<http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/246>

Ruiz, A., Olarte, R., & Iglesias, V. (1999). Evaluación de los Destinos Turísticos en función de su valor de marca. *Actas del XI Encuentro de Profesores Universitarios de Marketing*, 427-450.

Sánchez, J. (2015). *Circuito de turismo de naturaleza enmarcado en el café y culturas de la Sierra Nevada de Santa Marta.* Obtenido de Repositorio UTB:

<https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/3408/0068934.pdf?sequence=1>

Sánchez, S., & López, T. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural*, 159-171.

Sapag, N., & Sapag, R. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos 4ta edición.* México: Mc Graw Hill.

Svilaas, A., Sakhi, A., Andersen, L., Svilaas, T., Ström, E., Jacobs, D., . . . Blomhoff, R. (2004). *Intakes of Antioxidants in Coffee, Wine, and Vegetables Are Correlated with*

Plasma Carotenoids in Humans. Obtenido de The Journal of nutrition.: 134. 562-7.

10.1093/jn/134.3.562.

Tamayo, M. (2009). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.

Tresierra, A. (2010). *Metodología de la investigación científica*. Trujillo, Perú: Biociencia.

Valdes, L. (1996). *El turismo rural en España*. En A. Pedreño Muñoz, & V. Monfort Mir,

Introducción a la economía del turismo en España. MADrid: Civitas.

Varela, R. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas (2ª*

ed.). Bogotá: Pearson educación.

Anexos

Anexo 1. Instrumento – cuestionario

Encuesta a cafeteros para conocer su disponibilidad para participar en el proyecto

Nombre: _____ Finca: _____

Municipio: _____ Vereda: _____

1. Estaría dispuesto a participar del proyecto, con las implicaciones económicas que este conlleva
A. Si B. No
2. ¿Cuántas habitaciones tiene la casa disponibles para el proyecto?
A. 1 B. 2 C. 3 D. Más de 3 E. Ninguna
3. Cuántas hectáreas sembradas en café tiene su finca
A. De 1 a 5 B. De 5 a 10 C. De 10 a 15 D. Más de 15
4. ¿Qué proceso hace en su finca al café que siembra?, puede escoger varias opciones.
A. Recoger B. Pelado C. Secado D. Trillado E. Tostado
5. Qué otros atractivos tiene su finca o lugares aledaños a ella
A. Lagunas B. Flores exóticas C. Caídas de agua D. Ruta ecológica
E. Ninguna F. Otra. Cuál _____
6. Califique de 1 a 5 el estado en que se encuentran las vías de acceso a su finca, siendo 1 en mal estado y 5 en excelente estado. _____
7. ¿Qué expectativas tiene del proyecto?

Anexo 2. Base de datos de cafeteros para realizar el trabajo de campo

RAZÓN SOCIAL	BARRIO / VEREDA	MUN- COMERCIAL	DIR- NOTIFICACIÓN
CAFÉ ESPECIAL EL MIRADOR SAS	02085 - PEÑAS BLANCAS	41006 - ACEVEDO	VEREDA PEÑAS BLANCAS
CAFÉ ESPECIAL EL CERRO SAS	02069 - PALACIO	41006 - ACEVEDO	FINCA EL CERRITO VEREDA EL PALACIO
GASCA DÍAZ LEONOR LORENA	06004 - CENTRO	41026 - ALTAMIRA	CALLE 6 NO. 6 02
RINCÓN BELÉN	06004 - CENTRO	41026 - ALTAMIRA	CARRERA 4 NO. 6-03
HERRERA Flórez WILSON	11049 - EL CENTRO	41298 - GARZÓN	CALLE 7 NO. 9-42
TOLE YARA ÁLVARO	11043 - LAS MERCEDES	41298 - GARZÓN	CARRERA 10 NO. 4-03
TOVAR NIÑO JEFFERSON	11002 - INDEPENDENCIA	41298 - GARZÓN	CALLE 7A NO. 8A-14
SUAREZ CRUZ NORA	11093 - VILLA ALEJANDRA	41298 - GARZÓN	CARRERA 26A NO.2A-04S
PERDOMO ROJAS JAIBER	11069 - EL ROSARIO	41298 - GARZÓN	CALLE 8 NO.11-61 CALLE 7 NO.11-32-62 L 2-016
MOYA CERQUERA ADIER	11090 - LOS ÁLAMOS	41298 - GARZÓN	CARRERA 22 NO. 1-45 SUR
EUCARIO S.A.S	11073 - SANTA TERESA	41298 - GARZÓN	CALLE 3 NO. 11-71 LOCAL 07
ROA CLAUDIA PATRICIA	11032 - TERMITAS	41298 - GARZÓN	CALLE 1 A NO.2-33
HUFACA S.A.S	11073 - SANTA TERESA	41298 - GARZÓN	CALLE 3 NO. 11-71 LC 07

RIVERA VARGAS LUIS MAURICIO	11043 - LAS MERCEDES	41298 - GARZÓN	CARRERA 10A NO. 2-38
RAMÍREZ OVIEDO MARTHA LILIANA	11043 - LAS MERCEDES	41298 - GARZÓN	CALLE 1 NO. 10-17 SEGUNDO PISO
SILVA MEÑACA JOSÉ IGNACIO	11075 - EL CARMEN	41298 - GARZÓN	CARRERA 13 NO.5-22 LOCAL 1
ORTIZ ÁVILA CARLOS ANDRÉS	11093 - VILLA ALEJANDRA	41298 - GARZÓN	TV 21 3 B 49
QUINTERO JOSÉ JAIRO	11070 - SAN VICENTE DE PAUL	41298 - GARZÓN	CALLE 7 NO. 15A-43
ROJAS BUSTOS WILSON	11075 - EL CARMEN	41298 - GARZÓN	CALLE 1 NO. 11-22
ROJAS BECERRA HERNANDO	11194 - LA JAGUA	41298 - GARZÓN	CENTRO POBLADO LA JAGUA
INVERSIONES FAMOR S. EN C.	11073 - SANTA TERESA	41298 - GARZÓN	CALLE 3 NO. 11-71 LOCAL 07
CAFÉ ESPECIAL PERLA DORADA SAS	12077 - SANTA LUCIA	41306 - GIGANTE	CALLE 2 NO. 1D-38
BAUTISTA ALVARADO FERNANDO	12054 - GRAN VÍA	41306 - GIGANTE	VEREDA LA GRAN VÍA FCA. LA JOYA
MACEPE SAS	12041 - BAJO COROZAL	41306 - GIGANTE	CALLE 5 NO.6-50
PEÑA SERRANO MAURICIO	12003 - CENTRO	41306 - GIGANTE	CL 5 5-32
MOSQUERA FIERRO SILVIA	12003 - CENTRO	41306 - GIGANTE	CALLE 4 NO. 5A-12
CUCHUMBE CORONADO YOHANA	19003 - EL PROGRESO	41483 - NATAGA	CARRERA 7 NO.2-45
AGENCIA DE VIAJES OPERADORA H & J S.A.S	21009 - REGULO SUAREZ	41518 - PAICOL	CALLE 5 NO. 7-61

CAMACHO DE LÓPEZ VIRGINIA	21009 - REGULO SUAREZ	41518 - PAICOL	CALLE 5 NO. 7-21
VILLA MAYERLY SAS	21034 - VEREDA PRIMAVERA	41518 - PAICOL	VEREDA PRIMAVERA
PLAZA SUAREZ FRANCY JAQUELINE	30006 - EL CENTRO	41770 - SUAZA	CARRERA 4 NO. 3 112
TORRES ARIAS DIANA MARCELA	30009 - SIMÓN BOLÍVAR	41770 - SUAZA	CARRERA 7 NO.7-45

Anexo 3. Tabulación

Razón social	1. Estaría dispuesto a participar del proyecto, con las implicaciones económicas que este conlleva	2. ¿Cuántas habitaciones tiene la casa disponibles para el proyecto?	3. ¿Cuántas hectáreas sembradas en café tiene su finca?	4. ¿Qué proceso hace en su finca al café que siempre? [Registro]	4. ¿Qué procesos hace en su finca al café que siempre? [Pelado]	4. ¿Qué procesos hace en su finca al café que siempre? [Secado]	4. ¿Qué procesos hace en su finca al café que siempre? [Trillado]	4. ¿Qué procesos hace en su finca al café que siempre? [Tostado]	5. ¿Qué otros atractivos tiene esa finca o lugares aledaños a ella? [A. Lagunas exóticas]	5. ¿Qué otros atractivos tiene esa finca o lugares aledaños a ella? [Flores exóticas]	5. ¿Qué otros atractivos tiene esa finca o lugares aledaños a ella? [Cáidas de agua]	5. ¿Qué otros atractivos tiene esa finca o lugares aledaños a ella? [Ruta Ecológica]	5. ¿Qué otros atractivos tiene esa finca o lugares aledaños a ella? [Ninguna]	6. Califíque de 1 a 5 el estado en que se encuentran las vías de acceso a su finca	7. ¿Qué expectativas tiene del proyecto?
CAFE ESPECIAL EL MIRADOR SAS	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	No	4	Que genere ingresos adicionales
CAFE ESPECIAL EL CERRO SAS	Sí	Mas de 3	Mas de 15	No	No	No	No	No	Si	Si	Si	Si		4	Que sea rentable
GASCA DIAZ LEONOR LORENA	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si	No	No	No	No	No	Si	No	3	Un proyecto eco-sostenible
RINCON BELEN	Sí	Mas de 3	De 10 a 15			No	No	No	Si	Si	Si	Si	Si	5	Que sea una inversión rentable
HERRERA FLOREZ WILSON	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si						Si		4	Tecnificar los procesos

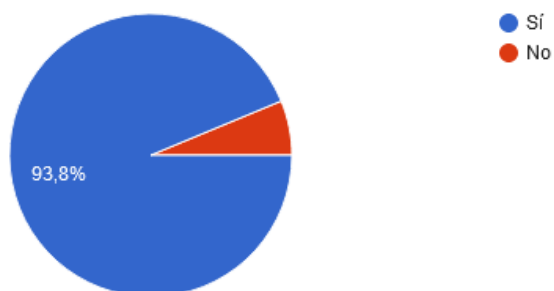
TOLE YARA ALVARO	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si	Si	Si		Si		Si		5	Diversificar lo q se tiene y generar más cosas
TOVAR NIÑO JEFERSSON	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si					Si	Si		4	Que sea un proyecto sostenible
SUAREZ CRUZ NORA	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si					Si	Si		3	Dar a conocer el proceso del café
PERDOMO ROJAS JAIBER	Sí	2	De 5 a 10	Si	Si	Si	No	No			Si	Si		3	Que sea rentable y pueda volver turística mi finca
MOYA CERQUERA ADIER	Sí	3	De 5 a 10	Si	Si	Si	Si	Si		Si	Si	Si		4	Generación de empleo al ser turística
EUCARIO S.A.S	Sí	2	De 1 a 5	Si	Si	Si	No	No	No	Si	No	Si	No	3	Que aumente la actividad económica de la región
ROA CLAUDIA PATRICIA	Sí	2	De 10 a 15	Si	Si	No	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	5	Que genere emprendimiento
HUFACA S.A.S	Sí	3	De 1 a 5	Si	Si	No	No	No				Si		3	Apoyo financiero
RIVERA VARGAS LUIS MAURICIO	Sí	Mas de 3	Mas de 15	Si	Si	Si	Si	Si			Si	Si		3	Es excelente
RAMIREZ OVIEDO MARTHA LILIANA	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	Si		4	Ser reconocida por tener un buen producto y excelente servicio.
SILVA MEÑACA JOSE IGNACIO	Sí	1	De 1 a 5	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si		5	Mejorar la economía tanto nacional como la de los campesinos.
ORTIZ AVILA CARLOS ANDRES	Sí	Mas de 3	De 10 a 15	Si			Si					Si		3	QUE SEA PROSPERO Y BENEFICIOSO PARA TODA LA COMUNIDAD...
QUINTERO JOSE JAIRO	Sí	Mas de 3	De 1 a 5			Si						Si	Si	5	Que sea rentable
ROJAS BUSTOS WILSON	No	Ning una	De 1 a 5	No	No	No	No	No	No	No	No	No	No	1	Me gustaría conocer mucho más!!
ROJAS BECERRA HERNANDO	Sí	3	De 10 a 15	Si	No	Si	Si	No	No	No	Si	Si		4	que se efectuen restauraciones y capacitaciones frente a las fincas cafeteras

INVERSIONES FAMOR S. EN C.	No	Ning una	Mas de 15	Si	Si	Si	Si	Si		No		Si		5	Ninguna
CAFE ESPECIAL PERLA DORADA SAS	Sí	Ning una	De 1 a 5	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si	Si	No	3	N/A
BAUTISTA ALVARADO FERNANDO	Sí	3	De 1 a 5			Si					Si	Si		5	Mejorar el precio
MACEPE SAS	Sí	Ning una	De 1 a 5	Si	Si	Si	No	No	Si	Si	Si	Si	No	3	N/A
PEÑA SERRANO MAURICIO	Sí	3	De 5 a 10	Si	Si	Si	Si	Si				Si		3	Inversiones en vias de comunicacion y capacitacion a lugareños de la zona cafetera.
MOSQUERA FIERRO SILVIA	Sí	3	De 1 a 5	No	No	Si	No	No	No	Si	No	Si	No	4	Seguro
CUCHUMBE CORONADO YOHANNA	Sí	Mas de 3	De 1 a 5	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si		4	Apoyo financiero
OPERADORA H & J S.A.S	Sí	3	Mas de 15	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si		5	Mejorar para obtener un café alta calidad
CAMACHO DE LOPEZ VIRGINIA	Sí	3	De 5 a 10	Si	Si	No	Si	Si		Si		Si		3	Creeo que ayudaria a fortalecer nuestra zona con mas zonas de turismo.
VILLA MAYERLY SAS	Sí	1	De 1 a 5	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si		5	Mejorar la economía tanto nacional como la de los campesinos.
PLAZA SUAREZ FRANCY JAQUELINE	Sí	1	De 1 a 5	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si		5	Mejorar la economía tanto nacional como la de los campesinos.
TORRES ARIAS DIANA MARCELA	Sí	Mas de 3	De 5 a 10	Si	Si	Si	Si	Si	No	Si	No	Si	No	4	Que genere ingresos adicionales

Anexo 4. Gráficas por pregunta

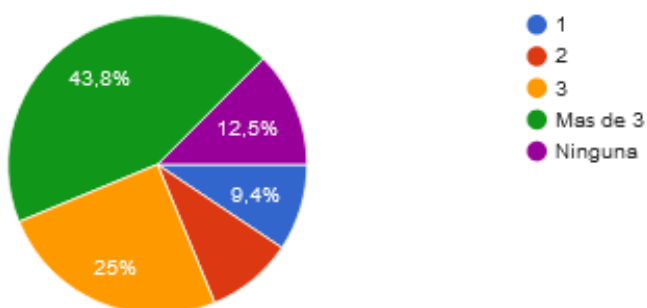
1. Estaría dispuesto a participar del proyecto, con las implicaciones económicas que este conlleva

32 respuestas



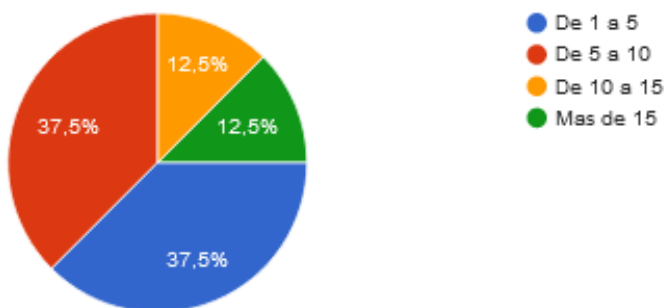
2. ¿Cuántas habitaciones tiene la casa disponibles para el proyecto?

32 respuestas

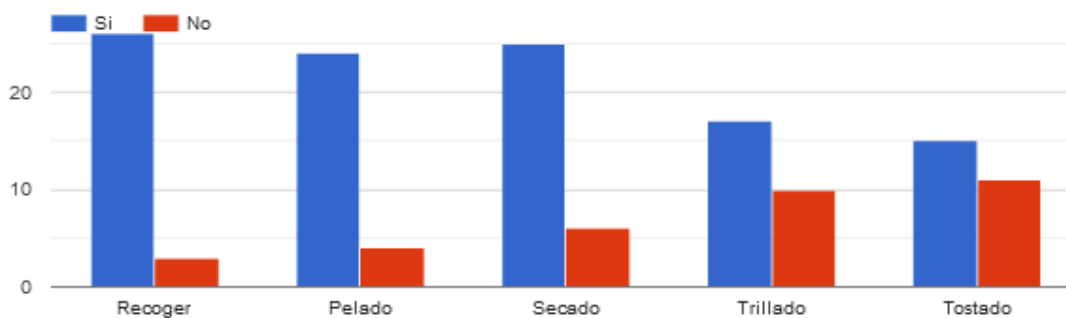


3. ¿Cuántas hectáreas sembradas en café tiene su finca?

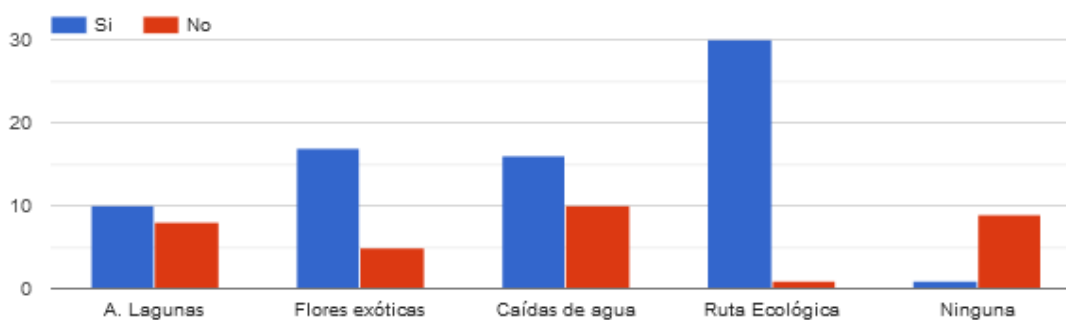
32 respuestas



4. ¿Qué proceso hace en su finca al café que siembra? Puede escoger varias opciones.

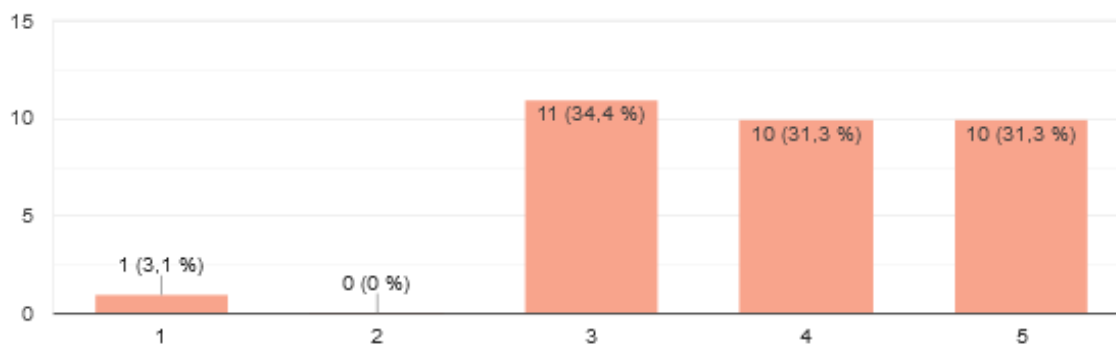


5. ¿Qué otros atractivos tiene su finca o lugares aledaños a ella?



6. Califique de 1 a 5 el estado en que se encuentran las vías de acceso a su finca, siendo 1 en mal estado y 5 en excelente estado.

32 respuestas



7. ¿Qué expectativas tiene del proyecto? 32 respuestas

Mejorar la economía tanto nacional como la de los campesinos.

Que genere ingresos adicionales

Que sea rentable

Apoyo financiero

N/A

Un proyecto eco-sostenible

Que sea una inversión rentable

Tecnificar los procesos

Diversificar lo q se tiene y generar más cosas

Que sea un proyecto sostenible

Dar a conocer el proceso del café

Que sea rentable y pueda volver turística mi finca

Generación de empleo al ser turística

Que aumente la actividad económica de la región

Que genere emprendimiento

Es excelente

Ser reconocida por tener un buen producto y excelente servicio.

QUE SEA PROSPERO Y BENEFICIOSO PARA TODA LA COMUNIDAD...

¡¡Me gustaría conocer mucho más!!

que se efectúen restauraciones y capacitaciones frente a las fincas cafeteras

Ninguna

Mejorar el precio

Inversiones en vías de comunicación y capacitación a lugareños de la zona cafetera.

Seguro

Mejorar para obtener un café alta calidad

Creo que ayudaría a fortalecer nuestra zona con más zonas de turismo.

Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada **Título:** Prefactibilidad de una Empresa consultora en turismo en fincas cafeteras del Huila, autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

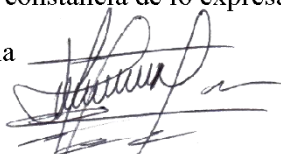
La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma



Jonatan Espejo Rodríguez
CC. 7731958