

**CARACTERIZACIÓN DE LA FINCA CAFETERA CALDENSE QUE PRESTA
SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL: CASO ESTUDIO HACIENDA VENECIA Y
FINCA TÍO CONEJO**



**ANGELA MARIA RAMIREZ CAÑAS
LEIDY NATALIA BETANCUR MEJIA**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE MANIZALES
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA
MANIZALES, CALDAS
2015**

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN	3
2. ABSTRACT	4
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. PREGUNTAS DE CONOCIMIENTO	6
4. ANTECEDENTES	8
5. JUSTIFICACIÓN	10
6. OBJETIVOS	11
6.1. <i>Objetivo General</i>	11
6.2. <i>Objetivos Específicos</i>	11
7. MARCO TEÓRICO	12
7.1. <i>TURISMO</i>	12
7.2. <i>TIPOLOGÍAS DE TURISMO</i>	17
7.3. <i>TURISMO RURAL Y AGROTURISMO</i>	19
7.3.1. <i>Agroturismo</i>	25
7.3.2. <i>Lo Rural en Colombia: El país del Café</i>	27
7.3.3. <i>Alojamiento rural: Hacienda cafetera</i>	31
7.3.4. <i>Paisaje Cultural Cafetero PCC</i>	35
8. DISEÑO METODOLÓGICO	39
8.1. <i>Fuentes Primarias:</i>	42
8.2. <i>Fuentes secundarias</i>	42
8.3. <i>Análisis de la información:</i>	43
9. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	43
9.1. <i>ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN HACIENDA VENECIA</i>	43
9.1.1 <i>UBICACIÓN</i>	44
9.1.2 <i>INICIO Y TRANSICIÓN</i>	46
9.1.3 <i>CAFÉ</i>	46
9.1.4 <i>ALOJAMIENTO - ARQUITECTURA</i>	50
9.1.5 <i>EXPERIENCIA CAFETERA - SERVICIOS</i>	55
9.1.6 <i>SEGMENTO DE MERCADO</i>	60
9.1.8 <i>FORTALEZAS EN EL NEGOCIO TURISTICO</i>	62
9.1.9 <i>RELACIONES INTERINSTITUCIONALES</i>	63
9.2. <i>ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINCA TÍO CONEJO</i>	64
9.2.1 <i>UBICACIÓN</i>	64
9.2.2 <i>INICIO -TRANSICIÓN</i>	65
9.2.3 <i>CAFÉ</i>	67
9.2.4 <i>ALOJAMIENTO - ARQUITECTURA</i>	70
9.2.5 <i>EXPERIENCIA CAFETERA - SERVICIOS</i>	75
9.2.6 <i>RELACIONES INTERINSTITUCIONALES</i>	78
9.2.7 <i>FORTALEZA EN EL NEGOCIO</i>	81
9.2.8 <i>EQUIPO DE TRABAJO</i>	82
9.2.9 <i>SEGMENTO DE MERCADO</i>	82

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
10.1. CONCLUSIONES	84
10.2. RECOMENDACIONES	89
BIBLIOGRAFÍA	91
ANEXO A. CHECK LIST	95
ANEXO B. GUÍA DE ENTREVISTA	98
ANEXO C. CHECK LIST FINCA TÍO CONEJO	100
ANEXO D. CHECK LIST HACIENDA VENECIA	103

1. RESUMEN

Desde la declaratoria de Paisaje Cultural Cafetero (PCC) como Patrimonio Cultural de la Humanidad, en el año 2011, los departamentos que lo conforman: Quindío, Risaralda, Norte del Valle y Caldas, han formulado proyectos para fortalecer el turismo en sus respectivas regiones, desarrollando y mejorando la oferta del destino. En este sentido han surgido alternativas de negocios en los municipios aprovechando el patrimonio cultural y su particular arquitectura, en proyectos que articulan lo social, lo económico y lo ambiental. Uno de estos proyectos es la transformación de las fincas cafeteras en alojamientos rurales. Estos alojamientos se instalan en las fincas campestres que por su ubicación estratégica se involucran con la práctica del cultivo de café, punto central del Paisaje Cultural Cafetero.

Con el fin de ampliar el conocimiento sobre el sector de alojamiento rural en el departamento de Caldas, se desarrolla el proyecto de investigación: “Caracterización de la finca cafetera Caldense que presta servicios de alojamiento rural: Estudio de Caso Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo”. El proyecto es de enfoque cualitativo, el método utilizado es el estudio de caso; no obstante se utilizan entrevistas semi estructuradas como instrumento para la recolección de la información; además de ello se implementó una lista de chequeo y el análisis documental. La Unidad de trabajo y de análisis son las fincas cafeteras utilizadas para la investigación: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo. La investigación permite conocer el proceso de desarrollo de las

haciendas, su historia, la forma en que operan estos negocios desde la perspectiva del sector turístico, cuál es su oferta y su demanda, cómo realizan su promoción y cuál ha sido el proceso de cambio y adaptación de finca cafetera a alojamiento rural.

Los resultados constituyen un aporte para el conocimiento y caracterización de la oferta turística de alojamiento rural de éstas fincas dentro del PCC, y contribución como insumo para el diseño de políticas y estrategias institucionales en pro del desarrollo y el fortalecimiento de la Hotelería en la región Caldense; además, la información será un insumo para la formulación de proyectos que respalden y apoyen este sector, enfocados a la prestación de un servicio de calidad teniendo en cuenta la tendencia en alojamientos rurales.

Palabras Clave: Turismo, Turismo Rural, Alojamiento rural, cultura cafetera.

2. ABSTRACT

Since the declaration of Coffee Cultural Landscape (CCL) as Cultural Heritage of Humanity in 2011, the departments that are involved: Quindío, Risaralda, Caldas and Norte del Valle, have formulated projects to strengthen tourism in their respective regions, developing and improving the variety of the destination. In this regard there have been business alternatives in the town taking advantage of the economic cultural heritage and unique architecture, projects that articulate economic, social, and environmental. One such project is the transformation of the coffee farms in rural accommodation. These lodgings are installed in the country estates for its strategic location that engage in the practice of growing coffee, central point of the Coffee Cultural Landscape.

In order to increase knowledge of the rural housing sector in the department of Caldas, the research project develops: "Caracterización de la finca cafetera Caldense que presta servicios de alojamiento rural: Estudio de Caso Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo". The project is a qualitative approach, the method used is the study of case; However, semi-structured interviews as a tool for data collection are used; moreover a checklist and document analysis was implemented. The fieldwork and analysis are the coffee farms used for the investigation: Hacienda Venecia and Finca Tío Conejo. The research allows to know the process of development of farms, their history, how these businesses operate from the perspective of the tourism sector, what is your supply and demand, how do they promote and what was the process of change and adapting from coffee farm to a rural housing.

The results constitute a contribution to the knowledge and characterization of tourism demand in these rural accommodations and farms within the CCL, and contributed as an input for the design of policies and strategies for development and strengthening of the hotel industry in the Caldense region; Additional information will be an input for the formulation of projects that endorse and support this sector, focusing on providing quality service considering the trend in rural accommodation.

Keywords : Tourism , Rural Tourism, Rural accommodation , coffee culture.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. PREGUNTAS DE CONOCIMIENTO

El turismo en nuestro país es considerado como una industria esencial generadora de desarrollo social y económico, para todas las regiones. Colombia cuenta con una geografía nacional caracterizada por su riqueza patrimonial y diversidad natural, insumo para la generación y crecimiento en todos los sectores que el turismo abarca. Entre esta riqueza se encuentra el Paisaje Cultural Cafetero (PCC), que fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en París entre el 19 y el 29 de junio de 2011. El PCC se encuentra en territorio de 4 departamentos: Quindío, Risaralda, Norte del Valle y Caldas; para estas regiones la declaratoria, representa una gran oportunidad para el turismo, al convertirse en centro de miradas de turistas a nivel mundial.

Con esta mirada internacional, uno de los sectores que tuvo un incremento notable para el año 2012 fue la hotelería, obteniendo una ocupación de 53.3% con respecto al 2011, subiendo 3,68 puntos porcentuales, y generándose 7.572 alojamientos, siendo este el tipo de prestador turístico con la mayor participación en el sector para enero 2012 (MINCOMERCIO, 2012, p. 78). El tercer destino del país con influencia en participación de prestadores de servicios turísticos, es la zona cafetera, con un porcentaje de 10,6% para el año 2012, siendo la declaratoria del PCC de gran aporte.

Una de las clases de alojamiento es la de alojamiento rural, definida por la Norma Técnica Sectorial NTSH 008 (2006), como:

“Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales privadas, ubicadas en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural y cultural. Ofrecen además como mínimo, servicio de alimentación bajo la modalidad de pensión completa, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. (p. 2)”

Teniendo en cuenta que el turista está sujeto a una tendencia de búsqueda de alternativas diferentes al turismo de sol y playa siendo este el movimiento turístico más

grande en el mundo, ofreciendo experiencias de verano, hoy “miles de ciudadanos deciden dejar su residencia habitual en la ciudad para desplazarse, aunque sea por sólo unas horas, a núcleos urbanos de tamaño medio, ubicados en un entorno rural y que poseen cierto atractivo histórico-patrimonial o arquitectónico”, (Royo & Serarols, 2005, p. 3). Se puede afirmar que el departamento de Caldas encaja perfectamente en esas nuevas expectativas ya que posee riqueza natural y paisajística, además de un importante legado histórico patrimonial a lo largo y ancho de su geografía, que les permite a los destinos ofrecer experiencias diferentes a los turistas, al estar en mayor contacto con la población y el espacio local.

Para el departamento de Caldas la inscripción en la lista de la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero representa una oportunidad para el desarrollo de la región, al convertirse en un sitio de interés turístico para visitantes nacionales y extranjeros, en el que las fincas cafeteras juegan un importante rol como atractivos principales del destino. Muchas fincas del departamento han llevado a cabo procesos de transformación que permiten brindar alojamiento rural al huésped, de la mano de nuevas experiencias acordes con la belleza natural, paisajística y cultural de la región cafetera.

Los alojamientos rurales son de gran preferencia para un mercado importante del turismo; sin embargo, el departamento de Caldas no cuenta con estadísticas exactas de cuántas fincas cafeteras funcionan como alojamiento rural y cómo es la prestación del servicio. Además, no se encuentran hallazgos de investigaciones que caractericen las fincas cafeteras como alojamiento rural y que evidencien los aspectos de la prestación del servicio, su historia y su trayectoria, o los estudios de perfil de la demanda. Aspectos que son indispensables para lograr un seguimiento y generar indicadores de cómo se comporta la oferta de los servicios turísticos, en este caso de las fincas cafeteras como alojamiento rural.

Sin embargo, desde hace 3 años se implementó desde el departamento del Quindío una plataforma tecnológica donde inicialmente se encontraba toda la oferta turística de

dicho departamento, con el propósito de consolidar un producto turístico alrededor del PCC. La plataforma se ha ido extendiendo hasta agrupar la región, realizando alianzas con el MINTIC, ProColombia, FONTUR (Fondo Nacional de Turismo), la Federación Nacional de Cafeteros, las cuatro Gobernaciones Departamentales, las Cámaras de comercio y los gremios, entre otras instituciones, llegando a ser una alternativa importante para el conocimiento del producto turístico del PCC.

Obedeciendo a la situación descrita, se seleccionaron las fincas Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo, como casos de estudio para llevar a cabo el ejercicio de caracterización del alojamiento rural en el Paisaje Cultural Cafetero, Proyecto de investigación que enriquece desde la UCM el conocimiento turístico dentro del PCC y que constituye un aporte a los desarrollos investigativos del Grupo SIG en su línea de investigación Administración, Turismo y Desarrollo.

4. ANTECEDENTES

No se encuentra en la revisión bibliográfica consultada evidencias de investigaciones relacionadas con las fincas cafeteras y su papel como alojamiento rural. No obstante, se han tomado algunos referentes que se describen a continuación, los cuales se constituyen antecedentes relacionados con el objeto de estudio de la investigación.

El artículo de investigación “Exploración de consumo de servicios de turismo rural de la Provincia del Tequendama en Cundinamarca, Colombia, a través de las agencias operadoras de turismo de Bogotá”, realizado por Combariza, J. y Aranda Y. (2009), hace parte del proyecto de investigación “El Turismo Rural como Estrategia de Mercadeo Territorial”, financiado por la Dirección de Investigación de la Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, y desarrollado por el Grupo de Investigación de Gestión y Desarrollo Rural. En los resultados se describen los destinos con potencial turístico en la Provincia del Tequendama, la caracterización del segmento de consumidores de servicios de turismo rural de la provincia del Tequendama,

Cundinamarca, y la evaluación de los factores por intervenir para consolidar la Provincia del Tequendama como destino turístico.

La tesis de maestría “Imaginarios Regionales del Eje Cafetero de Colombia: Paisaje de paisajes”, realizada por Carolina Robledo Silvestre para obtener el grado de Magister en Desarrollo Regional en Tijuana, México. (2008). El interés de este trabajo es abordar teórica y empíricamente el tema de la región desde dos perspectivas: como espacio imaginado y como un espacio para el desarrollo. Las dos nociones son correlacionales si se entiende que la experiencia cultural sobre el espacio es esencial para un proyecto de región anclado en formas de pertenencia territorial. La mirada se enfoca sobre la construcción intersubjetiva de marcos simbólicos para nombrar el espacio. Esto a través de una metodología que permite acercarse a la voz de los habitantes de la región, con entrevistas y mapas mentales; pero también a las voces institucionales que construyen imágenes de la región, y que aportan marcos simbólicos al “nosotros” imaginado. El tema recobra importancia en países que empiezan a definir la región como un espacio de planeación y desarrollo. Tal es el caso del Eje Cafetero en Colombia, el cual se ha definido como una región económica, cultural y geográfica, que reúne tradicionalmente tres departamentos dedicados al cultivo del café y que hoy desarrolla macroproyectos regionales que impactan los tres entes territoriales.

El artículo “Estudios e historiografía del café en Colombia, 1970-2008. Una revisión crítica”, que hace parte de la revista Cuadernos de Desarrollo Rural, (2010) elaborado por Ramírez Bacca, Renzo. Este artículo ofrece una revisión crítica de la historiografía especializada en el tema de la industria cafetera en Colombia. Toma en cuenta estudios clásicos sobre la problemática y, en particular, un análisis sobre sus presupuestos teóricos y metodológicos. La dicotomía de los enfoques marxistas y funcionalistas es puesta en evidencia, particularmente el análisis sobre estructuras agrarias en la perspectiva del concepto de desarrollo. El texto, de igual modo, resalta las líneas de trabajos recientes, en especial, la proveniente de la producción académica universitaria y gremial.

5. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que en el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018, se ha establecido el turismo de naturaleza como uno de los factores más significativos en el marco de la competitividad global, el patrimonio cultural del paisaje es un territorio singular y original, y se ha convertido para el país en uno de los mayores atractivos para los visitantes tanto nacionales como internacionales, representando esto una oportunidad para el desarrollo de los departamentos que lo conforman. Por esta razón los Departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Norte del Valle, han iniciado la formulación de proyectos para fortalecer el turismo en sus respectivas regiones, ello conlleva a desarrollar y mejorar la oferta del destino. En este sentido han surgido alternativas de negocios en los municipios, aprovechando el patrimonio cultural ya existente en proyectos que articulan lo social, lo económico y lo ambiental, tal como la transformación de fincas cafeteras en alojamientos rurales. Estos alojamientos rurales los constituyen las fincas cafeteras que por su ubicación estratégica están relacionadas con los cultivos, el proceso de producción y la cultura del café, aspectos que se incluyen en el tema del Paisaje Cultural Cafetero.

El proyecto de investigación se desarrolla con el fin de obtener mayor información sobre el sector de alojamiento rural en el departamento de Caldas, específicamente en la zona incluida en el PCC; el objetivo es realizar la caracterización de la finca cafetera Caldense que presta servicios de alojamiento rural, tomando como estudio de caso la Hacienda Venecia y la Finca Tío Conejo. El proyecto es novedoso ya que permite obtener información de cómo está constituida, cuál es su oferta y si le brinda al huésped una experiencia de cultura cafetera; además de ello permite conocer su historia, su proceso de transición de finca cafetera a alojamiento rural, e identificar si las características de la construcción y los atractivos que las haciendas conservan en su arquitectura, permitiendo establecer las potencialidades y las debilidades del servicio de alojamiento de estas fincas cafeteras para consolidarse plenamente y servir de elemento dinamizador y diversificador de la economía local.

Los resultados constituyen además un aporte para el diseño de estrategias institucionales en pro del desarrollo y el fortalecimiento de la Hotelería en la región Caldense. De igual manera los resultados se convierten en insumo para la formulación de proyectos que respalden y apoyen a este sector, con el fin de prestar un servicio de calidad teniendo en cuenta la tendencia en alojamientos rurales.

Finalmente es importante precisar la contribución del trabajo a los avances investigativos de la línea de Investigación Administración, Turismo y Desarrollo, perteneciente al Grupo Sistemas Integrados para la Gestión SIG de la Universidad Católica de Manizales, como también a la consolidación de productos y tradición investigativa del Semillero ELITE – Espacios libres para la Investigación, del Programa de Administración Turística de la Institución.

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo General

Caracterizar la finca cafetera Caldense que presta servicios de alojamiento rural dentro del Paisaje Cultural Cafetero, estudio de caso: Finca Tío Conejo y Hacienda Venecia.

6.2. Objetivos Específicos

- Establecer los servicios que prestan las haciendas en estudio, adicionales al servicio de alojamiento rural.
- Determinar si dentro del servicio que se presta a los turistas y visitantes se brinda una experiencia de Cultura Cafetera.
- Identificar las características de la construcción y los atractivos de las haciendas, para determinar si conservan o no la arquitectura tradicional de la cultura cafetera.

7. MARCO TEÓRICO

7.1. TURISMO

Para abordar un estudio sobre alojamiento rural, como el que se propone en esta investigación, o sobre cualquier otro tema de turismo es conveniente empezar por definir lo que se entiende por turismo.

Si nos imaginamos en una película frente a nuestros ojos a alta velocidad, sobre la historia de la humanidad, es probable que veamos muchas de las primeras civilizaciones mencionadas por la historia, en viajes alrededor del mundo, en busca de nuevos mercados, nuevos reinos, nuevos mundos por descubrir. Aun cuando el mundo era pequeño todavía, para aquellos primeros exploradores el viajar se constituía en una empresa, una tarea, un trabajo encomendado, o a más, una aventura en busca de nuevos horizontes.

Desde los orígenes de la humanidad, ésta se ha visto impulsada a trasladarse a diferentes lugares por distintas causas o motivaciones: religión, comercio, caza, conflictos territoriales, ocio, etc.

A medida que las civilizaciones adquirieron y desarrollaron mayor tecnología y se ampliaron las fronteras del mundo conocido, el viajar se constituyó poco a poco en una actividad que podría ser contemplada como una actividad de ocio, utilizada para cambiar de ambiente, descansar o conocer otros lugares.

Hoy, con los avances en los medios de transporte, la mayor capacidad de ahorro y de gasto en muchos países desarrollados, el turismo ha tomado un lugar propio en el escenario mundial, no sólo como una alternativa para las actividades recreativas sino como un renglón de la economía mundial realmente importante.

El turismo hoy representa el 9% del PIB del mundo, según estudios de empleo de la Organización Mundial del Trabajo, OMT, uno de cada 11 puestos de trabajo está relacionado con el turismo, además de ello el turismo representa actualmente el 30% del total de las exportaciones del sector servicios en el mundo, y es responsable de EU\$1,4 billones en exportaciones, lo que equivale al 6% del comercio internacional total. (OMT, 2015)

Antes de profundizar en algunos aspectos del Turismo, es necesario definir qué se entiende por turismo actualmente. Para la mayoría de las personas del común el turismo se constituye en el hecho de viajar para conocer, descansar y cambiar de actividad, pero no reconocen que existen varios tipos de turismo, y que por el contrario, muchas veces cuando se viaja no necesariamente se hace turismo.

Definir turismo es difícil y complejo según algunos autores, que reconocen que el turismo es un fenómeno tan amplio, el cual abarca tantas disciplinas, y que es transversal con otras tantas áreas del conocimiento, que concretarlo en una definición simple se torna una tarea dispendiosa.

No obstante, una revisión de diversos autores proporciona un marco de claridad para delinear el concepto y asumir lo que significa el turismo para este trabajo. El autor Charles Goeldner (2011), en su libro *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*, define el turismo como el conjunto de procesos, actividades y resultados que se originan en la relación e interacción entre turistas, prestadores de servicios turísticos, gobiernos y comunidades receptoras, en el proceso de extraer y alojar a estos visitantes, e incluye además en su definición el entorno. Aunque esta definición recoge los cuatro aspectos básicos con los que la OMT define el Turismo, adicionalmente considera el aspecto del entorno, el paisaje, el medio, la geografía; un tema que no puede pasarse por alto cuando se intenta una aproximación al fenómeno del paisaje cultural cafetero y sus manifestaciones materiales e inmateriales, objeto de interés de esta investigación.

Sin embargo, y dada la importancia que tiene la Organización Mundial del Turismo, OMT, como entidad rectora en el ámbito del turismo a nivel global, se cita su definición de turismo: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.” (OMT, 1994).

L. Jenkins y J. Lickorish, (2010) retoman esta definición y clarifican el término de estancia, diferenciando los viajeros de un solo día y aquellos que pernoctan, pues en su concepto el visitante de un solo día también hace turismo, y para ello definen el turismo como “el conjunto de actividades de las personas que viajan, tanto los visitantes de un sólo día, como los que pernoctan, y se quedan en lugares fuera de su lugar de residencia habitual durante no más de un año consecutivo, por placer, negocios u otros fines.” (p. 53)

Desde la institucionalidad en Colombia se ha hecho el ejercicio a través de la Ley 300 de 1996, que define el turismo como una industria esencial para el desarrollo del país, y pretende delinear una política de turismo ajustada a las nuevas realidades del país y acordes con las nuevas exigencias del mercado, así mismo lo que se busca entre otras cosas a partir de esta Ley, es fortalecer el turismo como un sector económico con potencialidades y posibilidades de enmarcarse en programas y proyectos del gobierno. Estas definiciones permiten un acercamiento al tema del turismo partiendo de la simplificación del concepto en el que se pueden encontrar 4 elementos principales: en primer lugar las personas que viajan y practican el turismo, que para el efecto constituyen la demanda, es decir, todos aquellos que consumen los bienes, productos y servicios turísticos; en segundo lugar las empresas que ofrecen estos bienes, productos y servicios, que en los mismos términos corresponden a la oferta, aquí podemos incluir los hoteles, transportadores, restaurantes y en general todas las organizaciones involucradas y relacionadas con el clúster del turismo; en tercer lugar los operadores turísticos, los operadores de mercado, que son las organizaciones que se encargan de conectar, relacionar la oferta y la demanda del producto turístico, -en

este grupo se debe considerar también la participación del Estado; y finalmente el espacio geográfico, el paisaje, el entorno, el lugar donde se ponen en contacto los turistas y el producto turístico, la oferta y la demanda, aquí se debe considerar también a la población residente, la que para esta investigación se constituye en una parte fundamental, puesto que la cultura de una región, de un entorno geográfico, la crea, recrea y construye las personas, y sus manifestaciones culturales materiales e inmateriales.

Se percibe entonces que el fenómeno del turismo es una actividad compleja, no solamente por la gran cantidad de elementos que la constituyen, sino además porque involucra varios sectores económicos en el desarrollo de su actividad, como por ejemplo el sector público, los diferentes sectores sociales, culturales, educativos, la construcción e infraestructura habitacional, el sector del transporte, la alimentación, los servicios hospitalarios, entre otros.

Los mismos autores concluyen que el turismo se articula alrededor de un producto turístico, el cual definen como una combinación de todos los servicios y bienes que buscan o compran los viajeros mientras preparan y completan su viaje. (p. 50). Un producto que por sus características económicas de oferta y demanda, -su elasticidad-, y gracias a la recuperación económica durante los últimos años de Europa y Estados Unidos principalmente, ha incrementado su importancia como actividad económica responsable de la generación de riqueza, hasta el punto de ser considerada por algunos autores como la segunda actividad mundial más importante, después de la industria petrolera y sus sectores derivados. (SANCHO, 2009, p. 16).

Para cualquier país que posea como uno de sus principales renglones de la economía el turismo, esto es algo reconfortante, pues cuando las economías de los países más desarrollados se encuentran más boyantes, el incremento en los ingresos y los excedentes de sus ciudadanos, les permite hacer más turismo, y con ello favorecen las economías de los países receptores, como afirma Amparo Sancho, (2010), donde se desarrolla la actividad turística, se produce renta e ingresos, y se favorece la

generación de empleo, lo que incrementa el ingreso de divisas que contribuyen a equilibrar la balanza de pagos del país, con esto se aumentan las rentas públicas y se promueve la actividad empresarial. Así por ejemplo, en el país para el año 2014 se estimaba que 1,7 millones de personas trabajaban en esa actividad, y en ese mismo año este sector se constituyó en el tercer generador de divisas, después del petróleo y los derivados del carbón. (El Tiempo, 2014).

De igual manera, como lo afirman L. Jenkins y J. Lickorish, (2010), “los principales impactos económicos del turismo están vinculados a las ganancias en divisas, a la contribución a los ingresos estatales, a la generación de empleo y renta y al estímulo del desarrollo regional.” (p. 83); tal como lo reflejan las estadísticas en nuestro país, en el que según una publicación del periódico El Tiempo (2014), las divisas generadas por el turismo durante el año 2013 ascendieron a US\$4.758 millones, y solamente en el primer trimestre del 2014, a US\$1.211 millones, según reportes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Así como para Colombia, para muchos otros países del mundo el turismo es hoy una de las mejores estrategias para la consecución del bienestar económico y social, (SANCHO, 2009), y poco a poco se está convirtiendo en una actividad más global, y en la medida en que en los países emisores se incrementan los ingresos reales per cápita y hay mayor disponibilidad de tiempo libre en la masa trabajadora, se está generando en la actualidad un aumento considerable en el número de turistas que salen de dichos países. (L. JENKINS Y J. LICKORISH, 2010, p.19)

Según las estadísticas mostradas en el último número del “Barómetro OMT del Turismo Mundial”, en 2014 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.138 millones, lo que supone un incremento del 4,7 % con respecto al año anterior, y la previsión de la OMT para el año 2015 es que el turismo internacional aumente entre un 3% y un 4%, y siga contribuyendo a la recuperación económica mundial. (OMT, 2015)

Finalmente, en cuanto a las perspectivas para el turismo, -como actividad y sector económico-, se prevé la aparición de cambios cuantitativos y cualitativos que se producirán a raíz de una mayor experiencia del turista y de un aumento de la información sobre los destinos turísticos, que pueden no afectar a todas las áreas por igual, ya que existen destinos emergentes con gran potencial turístico que irán obteniendo una mayor cuota de mercado con el paso del tiempo, y que se originan por la cada vez mayor influencia de los medios, de la masificación de las tecnologías de la información, la comunicación y la proliferación del uso de las redes sociales, lo que provocará un aumento en el conocimiento del usuario y consumidor para poder comparar productos turísticos y destinos, y elegir entre ellos los que mejor se adapten a sus necesidades y expectativas. (SANCHO, 2009)

7.2. TIPOLOGÍAS DE TURISMO

Entre los cambios mencionados en el apartado anterior, es notorio el surgimiento de nuevas formas de turismo; cada vez se especializa más el producto turístico para adaptarse, como se dijo anteriormente, a las necesidades y expectativas del usuario. Esta especialización es la que ha permitido la aparición de modalidades de turismo, tales como el turismo religioso, rural, cultural, de diversión, de naturaleza, de aventura, de salud, gastronómico, entre muchas otras tipologías derivadas de clasificaciones que algunos autores han desarrollado de acuerdo a diferentes variables.

Lo que se nota a primera vista con la aparición de las nuevas tipologías de turismo, es una inclinación hacia lo natural, dado que, según Amparo Sancho (2009), “el turismo de masas, en el que los recursos naturales se daban por supuestos, está dando lugar poco a poco a nuevas formas de turismo, conocidas como turismo sustentable, ecoturismo, turismo verde, etc., en las que existe una mayor concienciación por el entorno medioambiental sustentable que constituye la base del turismo.” (p. 390)

El nuevo turista se orienta más por nuevas prioridades y nuevas preocupaciones, son usuarios más conscientes de la responsabilidad con el entorno que les rodea y de los

efectos de su actividad turística en la conservación del medio ambiente y el impacto en las culturas de las comunidades intervenidas y anfitrionas, de igual forma desean nuevas experiencias y actividades en sus viajes, y exigen una mejor atención personalizada y mejor calidad en el servicio.

La tipología más general en la que se puede clasificar el turismo, según la OMT (2015), basada en el lugar de origen y el destino elegido por los turistas, es la siguiente:

- Turismo doméstico, residentes de un país que viajan sólo dentro de sus fronteras.
- Turismo receptor, no residentes que viajan a un país.
- Turismo emisor, residentes que viajan a otro país.

En este sentido, a nivel institucional, en Colombia, la Ley 300 de 1996 definió las siguientes tipologías de turismo:

Ecoturismo: Según la Ley 300 se define como “aquella forma de turismo especializado y dirigido que se desarrolla en áreas con un atractivo natural especial y se enmarca dentro de los parámetros del desarrollo humano sostenible (...) busca la recreación, el esparcimiento y la educación del visitante a través de la observación, el estudio de los valores naturales y de los aspectos culturales relacionados con ellos.”

Etnoturismo: Este se define como “el turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos, así como aspectos de su historia.”

Turismo Metropolitano: Por su parte el Turismo metropolitano es el “turismo especializado que se realiza en los grandes centros urbanos, con fines culturales, educativos y recreativos, que dé lugar a la conservación del patrimonio histórico y cultural, a creación de espacios públicos de esparcimiento comunitario que propendan por el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales urbanos.”

Acuatourismo: La ley 300 lo define como “una forma de turismo especializado que tiene como motivación principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier cuerpo de agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para tal fin.”

Agroturismo: Para la Ley 300 el agroturismo “es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural”.

Respecto a esta última, el agroturismo, se considera una modalidad o subtipología del turismo rural, y sobre la cual recae el interés de esta investigación, por ser la que mayor presencia tiene en la zona cafetera, y en especial en la que se circunscribe en las áreas contenidas en el Paisaje Cultural Cafetero; sobre este tema se profundiza en el siguiente apartado.

7.3. TURISMO RURAL Y AGROTURISMO

La tipología de turismo que concierne a esta investigación es la conocida como turismo rural. La palabra *rural*, definida por la Real Academia Española, RAE, como lo perteneciente o relativo a la vida del campo y a sus labores (2015), ya de por sí ofrece una primera noción sobre el turismo rural. Para el usuario o turista, lo rural implica alejarse de las ciudades, del bullicio, del asfalto, de la contaminación, del ruido, y de todos los aspectos que implica la vida en la gran urbe, -que para muchas personas pueden ser negativos y desagradables-, y adentrarse en el campo.

No obstante, cuando se revisan las definiciones de algunos autores sobre el turismo rural, se comprende que esta actividad turística puede conllevar algo más que tenderse sobre una mecedora y ver el campo, el atardecer sobre una colina, o mirar la faena de los trabajadores del agro. El turismo rural cada vez es más incluyente con el turista, a través de actividades y programas en los que participa y experimenta nuevas cosas.

Según Roberto Bullón, en su libro *Turismo Rural: Un enfoque Global*, (2008), el turismo rural se refiere a “todas aquellas actividades turísticas que pueden desarrollarse en el ámbito rural”, -desde el descanso hasta el recolectar café, ordeñar ganado, picar pasto, alimentar los animales, entre otras cosas-, “en las que la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido”, -tal como ocurre con algunas regiones conocidas por todos, donde la cultura es uno de los atractivos principales, ejemplo de ello son las Islas de Hawaii en el oeste pacífico de los EEUU, o los indígenas de la cultura Kogui y Arhuacos en la Sierra Nevada de Santa Marta del país-, “los servicios son prestados por los que trabajan en el mundo rural, más la participación de la familia del productor agropecuario”, -representativo ejemplo del turismo en la cultura cafetera, en la que es común que el visitante interactúe con recolectores, las chapoleras y la familia del propietario-, “donde al visitante se le brinda la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población rural.” (p. 40)

Otra visión del turismo rural la ofrece Juan Pulido Fernández, (2008), para quien el turismo rural “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en espacios rurales, con una permanencia mínima de una noche, con motivo de disfrute de los atractivos de lo rural y de las posibilidades que ofrecen estos espacios para la satisfacción de necesidades más específicas.” (p. 36)

Estos espacios rurales y estos atractivos rurales, se disponen de manera organizada económicamente, pero aleatoria geográficamente, ya que dependen de muchos factores, como los procesos de colonización, el clima, la violencia política, los usos y la calidad del suelo, los accesos y las vías, la tradición, entre otros, lo que dificulta que

muchos países, como es el caso de Colombia, no hayan aprovechado suficientemente este recurso turístico.

Para comprender la dimensión del potencial turístico de Colombia en el turismo rural y el ecoturismo, es conveniente analizar primero la realidad de este sector en el país.

En Colombia existen 52 parques naturales, en 17 zonas del país aptas para practicar el ecoturismo y el turismo rural; posee toda la variedad de pisos térmicos, desde las zonas costeras tropicales, con temperaturas de 39 grados a la sombra, hasta las nieves perpetuas del Parque Natural de los Nevados, con temperaturas entre los 14°C y 2°C. (Parques Nacionales, n/p, 2015).

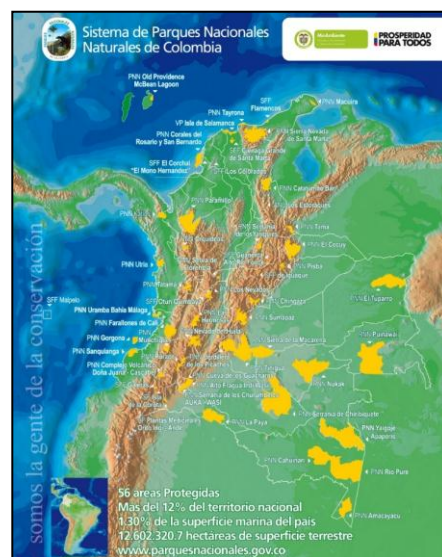


Figura 1 Sistema de Parques Nacionales de Colombia.

Fuente: <http://www.parquesnacionales.gov.co/>, 2015.

A pesar de que Colombia cuenta actualmente con un potencial agrícola de más de 28 millones de hectáreas aptas para el cultivo, las condiciones de seguridad y violencia política, originada en los desplazamientos de millones de campesinos por cuenta de los grupos paramilitares financiados por algunos sectores económicos y gran parte de la clase política, redujo y concentró la propiedad de la tierra, y han impedido la

explotación y uso más allá de los 5 millones de hectáreas que hoy están cultivadas. (EL TIEMPO, 2013).

En esas 5 millones de hectáreas cultivadas, la cultura cafetera, con un fuerte arraigo y una tradición centenaria en nuestro país, se disemina a lo largo de 948.530 hectáreas de café sembradas, según estadísticas de la Federación de Cafeteros de Colombia, a diciembre del 2014. Estas zonas, según la misma fuente, se encuentran principalmente en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, Valle, Cauca, Quindío, Tolima, Risaralda, Huila y Caldas; pero los departamentos en los que el cultivo del café se ha asociado con más fuerza a una manifestación cultural en las comunidades, han sido los departamentos de Antioquia y el Eje cafetero, comprendido por Caldas, Risaralda y Quindío, y algunas zonas del norte del Valle.

Lamentablemente en Colombia el campo ha sido tradicionalmente el sector más golpeado y el más olvidado por el gobierno central. Adicionalmente, el país sufre un conflicto interno que por casi un siglo ha golpeado la economía, el bienestar y la seguridad de las familias del campo principalmente, donde se ha manifestado con mayor fuerza y más violencia el conflicto armado.

Esta situación tiene un efecto colateral en el turismo rural principalmente, sobre todo en las zonas donde aún se manifiestan los grupos paramilitares y las ahora llamadas Bacrin, pues el turista, como afirma Sancho, (2008), guía su decisión de compra por una cautela mayor que para otros bienes de consumo, pues el riesgo percibido es más alto, por ello la imagen que exista en la mente del turista sobre un destino o un servicio concreto, será decisiva para el proceso de toma de decisión y consecuentemente afectará al tipo y lugar de vacaciones elegido. Ningún turista deseará ir a un lugar con hermosos paisajes, donde existe el posible riesgo de un secuestro o un accidente originado en un conflicto interno o violencia política.

También es importante resaltar la presencia en el país de algunas zonas con actividad sísmica que pone en riesgo a los visitantes, tal como ha sucedido con el Volcán

Galeras en Nariño y con el Volcán Nevado del Ruíz en Caldas. En ambos casos el turismo se ha visto afectado de manera importante, debido al acceso restringido de los turistas a estas zonas.

En conclusión se puede decir que los factores aleatorios como las guerras y los cataclismos, representan aquellas variables imprevisibles y prácticamente incontrolables, que afectan al comportamiento sistemático de los consumidores y usuarios del turismo y que repercuten necesariamente en la demanda turística, principalmente del turismo rural y del ecoturismo. (SANCHO, 2008, p. 82)

Sin embargo, este análisis se puede hacer en sentido contrario, pues no se puede ignorar que “la realización de toda actividad económica implica la utilización de unos recursos y, en consecuencia, el entorno donde ésta se realiza resulta necesariamente afectado, y concretamente, la actividad turística, tiene impactos considerables sobre el entorno.” (p. 243) En el caso colombiano, y más específicamente en el sector cafetero, el turismo ha generado un importante impacto, más benéfico que perjudicial, pues los recursos adicionales a las actividades propias de las fincas cafeteras, generan un incremento importante en las rentas de los agricultores; “en general, el turismo rural, aunque es minoritario en el conjunto del mercado turístico, aporta una contribución valiosa a las economías rurales.” (PULIDO FERNANDEZ, 2008, p.41)

Por otro lado, en lo que tiene que ver con la afectación al medio ambiente, las diferentes entidades como las Corporaciones Autónomas Regionales, juegan un papel imprescindible en la aprobación de proyectos de turismo rural en los que se puedan presentar afectaciones o impactos ambientales negativos. El turismo rural requiere acogerse a las actuales teorías del desarrollo sustentable, nacidas en el corazón del Club de Roma en 1972, difundidas en el informe Brundtland de Naciones Unidas en 1987, y concretadas entre otros por Godard en el 2002, de tal suerte que “el desarrollo sustentable del turismo tendrá que estar basado, por lo tanto, en un concepto amplio del desarrollo turístico que implica, necesariamente, criterios medioambientales, socioculturales y económicos.” (p. 262)

Las políticas y las acciones del Estado tienen mucha relación con este aspecto del turismo. No se puede ignorar que “en muchos casos el Estado no sólo es un regulador del turismo sino también un importante operador, ya que una porción significativa del patrimonio cultural, histórico y natural pertenece al Estado y los gobiernos locales.” (L. JENKINS Y J. LICKORISH, 2010, p. 59) Como ente regulador el Estado controla y regula el acceso y la utilización de zonas protegidas en las que el ecoturismo puede significar un importante renglón del ingreso. Además es el mismo Estado quien muchas veces, -como en caso del Paisaje Cultural Cafetero-, lidera procesos para la ejecución de proyectos turísticos, obras de infraestructura vial, de servicios, seguridad y comunicaciones entre otros.

En su papel regulador, también se debe considerar el fenómeno a nivel mundial de la transformación en el uso del suelo, en el que los Estados tienen que comprometerse con las políticas globales de conservación del medio ambiente, “hoy día, la superficie agrícola mundial dedicada a la siembra de especies de valor alimenticio o agroindustrial ha llegado en cifras totales a un máximo de 1.400 millones de hectáreas, que no sería posible aumentarlas sin comprometer seriamente el equilibrio ecológico a nivel mundial.” (BOULLÓN, 2008, p. 25) Un equilibrio que cada día se hace más frágil en la medida en que “el turismo rural no se limita a la venta de un alojamiento, sino de un conjunto de actividades, de un programa por ser desarrollado en un medio rural.” (p. 39)

Estas actividades y otras características del turismo rural, permiten a algunos autores plantear algunas clasificaciones aceptadas comúnmente en la mayoría de los textos especializados consultados. Así por ejemplo, Boullón, (2008), presenta una clasificación del turismo rural basada en tres variables:

- Tamaño del predio.
- Localización del predio.
- Forma de la propiedad. (p. 49.)

Estos tipos de turismo rural se encuentran muy regionalizados en Latinoamérica, y sus nombres y características difieren en cada país de tal forma que resulta casi inútil mencionarlos y detallarlos todos en este documento. Para efectos de esta investigación se adopta la clasificación propuesta por Juan Pulido Fernández, (2008), que define las siguientes tipologías del turismo rural:

- Agroturismo
- Turismo para disfrute del medio ambiente
- Turismo deportivo
- Turismo cultural
- Turismo de interior.” (p. 45)

Pulido Fernández basa su clasificación en variables como las actividades, la interactividad del turista con el medio y los anfitriones, entre otras. De nuestro interés particular es el Agroturismo, por ser esta tipología la más desarrollada en el eje cafetero, y en las zonas pertenecientes al Paisaje Cultural Cafetero.

7.3.1. Agroturismo

Cuando se habla de Agroturismo, se está haciendo referencia a una de las tipologías en las cuales se clasifica el turismo rural, el cual como se dijo antes es aquel que se realiza en espacios al aire libre, en zonas naturales, pero siempre y cuando éstas sean de propiedad privada, pues como se mencionó, cuando el turismo se practica al aire libre, en zonas naturales protegidas o de reserva se conoce como ecoturismo. A diferencia del ecoturismo, el turismo rural tiene un mayor impacto social puesto que “incorpora parte de las comunidades locales en cuanto a sus costumbres y formas de vida.” (BOULLÓN, 2008, p. 43)

Comunidades principalmente rurales con las que el agroturismo se integra y a las que impacta favorablemente, tal como lo clarifica la Ley 300 de 1996 cuando define el

Agroturismo como “un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas, y por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural.”

El estado colombiano ha tomado la iniciativa a partir de esta Ley 300 de considerar el turismo, y más específicamente el turismo de naturaleza, como el eje articulador de las políticas de desarrollo relacionadas con el turismo en Colombia. Dentro de esta ley se cataloga al turismo de naturaleza como todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales (OMT, 2002), acogiendo a la definición propuesta por la OMT, y llevándolo al estatus de *producto paraguas*, que cubija tres sub productos principales: el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural. Cada uno de estos subproductos diferencia dentro de sí unos segmentos especializados. La misma Ley también define tres productos complementarios: el turismo cultural, el turismo de bienestar y el turismo científico. En el siguiente cuadro se presenta un resumen de lo anterior:



Figura 2 Plan de Negocio del Turismo de Naturaleza.

Fuente: MinComercio, 2013

Para esta investigación es de especial interés el agroturismo, ya que como tipología del turismo rural, la actividad turística se da en ese medio rural y está basada en el alojamiento en casas de agricultores y ganaderos, lo que permite un mayor contacto con la gente y la cultura local, (MARTÍNEZ y SOLSONA, 2013, p. 10); en particular este contacto se profundiza durante la estancia, cuando el turista pernocta o pasa tiempo en la vivienda, y experimenta vivencias, comparte y conoce la cultura del anfitrión.

A pesar de ello algunos autores no incluyen el alojamiento dentro del concepto de atractivo turístico; es el caso de Amparo Sancho, (2008), quien cree que “el alojamiento turístico se encuentra físicamente situado en el destino y, generalmente, sólo representa un medio para entrar en contacto con él y sus atracciones, sin que se considere como una atracción en sí.” (p. 87)

Otros, sin embargo, como es el caso de Martínez y Solsona, (2013), atribuyen al alojamiento, más específicamente en el caso del turismo rural, una fuerte asociación del producto turístico con la oferta de alojamiento, y es que éste, como en el caso de la vivienda típica cafetera, -emblemática y asociada al café colombiano-, se ha configurado en su imagen externa, en el elemento simbólico del producto. (p.17)

Para esta investigación el alojamiento, es el momento de verdad en la actividad del agroturismo en la zona cafetera, en el que entran en juego todos los aspectos arquitectónicos y culturales materiales del alojamiento en la vivienda, -y en particular para este estudio la vivienda cafetera-, así como la tradición y la cultura inmaterial que encuentra el visitante y que hace tan excepcional el alojamiento en la finca o vivienda del Paisaje Cultural Cafetero.

7.3.2. Lo Rural en Colombia: El país del Café

Colombia es un país de tradición agrícola, y a pesar de que el sector manufacturero y la construcción han sido responsables durante los últimos años del mayor aporte al crecimiento del PIB, -excluyendo hidrocarburos-, el agro tiene a su haber ser el mayor

renglón exportador después del petróleo y el carbón. En esto tiene bastante que ver el tema del café, como lo muestra el informe de la Federación Nacional de Cafeteros publicado en el diario El Espectador: “en un escenario de caída profunda de las exportaciones generales de Colombia, el café saca la cara y en los últimos doce meses de marzo de 2014 a febrero de 2015 las ventas externas fueron de 12,1 millones de sacos, un 11 por ciento más que los 10,9 millones de sacos exportados en el mismo periodo anterior.” (EL ESPECTADOR, 10/04/2015)

Esta realidad de la economía colombiana tiene sus orígenes en el año de 1736, cuando las primeras semillas de café fueron llevadas a Popayán y se plantaron en un monasterio local. Ocampo (1989), comenta al respecto que “en Colombia la diseminación corrió por cuenta de la Compañía de Jesús, que lo introdujo en las haciendas que poseía en los llanos, el Valle del Cauca y otras regiones.” (p. 213) Sólo fue en 1835 que tuvo lugar la primera producción comercial de café. Los registros muestran que los primeros 60 Kg de café fueron exportados desde Colombia en esa época. Los primeros cultivos de café crecieron en la zona oeste del país, en lo que hoy se conoce como la región de los santanderes.

Comenzó así el proceso de desarrollo de la industria cafetera en Colombia, y continuó lentamente paralelo a las transformaciones globales, y no fue sino “a raíz de la revolución industrial y de la lenta popularización de su consumo en Europa y los Estados Unidos a lo largo del siglo XIX, que comenzó la historia real de la industria cafetera.” (p. 213)

Simultáneamente el país sufría una transformación social, demográfica y cultural con las migraciones y nuevas poblaciones en busca de tierras de cultivo, y aunque la colonización antioqueña no estuvo acompañada de la siembra del café, como a veces se le atribuye, si tuvo una fuerte influencia en la cultura del campo que se arraigó en las zonas del centro occidente del país, a la que se debe por ejemplo, la tradición en el manejo espacial y las técnicas constructivas que hoy se ven en la tradicionales fincas cafeteras que caracterizan la zona del Paisaje Cultural Cafetero.

El café, sin embargo, es considerado el eje articulador de toda una cultura creada alrededor de su producción, en los paisajes rurales de gran parte del país “la vida gira alrededor del café, que es su esencia. Los valores y el espíritu emprendedor, laborioso y amable de los habitantes de la zona del paisaje cultural cafetero han generado una enorme riqueza de manifestaciones culturales.” (MINCULTURA, 2012)

La historia cafetera colombiana ha estado llena de altibajos; desde épocas donde se generaron enormes fortunas para las principales familias que manejaban el cultivo del café, hasta épocas de profundas crisis derivadas de caídas en los precios internacionales, condiciones climáticas, problemas políticos, entre otros. Los beneficios decrecientes de la producción de café durante las últimas décadas fue uno de los factores que llevó a muchos campesinos a la diversificación de cultivos; en los mercados internacionales “el precio del café cayó desde 1997 un 70%, hecho que demuestra la sensibilidad del producto agropecuario respecto no sólo de las variaciones ambientales y el progreso de la técnicas de cultivo, sino también de los precios del mercado que pueden bajar como consecuencia del exceso de oferta.” (BOULLÓN, 2008, p. 32)

Para el año 1976 se inicia en la caficultura colombiana un breve período conocido como la época de la bonanza cafetera, que se extendió hasta 1980, el cual Guillermo Perry (1989) describe así:

“La helada brasilera, al superponerse al ciclo cafetero el alza, elevó la cotización del grano en los mercados internacionales a niveles aun superiores a los de la bonanza de 1950-1954, en términos reales. Los términos de intercambio del país mejoraron en un 40%, tanto en 1976 como en 1979, y se mantuvieron entre 1978 y 1980 aproximadamente al nivel de 1976. El valor de las exportaciones y su capacidad de compra aumentaron espectacularmente; además, las cantidades exportadas de café crecieron desde 1978 al coincidir estímulos de precios con la disponibilidad de una nueva variedad más productiva: el caturra.” (p. 193)

Pero también existen en la historia del café épocas de crisis, una de las más importantes y que trascendió la historia de nuestro país fue la crisis del 88. Los antecedentes de esta crisis hay que buscarlos cincuenta años antes, durante ese tiempo el país disfrutó de una comodidad basada en la regulación internacional de los precios, gracias a un acuerdo mundial y a una política de cuotas. El país operó durante estos cincuenta años con una política cafetera basada en el diagnóstico de su inelasticidad de la demanda, es decir, sin importar cuanto se vendiera, el precio se mantendría por parte de la oferta de productores. En virtud del acuerdo mundial del café, los países productores como Colombia, estaban en posición de regular la oferta del mundo y poner los precios en las condiciones más favorables para ellos.

El panorama se transformó cuando en 1988 las condiciones cambiaron con la eliminación del acuerdo mundial del café y el desmonte del estatuto cambiario 444 y la Junta Monetaria en la administración de César Gaviria (PALACIO, 2013). El sector cafetero quedó a expensas del juego de la oferta y la demanda, y en este escenario de libertad de mercado, era inevitable que el precio de un producto inelástico como el café se deteriorara progresivamente y golpeará en un mayor grado a quienes operaban con mayores costos, y que estaban acostumbrados a vender con un alto margen sin preocuparse por ser productivos ni competitivos.

A pesar de ello la crisis no tomó por sorpresa a Colombia pues el sector cafetero y el gobierno contaban con una organización y una infraestructura de apoyo basada en la Federación de Cafeteros y el Fondo Nacional del Café, ambos sólidos financieramente en ese momento, y que pudieron sostener los precios y mantener la productividad para poder incrementar la cantidad de sacos de café exportados y con ello compensar las divisas y los ingresos dejados de recibir a causa del bajo precio del café.

Hasta hoy la situación del sector cafetero ha sido preocupante, y el país ha visto pasar protestas e incluso paros cafeteros, en busca de soluciones a todas las problemáticas del café. No obstante, hoy, gracias a los programas de renovación de cultivos de la

Federación Nacional de Cafeteros desarrollados durante los últimos 5 años, “en lo corrido del año hasta febrero del 2015, la producción creció 12 por ciento y se ubicó en 2,1 millones de sacos de 60 kilos, frente a los 1,9 millones de sacos cosechados durante los dos primeros meses de 2014.” (EL ESPECTADOR, 10/04/2015)

De las cenizas, salen chispas. Las condiciones desfavorables en su mayor parte del sector cafetero, han favorecido el surgimiento de nuevos modelos económicos a la sombra de la industria del café. Hoy por hoy, muchos cafeteros han optado como alternativa para la generación adicional de ingresos, incursionar en la industria del agroturismo, un sector con buenas perspectivas y un negocio que puede ejercerse paralelamente al cultivo del café, sin descuidarlo ni dejarlo de lado. Muchos de estos nuevos negocios de agroturismo en las fincas cafeteras, tienen la ventaja de contar con la infraestructura necesaria, que no exige demasiadas adecuaciones, y que permite para su explotación turística el uso de la vivienda tradicional cafetera, donde se podría brindar alojamiento a los potenciales turistas.

7.3.3. Alojamiento rural: Hacienda cafetera

La vivienda es un aspecto fundamental en la vida del hombre. Como aspecto cultural su historia se remonta hasta cerca de 40 a 100 mil años; en algunas zonas de África se han encontrado restos de esos primeros pobladores, que indican que se refugiaban en viviendas hechas de ramas y madera sujetas por grandes piedras que rodeaban la vivienda. Ya para el neolítico, hace unos 7 mil años, se evidencian algunas construcciones de aldeas.

En Colombia durante el periodo paleoindio y arcaico, nuestros aborígenes eran nómadas, y se dedicaban a la caza y recolección de frutos. Los cambios climáticos afectaron la disponibilidad de animales silvestres, y por esto algunos grupos se dedicaron a recoger moluscos, esto da origen a la sociedad de concheros, ubicadas en las costas y orillas de los ríos. La vida de los aborígenes colombianos cambió entre los

años 6000 y 4000 a.C. En esta época surgieron las primeras construcciones de tipo circular ya que estos grupos tenían lugar estable de residencia.

Ya en la colonia las viviendas gozaban de cierta robustez en su estructura, y la utilización de adobes, mampostería y tejas de barro, las hicieron más cómodas y seguras, llegando hasta nuestros días algunas construcciones todavía en pie y que hacen parte del patrimonio histórico cultural de algunas ciudades como Mompox, Tunja, Barichará, Girón, Honda, Villa de Leyva, Santa Fé de Antioquia, entre otros.

Para la zona de estudio el fenómeno de la colonización antioqueña tuvo una importante incidencia en la tradición arquitectónica, pues los colonizadores antioqueños venidos a las regiones de Caldas, Quindío y Risaralda, fusionaron estilos con influencias hispanas y los materiales tradicionales indígenas como la guadua, el cual era abundante, económico y de unas cualidades físicas notorias; “una manifestación muy importante de esta tradición indígena se encuentra en el cultivo y manejo de la guadua. La arquitectura regional antioqueña adoptó ese material y las técnicas constructivas correspondientes, como su fundamento esencial.” (FONSECA y SALDARRIAGA, 1984, p.44)

Hoy es común ver, incluso en algunas las zonas urbanas periféricas y marginales de ciudades de estos departamentos, el uso intensivo de la guadua; a pesar de la existencia de nuevos materiales y las nuevas tecnologías como los preformados que son de relativo bajo costo, aún prevalece “la cultura de la guadua en la región cafetera y es un ejemplo de la continuidad en el tiempo de un saber nativo que se adapta a las nuevas exigencias y que se integra dentro de la identidad colectiva.” (FONSECA y SALDARRIAGA, 1984, p.49)

Para esta investigación es bastante significativo el hecho de que “actualmente la mayor intensidad y habilidad en el uso del material se presenta en la “franja caldense”, al sur del río Arma, y en especial en áreas como Risaralda y Quindío,” (FONSECA y SALDARRIAGA, 1984, p.44), pues en estas áreas se encuentran las zonas inscritas en

el territorio del Paisaje Cultural Cafetero y son de interés para el estudio de la vivienda cafetera, como una de las características más notorias que identifican el alojamiento rural para el agroturismo.

En estas viviendas típicas del Paisaje Cultural Cafetero, se armoniza la vivienda y los materiales utilizados como la guadua, con el entorno y la actividad de la finca cafetera; así como lo sugieren L. JENKINS y J. LICKORISH (2010), cuando afirman que “un diseño arquitectónico adecuado de las instalaciones turísticas es esencial para lograr su integración en el entorno natural; el diseño debe ser reflejo del medio ambiente natural y armonizar con él.” (p. 123)

Esta armonización ha permitido entre otras cosas que la vivienda cafetera típica se convierta en identidad de la región y de la industria cafetera, con rasgos y características propias, que la distinguen de un lugar turístico similar, tal como una hacienda ganadera o una hacienda algodonera de la costa caribe; según Boullón, (2008), en el turismo rural la identidad debe estar dada a partir de la conservación y autenticidad del patrimonio cultural, tangible e intangible, (p. 69), y así, dentro de la vivienda rural cafetera subsisten elementos de cultura material tal como las tejas de barro, las paredes de bahareque, las estructuras en guadua, y elementos de la cultura inmaterial, como por ejemplo las tradicionales comidas, la música campesina, y algunas prendas de vestir que hacen parte de su patrimonio cultural.

El bahareque mencionado es una expresión de una arquitectura evidentemente criolla con un importante elemento hispánico, fusionado con materiales comunes de la vivienda prehispánica, como la guadua, la boñiga, la tapia y el barro (Fonseca y Saldarriaga, 1984). Esta tradición de los materiales y las técnicas constructivas así como del manejo espacial típico de las viviendas cafeteras de un eje o de dos ejes en forma de “L”, definió la arquitectura del Paisaje Cultural Cafetero, la que fue construida inicialmente y se popularizó en la época de la colonización Antioqueña y posteriormente, como consecuencia del auge cafetero.

Para construir un referente acerca de las características propias de la vivienda cafetera presente en el Paisaje Cultural Cafetero, es preciso definir un marco conceptual sobre la cultura material, aquella que está presente en las casas y construcciones típicas y que el turista encuentra en el alojamiento cuando practica el agroturismo en esta zona del país.

Al respecto la investigación liderada por Yaffa Nahir Gómez Barrera, (2013), sobre Cultura Material Cafetera define la *cultura material* como el conjunto de los “objetos y tecnologías que se utilizan para satisfacer las necesidades de un grupo; ellos muestran los conocimientos y formas de pensar de sus usuarios, y su estudio proporciona información valiosa acerca de la significación sociocultural de los objetos.” (p. 22)

Con base en la anterior definición, la autora proporciona una visión más concreta y ajustada al objeto de esta investigación, al definir la *cultura material cafetera* como “el conjunto de objetos que evidencian los saberes, hábitos, significados, comportamientos y actividades que hacen parte de la vida de las personas que habitan el Paisaje Cultural Cafetero; a través del estudio de estos objetos se puede comprender lo que las personas son, hacen, creen y piensan.” (p. 28)

De allí que cuando se analiza el fenómeno del alojamiento rural en el Paisaje Cultural Cafetero, PCC, debe analizarse no sólo la arquitectura y los materiales intrínsecamente relacionados con la vivienda, sino que además por ser de carácter cultural la definición del entorno en que se da el producto turístico, se hace necesario también incluir allí todo lo que comporta la definición de cultura material cafetera, por ello para esta investigación se propone además del análisis de la vivienda como tal, el análisis de los objetos que amueblan la vivienda y que hacen parte del patrimonio cultural y de la tradición cafetera, como valor de interés para el turista que visita el PCC.

Para el agroturismo en el PCC, este es un elemento que agrega valor al producto turístico, y como advierte Boullón (2008) “otro factor que puede influir mucho a que el nivel de satisfacción del huésped sea alto, es el estilo, mobiliario y decoración del

edificio, más el tratamiento del entorno, además de la utilización de productos originados en el mismo campo para preparar las comidas, combinado con la armonía entre las construcciones y el medio rural y natural que las contiene.” (p. 43)

De lo anterior se puede concluir que a partir del cultivo del café, de su producción y de su comercialización, en el Paisaje Cultural Cafetero se ha consolidado un patrimonio cultural constituido por bienes materiales y manifestaciones inmateriales, los cuales se pueden ver en las poblaciones, en las viviendas y su arquitectura, en los objetos y en el bagaje de tradiciones y expresiones, todo un patrimonio el cual representa un orgullo nacional y regional, que se expresa a través de las fiestas y ferias municipales, la cocina tradicional, las artesanías, los objetos y las figuras representativas, tales como la chapolera, el arriero, el machete, la mula, la chiva, y Juan Valdez, todo lo que constituye una característica de identidad de este paisaje.

7.3.4. Paisaje Cultural Cafetero PCC

Para hablar del Paisaje Cultural Cafetero es preciso hacer primero claridad sobre el término *paisaje* y lo que éste significa dentro del fenómeno del turismo. Podemos acudir a la definición planteada por Juan Pulido Fernández en su libro *El Turismo Rural: Estructura Económica y Configuración Territorial*, (2008) en el que lo define como “las formas resultantes de la combinación que presentan los hechos geográficos sobre la superficie terrestre, y que incluyen elementos físicos y elementos generados por la acción humana; de esta definición se desprende que el paisaje tiene un doble componente: natural y social.” (p. 127)

Para crear consenso sobre el término se cita también la definición propuesta por la Convención Europea del Paisaje que define el paisaje como “cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales o humanos.” (p. 128), y se dice consenso porque si se analizan los dos puntos de vista se puede notar que ambos coinciden en que el

paisaje y su percepción es el resultado de dos factores o componentes: el natural y el humano o social; vale decir, a modo de ejemplo, todo aquello que encontramos en una región, incluidas las formaciones y manifestaciones geográficas naturales y las transformaciones artificiales creadas por el hombre y su accionar, tales como puentes, viviendas, construcciones, cultivos, adecuaciones y todas sus manifestaciones culturales, propias en ese entorno. Este para el propósito de esta investigación será el concepto de paisaje, sobre el cual se presenta el Paisaje Cultural Cafetero.

Hablar de Paisaje Cultural Cafetero en nuestro medio, resulta un riesgo epistemológico, pues el tema no sólo es nuevo, sino que además resulta limitado crear opinión en un terreno en el que poco se ha explorado. Por esta razón a continuación se transcribe un aparte del texto del Ministerio de Cultura (2012), de la “Guía para la Incorporación del Paisaje Cultural Cafetero en la revisión y ajuste de los planes de ordenamiento territorial”:

“Una de las mayores oportunidades que se le ha presentado a la región del Viejo Caldas y del Norte del Valle, desde el punto de vista económico y cultural, fue la declaratoria de 47 municipios como parte del Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio de la Humanidad, en junio del 2011.

Desde hace algunos años surgió la iniciativa de identificar, valorar y reconocer al Eje Cafetero como un Paisaje Cultural. Este territorio es el que constituyen principalmente los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y el norte del Valle del Cauca, señalado además como una de las Ecorregiones estratégicas por el Sistema Ambiental Colombiano.

De igual forma, la institucionalidad, como es el caso de la Federación Nacional de Cafeteros y sus respectivos Comités de Cafeteros, vienen valorándola a través de estudios y propuestas de desarrollo. Puesto que se trata del territorio con la mayor producción de café de Colombia, y por estar caracterizado por un conjunto de

reconocidas y muy especiales singularidades, el Ministerio de Cultura acogió la iniciativa de solicitar a la UNESCO su inclusión en la lista del Patrimonio Mundial.

Como resultado de ello el Comité de Patrimonio Mundial de la Unesco, en su sesión del 25 de junio del 2011, expidió el documento por el cual hace la Declaratoria del PCC como Patrimonio Cultural de la Humanidad, la Decisión 35COM 8B.43, en vista de que es portador de los criterios V y VI:

- Criterio V. Ser un ejemplo destacado de formas tradicionales de asentamiento humano o de utilización de a tierra o del mar, representativas de una cultura, o de interacción del hombre con el entorno. En este sentido el PCC es un ejemplo excepcional de un paisaje cultural productivo y sostenible que es el resultado del esfuerzo de varias generaciones de familias campesinas que, por más de cien años, han acumulado saberes para adoptar el cultivo de café a las difíciles condiciones del entorno, obteniendo uno de los mejores productos del mundo y desarrollando una identidad cultural sin igual. El patrimonio cultural está directamente asociado a las actividades de vivienda y producción del café como en ninguna otra región. (UNESCO, 2011)
- Criterio VI. Estar directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias u obras artísticas y literarias que tengan una importancia universal excepcional. El PCC es testimonio del modo de vida de los habitantes en torno a la producción cafetera que ha desarrollado una cultura rica en paisaje, patrimonio cultural, tradiciones y manifestaciones que se transmiten de generación en generación. Su dimensión, intensidad y apropiación no tiene parangón en el mundo. (UNESCO, 2011)

Este territorio que tradicionalmente se ha llamado el Eje Cafetero, se ha reconocido como un territorio con una homogeneidad particular en cuanto a su cultura, sus características geográficas y la economía basada en el café, como producto de exportación de hace más de 100 años. Ha sido visto, además, por el resto de la nación,

como un “modelo económico” que ha aportado al país buena parte del desarrollo que éste muestra hoy. De allí que su reconocimiento y atención para su protección es una tarea que interesa a toda la Nación.

Según la zonificación del PCC, el departamento de Caldas posee el área de los municipios de Riosucio y Supía, incluyendo el corregimiento de San Lorenzo, en la Zona A, y en la Zona B se encuentran áreas de los municipios de Aguadas, Chinchiná, Neira, Palestina, Pácora, Salamina y Villamaría.”

El departamento de Caldas tiene un área principal de 51.278 hectáreas, con 159 veredas que hacen parte del PCC, y 71.437 hectáreas en área de amortiguamiento, con 1.654 veredas.

Los 18 municipios del departamento de Caldas que hacen parte del PCC son: Aguadas, Anserma, Aranzazu, Belalcázar, Chinchiná, Filadelfia, La Merced, Manizales, Neira, Pácora, Palestina, Riosucio, Risaralda, Salamina, San José, Supía, Villamaría y algunas veredas de Viterbo.

Finalmente, para expresar los valores excepcionales y universales del PCC se definieron los siguientes 16 atributos establecidos por sus manifestaciones materiales:

- Café de montaña
- Cultivo de ladera
- Edad de la caficultura
- Patrimonio natural: cultura cafetera
- Disponibilidad hídrica
- Institucionalidad cafetera y redes económicas afines
- Patrimonio arquitectónico
- Patrimonio arqueológico
- Predominancia del café
- Poblamiento concentrado

- Minifundio cafetero como sistema de propiedad de tierra
- Influencia de la modernización
- Patrimonio urbanístico
- Tradición histórica en la producción del café
- Cultivos múltiples
- Tecnologías y formas de producción sostenibles en la cadena productiva del café.”

8. DISEÑO METODOLÓGICO

En este capítulo se describe la metodología utilizada para realizar la investigación sobre la Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural: Caso estudio Hacienda Venecia y finca Tío Conejo, la cual se basó en la metodología del estudio de caso propuesto por Robert Yin (1994). Este autor propone la siguiente definición de estudio de caso:

“Una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes. (...) Una investigación de estudio de caso trata una situación donde están involucradas más de una variable de interés; y como resultado, se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben converger en un estilo de triangulación; y también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos”. (p. 13)

La decisión para optar por este método de estudio se basó en que el objeto de estudio es un fenómeno social y organizacional, cuyas características no son sencillas de analizar por ser este uno de los primeros trabajos que abordan esta temática, y por la escasa bibliografía existente sobre Paisaje Cultural Cafetero y específicamente sobre alojamiento rural.

El enfoque de este autor permitió utilizar la experiencia para la transmisión del conocimiento (Yin, 2003); con ello los pasos que se propusieron basados en esta

metodología básicamente parten de definir el problema sobre la caracterización de la finca cafetera caldense que presta servicios de alojamiento rural, establecer un diseño de investigación que describa las características de las unidades de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo; posteriormente se definió la mecánica de recolección de datos mediante entrevistas semi estructuradas con los gerentes propietarios de las fincas mencionadas y la aplicación de la lista de chequeo diseñada para este estudio; finalmente se precisa la forma en que es tratada la información: la transcripción de las entrevistas y la verificación de la lista de chequeo. Se finaliza con el análisis de la información y la elaboración del informe final con sus resultados.

En cuanto al tipo investigación realizada, esta fue de tipo exploratoria y descriptiva, puesto que como investigación tiene el objetivo de proporcionar conocimiento y entendimiento de las características de la finca cafetera caldense que presta servicio de alojamiento rural, para lo cual se seleccionaron dos unidades de estudio: la Hacienda Venecia y la Finca Tío Conejo, ambas ubicadas en el departamento de Caldas en zonas que hacen parte del PCC, y de vocación cafetera, que ofrecen paralelamente el servicio de turismo rural. Esta investigación descriptiva ayudó a detallar las características de las fincas y se basó en la recolección de información de las dos unidades de estudio mediante una lista de chequeo que confronta las características de éstas, con los factores críticos deseables para una unidad de negocio que ofrezca alojamiento rural en el Paisaje Cultural Cafetero.

El diseño de la investigación es de corte cualitativo, con una intencionalidad descriptiva, teniendo en cuenta que este tipo de diseño comprende “descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” Patton (1980) Citados en (Sampieri, Fernades& Baptista, 2007) y fue ésta la pretensión de la investigación, realizar una descripción detallada de las haciendas cafeteras que prestan servicio de alojamiento Rural, donde se contemple, su estructura, su trayectoria, sus servicios y sus experiencias, vividas desde los actores involucrados que se convierten a su vez en nuestra unidad de observación.

La investigación aborda el estudio del alojamiento en fincas cafeteras desde un enfoque descriptivo, ya que “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989). Es decir, mide, evalúa, o recolecta datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.” (Sampieri, Fernández y Baptista, 2007, p. 102). Es precisamente desde este aspecto, que da la posibilidad de detallar y ejecutar el desarrollo del estudio; por medio de este se involucran los hechos y las ideas, en torno a la trascendencia que le dieron a sus fincas y cómo lograron convertirlas en alojamiento, entre otros aspectos.

Respecto a las entrevistas semiestructuradas las entrevistadoras se sujetaron a un instrumento, es decir, una guía de preguntas específicas el cual se anexa a este documento, (ver anexo B), las cuales a su vez pudieron ser ampliadas por las entrevistadoras, quienes tuvieron la libertad de introducir preguntas para profundizar en un concepto. Para fines de esta investigación las 2 entrevistas semiestructuradas se realizaron con visitas autorizadas de manera personal a las haciendas cafeteras Venecia y Tío Conejo; cada entrevista tuvo una duración aproximada de 2 horas, con los gerentes propietarios de cada negocio.

De igual forma la lista de chequeo fue aplicada a estas mismas personas por ser ellas quienes más conocen de cada unidad de negocio. Las entrevistas se grabaron y luego se transcribieron a efecto de contar con el registro original en medio digital y magnético de las mismas. En la última fase, se brinda el reporte de los datos que se obtuvieron a lo largo de la investigación y su análisis correspondiente.

Unidad de Trabajo: Hacienda Cafeteras Venecia y Tío Conejo, ubicadas en las inmediaciones rurales de la ciudad. La primera a 20 minutos de Manizales y la segunda a 45 minutos.

Fundamentación conceptual: Referentes bibliográficos sobre los tópicos planteados,

para la estructuración del marco teórico pertinente para la investigación.

8.1. Fuentes Primarias:

- **Revisión documental**

Revisión documental (libros, artículos, investigaciones) relacionados con Cultura Cafetera.

- **Entrevistas semi-estructuradas**

Se realizaron entrevistas semi-estructuradas a los gerentes propietarios de los dos casos: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Para la entrevista se utilizaron las siguientes herramientas de recolección de información tales como: Grabadora y un diario de campo. Los participantes y los entrevistados establecieron un principio básico de cooperación, en el que se fijaron las reglas, los procedimientos y el conjunto de condiciones en las que la entrevista se desarrolló. Con ellos se estableció el horario y el lugar de encuentro.

- **Cuestionario (Checklist)**

Se aplicó una lista de chequeo que permitió identificar de cada caso su estructura arquitectónica, los componentes y las técnicas de construcción que evocan la tradicional cultura de esta zona, ya que hace parte relevante del desarrollo del turismo en la región y aspectos socioculturales. (Ver anexos D y E)

8.2. Fuentes secundarias

Estuvieron constituidas por los textos consultados para la construcción del marco

teórico, como también por la internet y asesores o expertos de la UCM.

8.3. Análisis de la información:

- Presentación de los resultados del proyecto: se presenta un texto de análisis por cada una de las haciendas, en el que se trabajan unificadamente los tres objetivos planteados. La construcción del análisis se presenta en forma descriptiva, hilando información y desarrollando un análisis global de cada uno de los aspectos involucrados en los objetivos.
- Difusión de los resultados del proyecto. Las investigadoras estarán en búsqueda permanente de oportunidades en eventos o espacios académicos relacionados con el turismo para presentar los resultados.

9. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para llevar a cabo el análisis de la información aportada por las entrevistas y la aplicación de la lista de chequeo, se partió de los referentes teóricos, los antecedentes y las observaciones realizadas en el trabajo de campo por parte de las investigadoras.

Se analizaron separadamente los dos casos de estudio dado que a pesar de que ambos son alojamientos rurales en fincas cafeteras del PCC, cada uno presenta particularidades que lo diferencian y reflejan distintas realidades del fenómeno.

9.1. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN HACIENDA VENECIA

9.1.1 UBICACIÓN

La Hacienda Venecia se encuentra localizada en la vereda El Rosario de Manizales a 20 minutos del centro de la ciudad correspondiente a 10.5 Km. Desde la ciudad de Pereira del departamento de Risaralda la distancia es de 28 Km. Siendo como referente los dos aeropuertos más cercanos de estas ciudades.

Para llegar a la Hacienda, es posible emplear varias posibilidades de transporte tanto público como privado; dentro de los cuales se encuentra taxi, jeeps, contacto directos de la hacienda o vehículo particular.

Desde la ciudad de Manizales para llegar a la autopista del café es posible optar ya sea la avenida Panamericana o la avenida Centenario, en la cual se toma como punto de referencia la Plaza de Toros y el Hospital Santa Sofía; siguiendo estas dos rutas el punto de encuentro es la Autopista del café, la cual nos lleva al puente de San Peregrino (punto de referencia), se continua con el trayecto haciendo un retorno al lado izquierdo, y en el camino de vuelta se encuentre el acceso a la Hacienda visualizando una señal con su nombre. La carretera a continuación es sin asfalto hasta llegar a la Hacienda.

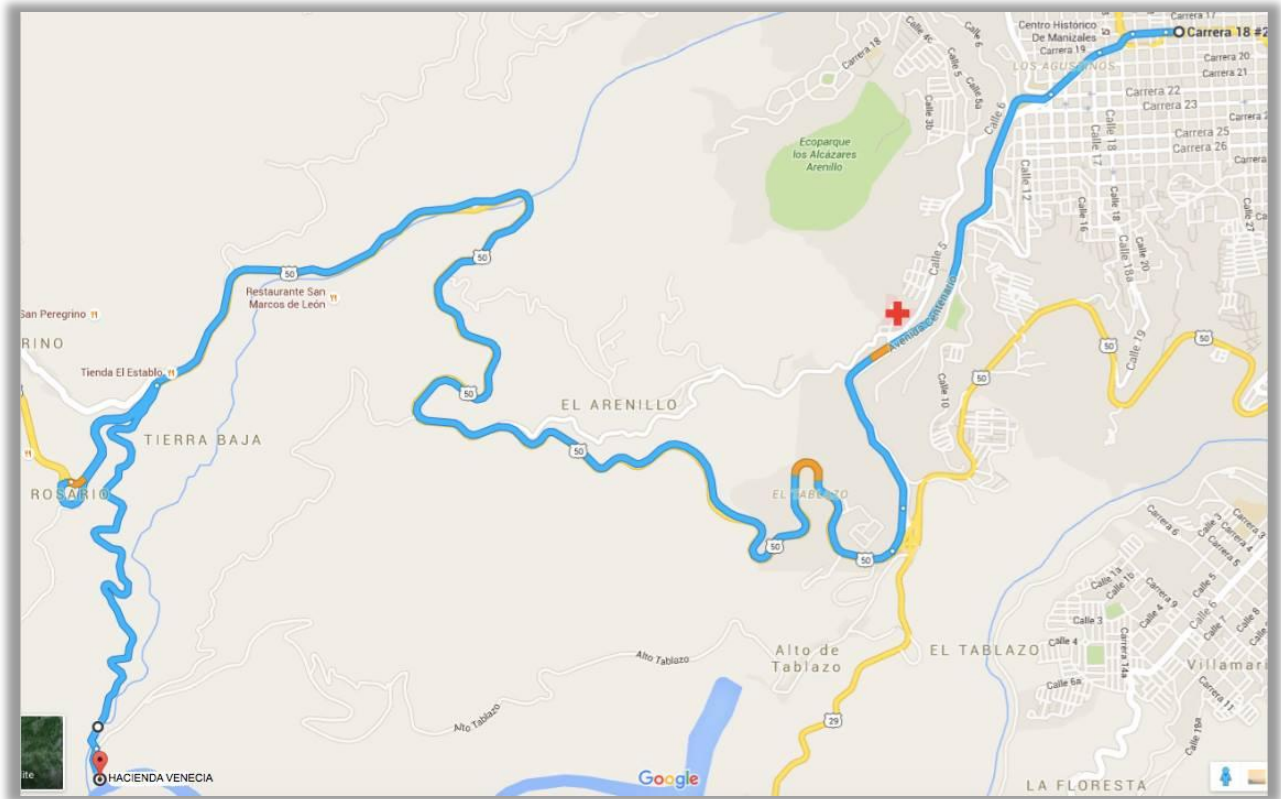


Figura 3 Mapa recorrido desde el centro de Manizales hasta la Hacienda Venecia

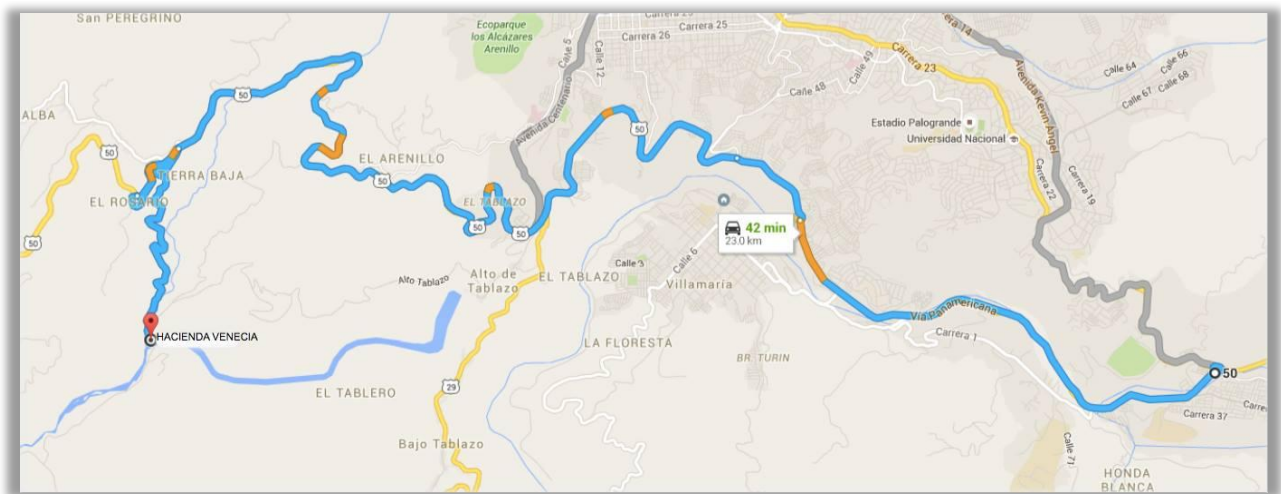


Figura 4 Mapa recorrido por la vía Panamericana hasta la Hacienda Venecia

9.1.2 INICIO Y TRANSICIÓN

La Hacienda Venecia es una empresa familiar que nace como resultado de una crisis que se presentó en el negocio de la importación de bienes de propiedad del bisabuelo del actual propietario, lo que lo llevó a incursionar en el negocio del cultivo del café. Cuatro generaciones han tenido la administración de la Hacienda. En el año 2002, a raíz de una fuerte baja en los precios del café, el actual administrador tomó la decisión de desarrollar una estrategia de apertura del negocio familiar de la caficultura al mercado internacional y nacional, basada en tres puntos: 1. Exportación del café con marca propia, como café de origen, certificado con buenas prácticas agrícolas, 2. Integración vertical del negocio, tostado y vendiendo ellos mismos el café, y 3. Vender el proceso, el producto y la cultura cafetera al mundo, a través del turismo.

Al respecto se debe recordar que para el año 2001 y 2002, el mercado mundial del café presentó una crisis en los precios debido entre otros a la sobreproducción del grano, lo que creó un desequilibrio entre la oferta y la demanda de café, pues la producción total de café del año cafetero 2001/2002 (octubre-septiembre) se estimaba en 113 millones de sacos (de 60 kilos) aproximadamente, mientras que el consumo mundial fue sólo ligeramente superior a 106 millones de sacos; adicionalmente habían existencias mundiales cercanas a los 40 millones de sacos, y la rápida expansión de la producción de Vietnam y de las nuevas plantaciones del Brasil, que ese año recolectaron una cosecha sin precedentes en la temporada en curso, originaron una crisis que afectó a más de 125 millones de personas cuya subsistencia depende del café básicamente, (Osorio, 2002) entre otros a los productores caldenes, como el caso de la Hacienda Venecia.

9.1.3 CAFÉ

Por más de 10 años, la Hacienda Venecia ha sido una empresa de tradición y de referencia, ya que ha marcado un punto muy alto en el mercado por la implementación de sus prácticas de producción, beneficio y tosti3n. La característica de su café es el café Arábigo suave, dentro de los cuales se comercializan sin intermediarios para el consumo final en tres modalidades: Línea Especial, Línea Dorada y Línea Institucional, con la opción de compra ya sea en grano o molido y perfeccionado para combinar con

lácteos y otras preparaciones.

Actualmente el Café de la Hacienda Venecia tiene su marca registrada denominada Café de origen Hacienda Venecia es un café de exportación y entre los países a los cuales es enviado son; Bélgica y Suiza.

Línea Institucional está enfocada para Hoteles Restaurante, Casino, (Horeca), la presentación de este café es de 500 gramos, molido. Adicionalmente se ofrece cajas de 20 unidades en sachets para habitaciones de hoteles y oficinas, las compañías a las cuales se les ha comercializado son las siguientes (**¡Error! No se encuentra el origen e la referencia.**)



Figura 5 Compañías de comercialización de la línea Institucional

Fuente: Hacienda Venecia <http://www.haciendavenecia.com/cafe-tostado/horeca/>



Figura 6 Café Línea Institucional

Fuente: Hacienda Venecia <http://www.haciendavenecia.com/cafe-tostado/horeca/>



Figura 7 Sachets

Fuente: Hacienda Venecia <http://www.haciendavenecia.com/cafe-tostado/horeca/>

Línea Origen: este café es de tipo exportación, al cual va dirigido a un consumidor exigente en busca de una calidad óptima.



Figura 8 Café Línea Origen

Fuente: Hacienda Venecia <http://www.haciendavenecia.com/cafe-tostado/horeca/>

Línea Dorada: es un café con un equilibrio en su sabor y aroma, este va dirigido a las cafeterías, panaderías, Banquetes.



Figura 9 Café Línea Dorada

Fuente: Hacienda Venecia <http://www.haciendavenecia.com/cafe-tostado/horeca/>

Hacienda Venecia cuenta con el aval por parte de **UTZ CERTIFIED**, el cual es un programa de sostenibilidad del café, permitiendo mejorar la calidad y productividad.

9.1.4 ALOJAMIENTO – ARQUITECTURA

El alojamiento consta de tres viviendas antiguas las cuales aunque han tenido algunas modificaciones se han mantenido intactas en la historia, adaptadas para la prestación del servicio. Las tres viviendas están situadas entre las plantaciones de café y plantas tropicales y ornamentales, algunas nativas y otras sembradas. También se pueda apreciar animales de finca como perros, gallinas, y animales de la zona como mariposas, pavos reales, y gran cantidad de aves, como colibríes, que llegan buscando alimento a través de las plantaciones. La distancia entre las tres viviendas no supera los 5 minutos en vehículo, y caminando, no supera los 15 minutos, además de convertirse de un recorrido paisajístico y de observaciones de las riquezas de la naturaleza en ésta zona de típicos paisajes montañosos.

Casa Principal

Posee 12 habitaciones, de las cuales solamente se abren 6 para evitar la sobrecarga, solo una de las habitaciones cuentan con baño privado garantizando una experiencia exclusiva para el turista.

La hacienda brinda en la Casa Principal una experiencia más próxima a la que se espera tener en el Paisaje Cultural Cafetero, por su arquitectura típica, la presencia del elemento de la guadua y su antigüedad de más de 100 años; tiene 4 salas como espacios comunes para la contemplación de los cultivos de café, un kiosco en guadua diseñado por el arquitecto Simón Vélez, el cual consta de hamacas, e instalaciones para la preparación y muestras de café; cuenta con piscina, baños, una cocina la cual es solo manejada por el personal y una decoración totalmente tradicional.



Figura 10 Vista desde la Principal desde la entrada

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 11 Una de las Habitaciones de la Casa Principal

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Casa de Huéspedes

La Casa de Huéspedes, es una casa tradicional, tiene de un atractivo paisajístico, con hermosos jardines, posee elementos culturales como los cultivos de café que la rodean, que la convierten en una experiencia de paisaje cultural cafetero. tiene capacidad para 16 huéspedes en 7 habitaciones, y dos de ellas con baño privado, cuenta con una piscina para el ocio de los turistas, está abierta todos los días, parqueadero privado gratuito y ofrecen servicio de alimentación desayuno, almuerzo, cena, de igual manera se ofrece venta de snacks, bebidas frías y calientes.

El ingreso - Check in para el alojamiento es de 1: 00 p.m. – 6: 00 p.m. y la salida 0
Check out de 08:00 a.m a 11:30 a.m



Figura 12 Habitación Casa de Huéspedes

Fuente: <http://www.haciendavenecia.com/hospitalidad/hostal/>

Hostal

El hostal antiguamente era un campamento tradicional de recolectores de café, remodelado y adecuado para prestar el servicio a los turistas Backpackers.

La capacidad instalada del hostel para la atención de turistas incluye 2 dormitorios con 8 camas orientado a backpackers, dos baños compartidos tanto hombres como para mujeres, cocina abierta y un mini mercado, en las áreas comunes se encuentra hamacas para el descanso y la relajación y disposición de esspresos todo el día. Los dormitorios constan de lockers privados para cada una de las camas. Espacio para camping y el servicio WIFI La estadía la complementa la vista de las plantaciones de café, hermosas aves y árboles frutales.

A pesar de que la investigación hace referencia a los tipos de alojamiento que posee la Hacienda en general, en el contexto arquitectónico, se enfocó en La Casa Principal, por ser ésta la estancia de mayor representatividad cultural cafetera por sus características. Claro está, sin desmeritar arquitectónicamente los demás alojamientos; de hecho estos han sido utilizados tanto para los trabajadores o recolectores como para el depósito del café, siendo de importancia en la producción del café en la historia de la hacienda.



Figura 13 Habitación del Hostel

Fuente: <http://www.haciendavenecia.com/hospitalidad/hostal/>



Figura 14 Imagen del Hostal con Turistas

Fuente: <http://www.haciendavenecia.com/hospitalidad/hostal/>

Dentro de los aspectos arquitectónicos y culturales de la casa principal se resaltan los siguientes, extraídos desde el instrumento Check list.

Tabla 1 Resultados del Check list de la Hacienda Venecia

Tipo de material de construcción	Mixta, con técnica de construcción en bahareque, de más de 100 de años, y actualmente con algunas reestructuraciones.
Cielo raso	En madera
Estructura de la cubierta	En madera y en guadua
Acabado de la vivienda	Teja de barro
Tipología (distribución de la vivienda)	L
Conservación de los usos de espacios dentro de la vivienda	Tradicional, con adecuaciones modernas que no perjudican su rescate cultural
Decoración y ambientación	Objetos antiguos, cultura popular, flores, arboles frutales,
Color de la vivienda	Rojo
Construcciones anexas como complemento paisajístico de la vivienda	Eldas, peladero, secadero.. referente al proceso del café.

De una manera general, es posible resaltar de Hacienda Venecia, aspectos que han logrado su crecimiento en el sector turístico de la región y que seguramente le seguirán aportando a su desarrollo futuro. Dentro de los cuales abarcamos; el enfoque de negocio que conlleva a ver y tratar el turismo como una unidad productiva profunda y no superficial, a esto, nos referimos a la claridad de sus procesos, como protocolos, creación de áreas de trabajo, establecimiento de roles, tiempos y demás que permiten un servicio de calidad. Con respecto al alojamiento, el segmento de mercado definido, ha permitido dirigir los tres lugares adecuadamente. También es de importancia resaltar que la estandarización y aspectos como limpieza y orden han sido un conjunto de variables que de la mano con la excelencia de su personal; permiten vivir, y experimentar la cultura cafetera.

Son miembros de Colombia hostels, siendo ésta la asociación que alberga a todos los hostales y albergues que tienen sus servicio orientado a los mochileros.

En el año 2013 la plataforma virtual TripAdvisor da un “Certificado de Excelencia” a la Hacienda Venecia por su compromiso de excelencia por el servicio de hospitalidad.

9.1.5 EXPERIENCIA CAFETERA - SERVICIOS

La finca ofrece adicional al hospedaje otros servicios como el tour por los cafetales, se ofrecen todos los días a las 9:30 a.m. son recorridos guiados donde muestran y explican todo el proceso del café, albergando temas de historia, cultura del territorio y variedades de café, el recorrido está diseñado por estaciones para presenciar el proceso de tosti3n, experimentar olores y sabores, caminar por los cultivos de café, conocer el beneficiadero y por ultimo visitar la casa principal como símbolo de arquitectura típica y vivencia de una autentica finca cafetera.

En este recorrido el turista podrá hondar en el origen del café, en la comercialización mundial, conocerá de especies, además del proceso de cultivo y cosecha, proceso de tostado, institucionalidad cafetera, símbolos del café como Juan Valdez, y sobre el

Paisaje Cultural Cafetero.

Los talleres de Café que ofrece la Hacienda se refieren al aprendizaje técnico de ésta bebida y preparaciones de la misma. Se dividen en taller sensorial (catación) y taller de preparaciones (barismo).



Figura 15 Corredor dentro de la casa Principal

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 16 Tour del Café

Fuente:

<https://www.facebook.com/haciendavenecia/photos/a.10150634872853600.397577.298295408599/10152244628483600/?type=3&theater>

En la finca se puede disfrutar de 6 diferentes rutas delimitadas, los turistas emprenden con su respectivo mapa y radio, estas rutas manejan diferentes niveles de dificultad, donde se aprecia la variedad de paisajes fauna y flora.

Para aprovechar la estadía en la hacienda, uno de los planes que ofrecen es el avistamiento de aves, donde el turista posee un autoguía. Siendo guías detalladas de la avifauna para la identificación e información de las éstas. Aproximadamente se pueden encontrar 120 especies de aves endémicas del eje cafetero, entre estos están el colibrí, carpinteros, grassquits, pinzones y el ave insignia de Caldas el Barranquillo.



Figura 17 Ave dentro del terreno de la Hacienda Venecia

Fuente: <http://www.haciendavenecia.com/hospitalidad/avistamiento-de-aves/>



Figura 18 Fauna dentro de la Hacienda Venecia

Fuente: <http://www.haciendavenecia.com/hospitalidad/avistamiento-de-aves/>



Figura 19 Recorrido alrededor de la Hacienda

Fuente: <http://www.haciendavenecia.com/hospitalidad/caminatas/>

En la parte gastronómica se ofrece comidas típicas del campo colombiano como lo son: ajiaco, sancocho y frijoles. Por esta razón las comidas que se ofrecen a los turistas no son a la carta, se basa en estos tres platos y en comidas caseras en las noches; esta estrategia de negocio les ha permitido minimizar costos y simplificar procesos.

En algunas ocasiones se han atendido eventos, pero generalmente no se busca ese mercado, pues no se cuenta con la logística y el personal capacitado para atender eventos; no obstante, se han tenido experiencias con eventos relacionados con el tema del café, como por ejemplo una reunión de Starbucks, de Nespresso, de Oma, o de la Federación de Cafeteros; pues resulta natural y más beneficioso hacer un evento de café en una finca cafetera, y adicionalmente para la finca es una fuente de conexiones y una oportunidad de negocio.

El negocio del café y el negocio del turismo se han mantenido como unidades de negocios separadas a pesar de que el turismo le ha aportado al proceso del café conexiones y oportunidades comerciales, como por ejemplo cuando el turista es un productor de café de Brasil, o un representante de casas comerciales de productos químicos, o un experto en aplicativos de celular con georeferenciación que podría diseñar un aplicativo para control de plagas georeferenciado en la finca, etc. El turismo ha permitido encadenar negocios y hacer puentes para el negocio del café; tal como lo demuestra el proyecto Rutas del Paisaje Cultural Cafetero, que es el nombre de la propuesta turística que aglutina a 400 empresarios en los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, y que ha logrado cautivar a visitantes nacionales y extranjeros y beneficiar a numerosas familias campesinas. El proyecto, que empezó a tomar forma en 2011 en el Quindío, ofrece a los visitantes 27 experiencias agrupadas en cuatro líneas de producto: degustación, deportes extremos, naturaleza y artesanías. Esta alternativa de negocio "ha hecho que los extranjeros pasaran de ser el 4 % del total de turistas que llegaban al Eje Cafetero años atrás al 10 % actual, principalmente procedentes de Estados Unidos, España, Ecuador, Venezuela y México." (Colombia.com, 2015). Cifras de Migración Colombia indican que 24.664 turistas visitaron el Eje Cafetero entre enero y septiembre de 2014.

El entrevistado, destaca la visión de negocio y la definición de su producto turístico al dimensionar el aspecto cultural integrado al producto turístico que ofrecen, y que les permite cautivar un sector definido del mercado, ya que desde un punto de vista conceptual, el turismo cultural vierte desde la cultura misma, cuyo que hacer articula,

de hecho, todos los aspectos de la vida cotidiana bajo múltiples facetas como el patrimonio, el idioma, las costumbres, las creaciones artísticas, las tradiciones, la comida, entre otros, y a ello hay que adicionar el viaje que, en sí mismo, adquiere como nunca una dimensión cultural a través de las distintas experiencias que los turistas viven a lo largo de la estancia en la Hacienda.

9.1.6 SEGMENTO DE MERCADO

Al inicio el negocio propendía por atender los viajeros denominados comúnmente backpackers, o “mochileros”, en español; son turistas cuyo perfil corresponde a viajeros con poco equipaje, un morral o una mochila, que viaja a poco costo, utilizando albergues y hostales sencillos, no son exigentes en la comodidad o el servicio, y la mayoría de las veces viajan sin tener un plan concreto de destino.

La experiencia y el conocimiento del turista les ha permitido definir tres tipos de negocio para tres tipos de clientes, logrando segmentar el mercado dentro de la misma infraestructura de la hacienda desde tres diferentes sitios y ambientes: El Hostal, que ofrece dormitorio, cocina abierta y un sitio común, dirigido a personas que representan el segmento de mercado de los turistas que pueden viajar por mucho tiempo con muy poco presupuesto por día, los llamados “mochileros”; La Casa de Huéspedes, donde se ofrecen habitaciones privadas y servicio de alimentación a un precio un poco más alto que el primero, dirigido a personas que representan el segmento de mercado de los turistas que poseen un presupuesto mayor y quieren más comodidad; y finalmente La Casa Principal, que atiende principalmente a viajeros con mayor ingreso, dispuestos a pagar un poco más, que pueden y gustan de disfrutar de mayores comodidades, pero siempre dentro de la cultura de la finca cafetera.

Han unido experiencia y aprendizaje, definen el conocimiento del turista como una parte fundamental para el desarrollo de las estrategias de negocio. Por esa razón han interpretado las necesidades y gustos de los turistas extranjeros en el tema del café, y se han encargado de incluir en el producto una experiencia cultural, educativa y

sensitiva, que abarca desde el proceso del café hasta la degustación de las comidas típicas.



Figura 20 Turista en el Hostal

Fuente: https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g652402-d1866085-Reviews-Hacienda_Venecia-Manizales_Caldas_Department.html

9.1.7 EQUIPO DE TRABAJO

En la medida de lo posible se da preferencia a contratar mano de obra local, se busca que las familias que laboran en el café, también participen en el negocio del turismo, de tal forma que los familiares de un trabajador, por ejemplo, laboren en la parte del negocio turístico. De esta forma toda la zona y las familias vecinas se benefician de esta empresa. El papel de estas empresas en el desarrollo local se evidencia entre otras formas a través de la generación de empleo, la Oficina de Estudios Económicos del Mincomercio, en su informe de turismo a diciembre del 2014, muestra que la industria turística tuvo un crecimiento importante en mano de obra ocupada; en el trimestre octubre – diciembre de 2014, la población ocupada en el país registró un aumento de 2,4% pasando de 21.758.000 de personas a 22.272.000, por su parte en comercio, hoteles y restaurantes, la población ocupada en el país registró un aumento

de 1,1% pasando de 5.995.000 de personas a 6.063.000. (Mincomercio, 2014).

En la actualidad la unidad de negocio del turismo cuenta con una planta de personal compuesta por 18 personas de tiempo completo, distribuidas en varios departamentos o áreas funcionales que atienden diferentes procesos de la empresa como mercadeo, operaciones, logística, contabilidad, experiencias, etc. Ha sido difícil mantener mano de obra dispuesta a trabajar los días en que la mayoría de la gente descansa, pues esa es la razón de ser de este tipo de negocio, y se dificulta para muchos entenderlo y no verlo como un sacrificio. Es muy importante para la empresa mantener el servicio incluso en días que en nuestro país son tradicionalmente festivos de descanso, como el 25 de diciembre o el 1 de enero.

9.1.8 FORTALEZAS EN EL NEGOCIO TURISTICO

Entre las fortalezas enumeradas se encuentran la experiencia previa en negocios de turismo, el conocimiento del mercado, la experiencia personal de varios años en varios países, la ubicación geográfica de la finca, ubicada dentro del PCC y a pocos minutos del casco urbano de Manizales con favorables vías de acceso, ya que el acceso ha sido determinante para mantener un volumen de la demanda adecuado para el negocio, lo que les ha permitido el crecimiento y la conformación de una empresa con una estructura apropiada para garantizar un óptimo funcionamiento y un mejor servicio al turista. Adicionalmente, el manejo del idioma inglés que ha sido una de las fortalezas más importantes para el desarrollo del negocio de turismo de esta empresa.

Es cierto, una fortaleza importante y necesaria hoy para el negocio del turismo es el manejo del segundo idioma, al respecto Alesón Carbonell, 2000, citado por Suau, (2012), afirma que el inglés para el turismo como lengua de especialidad, es un campo de investigación relativamente reciente si lo comparamos con otros de larga tradición como el inglés de los negocios, no obstante el inglés es el idioma de comunicación internacional mundialmente aceptado por excelencia. Graddol, (1997), citado por Saorin, (2003), presenta una lista de los doce campos principales internacionales en los que el inglés es la lengua predominante, entre estos doce campos el sexto puesto es

para el turismo internacional; de hecho, ya desde hace bastantes años, la lengua que prima dentro de la gran industria turística es el inglés.

9.1.9 RELACIONES INTERINSTITUCIONALES

En cuanto al apoyo institucional, el entrevistado afirma que ha sido poco, al inicio contaron durante un tiempo con una instructora del SENA, quien les aportó algunas pautas positivas y que fueron adoptadas por la empresa. En este sentido la gerencia no refleja una gestión adecuada para la búsqueda y aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el sector institucional a través de entidades como el Sena, Fontur y la academia. El Sena, por ejemplo, cuenta con el Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos, así como el Centro para la Biodiversidad y el Turismo, en los cuales no sólo se imparte formación sino que además se brinda asesoría al sector de la industria del Turismo en varios campos desde atención al cliente, gerencia del servicio, gastronomía, emprendimiento, entre otros. La posibilidad de aprovechar estas alternativas para la generación de apalacamientos en temas como conocimiento, mercados, financiación, puede propiciar el crecimiento y asegurar sostenibilidad del negocio a futuro. Adicionalmente Fontur financia proyectos de Competitividad y apoya la ejecución de la Política Pública para el Desarrollo del Turismo, la cual establece los ejes de actuación del programa ofreciendo asesoría técnica para la planificación de productos turísticos, competitividad, cultura turística, promoción y comercialización, alianzas estratégicas, y apoyo a la gestión para el acceso a mecanismos de financiación; oportunidades que no deben ser desaprovechadas por los empresarios del turismo.

El negocio del turismo se ha formado paralelamente al negocio del café de la finca, sin descuidar este último, no obstante, las crisis cafeteras han logrado afectar la inversión en turismo, y por esa razón solamente se reinvierten en el negocio las utilidades generadas por el turismo; esto ha limitado el crecimiento, pues se trata de no trasladar recursos del café al negocio del turismo, sino de mantener el café, y convertir el turismo en una segunda fuente de ingresos que permita mantener a flote toda la hacienda en

caso de una crisis en el mercado cafetero.

9.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINCA TÍO CONEJO

9.2.1 UBICACIÓN

La finca cafetera altos de Tío Conejo está ubicada en la Vereda Santa Rita, en el corregimiento El Manantial, vía a Neira; saliendo de la ciudad de Manizales se toma dicha vía, y se hace un alto en la estación de policía Alto Bonito, donde a mano derecha se encuentra el camino de acceso a la finca, para el ingreso es necesario un vehículo 4*4, por las condiciones de la carretera.

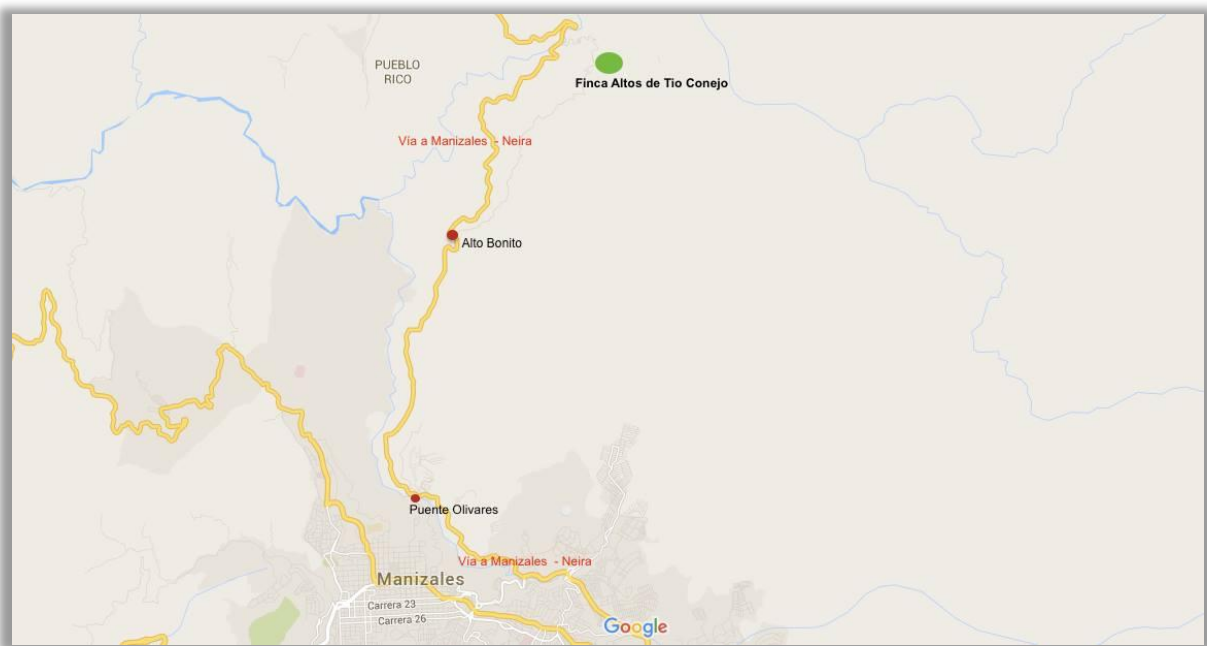


Figura 21 Mapa recorrido de Manizales hasta la Hacienda Altos Finca Tío Conejo

La Finca está sobre una altura de 1900 metros sobre el nivel del mar.



Figura 22 Trayecto Finca Altos de Tío Conejo

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo

9.2.2 INICIO -TRANSICIÓN

La Finca Tío Conejo es una empresa familiar que empieza en el 2010 con la compra de la finca para producción de café, y luego en el año 2012, y como resultado de la intención de sus propietarios de enseñar y compartir la experiencia del café, surge la idea del negocio turístico desde allí, más como un hecho incidental y una coincidencia, ya que algunas de las personas que visitaron la finca con esta primera intención de enseñar, compartieron su experiencia y esta información se propagó al punto de hacer necesaria una estrategia de los propietarios para atender la necesidad que sentían los visitantes de conocer más del café y de vivir una experiencia que incluyera entre otros, las caminatas, el contacto con el proceso del café, la alimentación e inclusive el alojamiento. Por esta razón la experiencia de Tío Conejo no ha sido planificada ni buscada, como sí ha sucedido en otras fincas cafeteras que tienen vocación turística.



Figura 23 Secado del café

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

La decisión de desarrollar el negocio del turismo se vio fuertemente influenciada por la inscripción en la lista de la declaratoria del Paisaje Cultural Cafetero por parte de la Unesco. Las precisiones que incluye tal documento respecto a la arquitectura implícita en el PCC, los llevó a considerar la conservación y restauración de las casas más antiguas de la finca, y que estaban a punto de venirse abajo.



Figura 24 Inicio del recorrido del Tour de Café

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

9.2.3 CAFÉ

La finca Altos de Tío Conejo produce un café de alta calidad, siendo éste, café Arábigo de las variedades, Caturra, Borbón, Típica y Castillo. El proceso de café lo realizan de manera cuidadosa, desde la siembra y producción hasta la promoción, comercialización y la exportación al mercado internacional.

El café se venden y se exporta en café verde, café tostado en grano y café tostado molido, de igual manera tienen una oferta de café instantáneo (polvo o granulado).



Figura 25 Presentación del empaque de Café

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 26 Siembra

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Los cafés especiales están regulados por la Asociación Americana de Cafés Especiales – Specialty Coffee Association of American - SCAA asociación internacional, siendo la Finca Altos de Tío Conejo, miembro de ésta, teniendo cierta preparación para determinar la calidad del café basado en su sabor, el café de Tío Conejo es de alta calidad por ello es tan competitivo en el mercado.

Una de las mayores características y que aun sigue vigente en la finca es la recolección del café, que se realiza manualmente, por campesinos que a través del tiempo sostienen la costumbre y su cultura.



Figura 27 Recolector de café

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 28 Café Alto de Tío Conejo – Café Caturra

Fuente: <http://www.cafetioconejo.com/ventas-cafeacutecoffee-sales---usa.html>

9.2.4 ALOJAMIENTO - ARQUITECTURA

El reto más grande en el proceso de transición de finca cafetera a la generación de valor como destino turístico, ha sido el esfuerzo en la conservación de la infraestructura de las viviendas tradicionales, las cuales por su antigüedad requieren de inversiones que en muchas ocasiones resultan más costosas que demoler y volver a construir una nueva vivienda. La decisión de reparar o cambiar parte de la vivienda, conservando la arquitectura tradicional puede ser 10 veces más costosa que efectuar la misma reparación con materiales modernos, que cumplen la misma función pero que no representan la cultura cafetera. Mantener el equilibrio entre la estética, la conservación, la funcionalidad y el presupuesto, ha sido una tarea complicada, sobre todo cuando no existe acompañamiento ni el apoyo financiero de alguna entidad.

La vivienda que presta el servicio de alojamiento posee tres habitaciones, con capacidad para 7 huéspedes, cuenta una con cocina dotada para la preparación de alimentos, un baño, está rodeada de naturaleza y jardines que ambientan el lugar, la casa está construida sobre una montaña teniendo una posición privilegiada permitiendo tener una vista estupenda del lugar la finca es denominada chela la abuela de la familia,

está en proceso de adecuación, pero tienen lo necesario para recibir cómodamente al turista.



Figura 29 Casa típica para el Alojamiento

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 30 Habitación

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 31 Una de las Habitación de la vivienda

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Dentro de los aspectos arquitectónicos y culturales de la vivienda preparada para prestar alojamiento rural, se resaltan los siguientes, extraídos desde el instrumento Check list:

Tabla 2 Resultados del Check List de la hacienda Altos de Tío Conejo

Tipo de material de construcción	Bahareque
Cielo raso	Esterilla
Estructura de la cubierta	Guadua
Acabado de la vivienda	Teja de barro
Tipología (distribución de la vivienda)	L
Conservación de los usos de espacios dentro de la vivienda	Tradicional. El manejo de los espacios es conformado por sillas de descanso en su corredor, por el lavadero a las afueras de la cocina y un baño ubicado en los

	costados de la vivienda.
Decoración y ambientación	Flores y árboles frutales, la casa se encuentra en proceso de remodelación y decoración.
Color de la vivienda	Rojo y blanco
Construcciones anexas como complemento paisajístico de la vivienda	Eldas, ubicada sobre una estructura habitacional, denominada casa elda y se le adiciono un balcón y un baño



Figura 32 Casa Típica

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 33 Mirador desde la vivienda

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 34 Implementos de Cocina de la vivienda

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

9.2.5 EXPERIENCIA CAFETERA - SERVICIOS

Adicional al alojamiento rural, Tío Conejo ofrece el servicio del tour y el proceso del café. El costo del tour es de \$70.000 por persona que incluye el transporte, dos snacks y el almuerzo. Cuando se presta el alojamiento, todo el paquete incluido adicionalmente la comida y el desayuno, tiene un valor de \$150.000 por persona. En cuanto al servicio de alimentación la finca ofrece una carta internacional, sin dejar de lado la comida tradicional de la zona cafetera. Así mismo han generado diferenciadores en el servicio de gastronomía, al ofrecer productos vegetales orgánicos, aprovechando la cercanía de una granja de orgánicos que les provee estos insumos.



Figura 35 Vista de Cultivos

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Uno de sus mayores valores agregados son las manifestaciones culturales que puede experimentar el turista, esto lo logran a partir del intercambio cultural entre el visitante y los empleados de la finca; propenden porque exista una fuerte comunicación,

interacción y el intercambio de ideas, que permite enriquecer ambas partes, tanto el turista que aprende y conoce cosas nuevas de la cultura cafetera, como las personas locales que a su vez también se enriquecen con esta experiencia. La experiencia con el turista la ven como una manera de aprender mutuamente, tanto el turista que viene y cuenta su historia, como ellos que comparten con los clientes sus vidas y los pequeños detalles del quehacer diario, a través de conversaciones y vivencias con los trabajadores, con las familias de campesinos y con los mismos propietarios.



Figura 36 Recorrido por los cafetales con los turistas

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.



Figura 37 Recorrido por los cafetales con los turistas

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Buscan que sus clientes entiendan que en Tío Conejo se brinda una experiencia diferente al turismo de playa. En el producto turístico que ofrecen buscan dar mayor importancia al respeto por el medio ambiente que a la comodidad, manteniendo la calidad del servicio, con esto se quiere que los clientes respeten la naturaleza y prefieran por ejemplo, caminar que andar sobre un caballo o en un vehículo.



Figura 38 Recorrido de Café con los turistas

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

9.2.6 RELACIONES INTERINSTITUCIONALES

No obstante los entrevistados precisan que no ha existido un apoyo efectivo y real desde la institucionalidad, principalmente en la parte crediticia para financiación de proyectos, pues si bien la declaratoria incluye aspectos amplios que precisan las particularidades del PCC, sostienen que no se han dado de forma paralela los instrumentos para que el Estado promueva y financie proyectos encaminados a fortalecer y mejorar las condiciones de las zonas incluidas en el PCC, de tal forma que se pudiera potencializar y aprovechar la declaratoria de la Unesco para el desarrollo de la industria turística. Hasta el momento sienten que están solos frente a una realidad promisoriosa pero que aparentemente no representa interés para el Estado más allá del logro de la obtención de la declaratoria; ni siquiera han podido acceder a Fontur, la entidad que maneja en nuestro país como su nombre lo dice, el manejo del fondo proveniente de los pagos de los prestadores de servicios turísticos. Frente a las anteriores afirmaciones es necesario precisar que el Estado ha aportado diez mil millones de pesos al PCC y que instituciones como FONTUR han apoyado con regularidad los proyectos e iniciativas presentadas (por ejemplo la última Convocatoria estuvo abierta hasta Junio 30 de 2015). Por tanto se puede interpretar como desinformación y desconocimiento el hecho de que una entidad como FONTUR, avala proyectos en pro del desarrollo de un territorio o de una región, no de impacto individual. Para ésta clase de intensiones es necesario aplicar a entidades como financieras que subsidien causas personales.

Adicionalmente, a partir de la declaratoria se diseñaron unas reglas de juego para poder hacer parte de la ruta del PCC, pero indican que en ellas existen algunas incoherencias que no encuadran con la realidad de la finca cafetera, y desplazan el concepto cultural hacia el concepto de la comodidad hotelera, dejando de lado la tradición y la cultura, por más que esta no parezca suficiente para brindar una experiencia placentera para el turista. Así por ejemplo, critican el hecho de que la norma contemple la exigencia de sábanas blancas en las camas, tipo hotel, cuando en realidad esto no encaja en la cultura cafetera que se quiere preservar. Es preciso recordar que la norma hotelera a la que se refieren los entrevistados, se creó como un

“Manual de Buenas Prácticas Turísticas” donde se establecen los requisitos y criterios indispensables con los que debe contar un prestador de servicios puntualmente, para este caso, en alojamiento. En este sentido vuelve y emerge como análisis la oposición a este aspecto puntual de la normativa, donde manifiestan que es posible vivir una experiencia de cultura cafetera con toda la comodidad hotelera al estilo tradicional, con sabanas diferentes a las blancas.

Es importante recordar que para un establecimiento de servicios es esencial, adherirse a los criterios de las normas, ya que por medio de estas el crecimiento y formalización se vuelve notorio, además de la generación de competitividad. Teniendo en cuenta las limitaciones con las cuales puede contar un alojamiento rural, es posible que en los inicios del negocio, este aspecto haga parte de esa vivencia de cultura cafetera, pero a medida que el establecimiento va creciendo es posible adoptar la normativa e impulsar una vivencia de cultura cafetera en otros aspectos con las condiciones de comodidad que deben regir el servicio.



Figura 39 Plantación de café

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Ven las perspectivas para el sector del turismo rural en Caldas como un buen momento que debe aprovechar la coyuntura de la declaratoria del PCC, pero les preocupa que no existan políticas públicas coherentes y acciones conjuntas desde la institucionalidad para apoyar este sector. Piensan que las instituciones que hacen algo, lo hacen de manera aislada y no alcanzan a lograr objetivos que impacten realmente a los empresarios, bien con acompañamiento o con financiación. Se deben crear sinergias entre éstas para garantizar que sus propósitos generen beneficios tangibles, que de manera aislada no se lograrían.

Se encuentran contradicciones en las respuestas de los entrevistados, quienes por una parte critican la norma y sus lineamientos por apartarse de lo que en esencia es la cultura cafetera y por otra realizan planteamientos como por ejemplo el que Para ellos la comodidad del alojamiento no tiene necesariamente que desligarse de la experiencia cultural, ni se opone. Aseguran que es precisamente una de sus fortalezas el que los turistas puedan dormir cómodamente en una buena cama, sobre buenas sábanas, a pesar de estar en una finca cafetera tradicional; una cosa no debe ser contraria o excluir a la otra. Así mismo opinan de los servicios sanitarios, los cuales deben ser los adecuados, aun cuando se quiera mostrar y ofrecer una estadía en una finca cafetera tradicional.

Los propietarios piensan que uno de los mayores obstáculos para el desarrollo del negocio ha sido la ausencia de apoyo estatal, la soledad del empresario del turismo rural en Caldas es muy grande. No se tiene asesoría ni acompañamiento para temas arquitectónicos, de decoración, de adecuación, de seguridad industrial, etc. Según ellos, este es uno de los mayores inconvenientes y la causa de que se tenga que hacer cada vez un esfuerzo mayor por su parte. Aseguran que han hecho todo solos, paso a paso, de manera paulatina, un proceso lento pero que ha asegurado el sostenimiento y la supervivencia del negocio, y adicionalmente, que la Hacienda Tío Conejo se haya ganado un puesto en el panorama turístico del departamento de Caldas.

9.2.7 FORTALEZA EN EL NEGOCIO

Una de las fortalezas más importantes del negocio radica en la atención personalizada de los mismos dueños. No han convertido el turismo en un negocio en términos de prácticas repetitivas y sistemáticas, siempre buscan acomodarse a las necesidades de los clientes, por lo que cada experiencia es distinta, tanto para el turista como para ellos en la prestación del servicio. La generación de un punto diferenciador, convierte a la finca en un negocio competitivo, sin olvidar que la calidad de los servicios se debe generar por medio de la estandarización de los mismos como por ejemplo la creación de protocolos los cuales sirvan de referentes para medir y calcular la satisfacción del cliente frente a los servicios que se prestan.



Figura 40 recorrido por las instalaciones

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

La ubicación de la vivienda, en medio de un cafetal, a 15 minutos de caminata desde donde los vehículos dejan los turistas, los propietarios no lo ven como una debilidad, sino que por el contrario lo ven como una fortaleza que los diferencia de otras fincas, y que genera un proceso de selección natural de los turistas que visitan el lugar,

definiendo un tipo de turismo con un nicho específico; y este es el tipo de turista al que ellos desean enfocar su negocio.

Otra fortaleza que identifican es el manejo del idioma. Aunque muchos turistas desean venir y probar su español y aprender más de él, es innegable que existen algunas cosas que el turista desea escuchar en su propio idioma, en este caso se refieren al inglés como segunda lengua.

La parte más difícil en la prestación del servicio de alojamiento rural ha sido poder contar con la logística necesaria para traer al turista hasta aquí; la ubicación, aunque no la consideran una debilidad, reconocen que ha implicado un esfuerzo mayor, diferente a si la vivienda estuviera ubicada sobre un costado de la carretera.

9.2.8 EQUIPO DE TRABAJO

Respecto al capital humano la finca aparentemente no cuenta con una estructura organizacional definida, existe cierta informalidad para la prestación del servicio. Así por ejemplo no hay una persona contratada que labore como guía, y cuando llega un turista cualquiera de la familia que esté disponible hace las veces de guía. Cuentan con el apoyo de una familia que se encarga del aseo, mantenimiento, cocina y otras labores de la casa principal.

9.2.9 SEGMENTO DE MERCADO

La comunicación con los clientes se establece principalmente a través de Internet, mediante su página web, por TripAdvisor, o por medio de un correo electrónico. A partir de allí se acuerda con el cliente el día, la hora de llegada, los servicios que requiere y todo lo demás relacionado con el servicio. Muchos de los clientes de turismo llegan inicialmente por el negocio del café. La mayoría de clientes que atiende Tío Conejo son personas que quieren aprender de la naturaleza, que prefieren caminar que desplazarse en un auto, que disfrutan del paisaje, de la vista de un pájaro, de un colibrí, del cielo, y valoran el intercambio cultural con la gente; lo definen como turistas con un

nivel de sensibilización diferente frente a estas cosas.



Figura 41 Recorrido por los cafetales

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

Según su experiencia para el turista el principal aspecto a valorar en cuanto al alojamiento es la comodidad, piensan que no es necesario sacrificar la comodidad por la tradición, y que ambas cosas no son necesariamente incompatibles, al menos en aspectos básicos como el agua caliente, una buena cama y sábanas limpias.



Figura 42 Sendero

Fuente: Caracterización de la Finca Cafetera Caldense que presta servicio de alojamiento rural, caso de estudio: Hacienda Venecia y Finca Tío Conejo.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1. CONCLUSIONES

Las observaciones realizadas en campo a través de las visitas a las fincas de estudio permitieron elaborar una panorámica de la realidad de la situación del sector del turismo rural del Paisaje Cultural Cafetero en Caldas. Desde la misma experiencia fue posible conocer el importante esfuerzo que realizan los empresarios para adelantar los proyectos de turismo rural, no obstante, los casos analizados se desarrollan paralelos a la actividad cafetera, por ser las fincas de vocación y tradición en la industria del café.

Para los empresarios, analizados en estos casos, el Estado ha generado una ausencia que ha sido reemplazada con su propio esfuerzo. Sin embargo las acciones del estado son claras y direccionadas a iniciativas que generen desarrollo colectivo, a comunidades o grupos organizadas; el papel del Estado, se refleja en promoción, comercialización, seguridad, infraestructura, entre otros.

La experiencia de campo también permitió identificar las características incluidas en el instrumento de chequeo que se desarrolló como parte de esta investigación y que está diseñado para evaluar en qué medida las fincas cafeteras de Caldas que prestan servicios de alojamiento rural cumplen con estos parámetros, los cuales incluyen aspectos arquitectónicos y socio-culturales, necesarios para circunscribirse dentro del conjunto de elementos representativos del concepto de Paisaje Cultural Cafetero, el cual abarca aspectos como vivienda, transporte, alimentación, vestido, mobiliario, paisaje, café, entre otros.

Del análisis de este instrumento se obtienen valiosas conclusiones: la primera que el alojamiento rural en fincas cafeteras de Caldas, casos Hacienda Venecia y FincaTío Conejo, no cumple totalmente con lo previsto a pesar de que ambas haciendas ofrecen al turista una experiencia de Paisaje Cultural Cafetero, con presencia de arquitectura, cultivos, procesos del café, gastronomía, y otros; existen deficiencias que deben ser

subsanaadas y que presionan a la creaci3n de valor agregado de las haciendas, a trav3s de estrategias como por ejemplo, el acercamiento a las entidades gubernamentales creadas para dar apoyo y acompa1amiento al sector, como Fontur, el Sena y el sector acad3mico, lo que puede significar mejoras en el servicio, innovaci3n en el producto, mayor productividad, gesti3n de las fuentes de financiaci3n, entre otros.

En el caso particular de la Hacienda Venecia los propietarios han hecho un esfuerzo importante por mantener y reforzar el ambiente y la tradici3n cultural en la zona del alojamiento, no obstante se han realizado obras de construcci3n y mejoramiento en las viviendas, se ha logrado conservar la arquitectura y el ambiente tradicional.

Los colores y el mobiliario en la Hacienda Venecia reflejan la cultura cafetera y se han preocupado por conservar la historia de m3s de 100 a1os de las viviendas. El turista que viene al PCC busca encontrar los elementos que de alguna manera le ense1en sobre esa cultura, y eso se logra en el alojamiento que ofrece la Hacienda Venecia. Aunque existen elementos modernos en la hacienda, se precisa que 3stos pueden coexistir con los elementos tradicionales, en este caso, por ejemplo, la necesaria afirmaci3n de la identidad cafetera se da con elementos que se encuentran en la misma finca pero que el visitante identifica inmediatamente como referente cultural del PCC.

En el caso de la finca Tío Conejo, el trabajo de campo inicialmente muestra que existe una debilidad en el aspecto de la presentaci3n visual del recinto, hay elementos que obstaculizan y no permiten el adecuado disfrute de la estancia. El ejercicio evidenci3 que el instrumento utilizado como lista de chequeo puede evaluar la existencia de elementos arquitect3nicos y socioculturales de las fincas cafeteras que prestan servicio de alojamiento en el PCC, pero no evalúa su estado, puesto que inicialmente la investigaci3n partía de la presunci3n de que para que una finca cafetera ofertara y prestara el servicio de alojamiento turístico debía como requisito m3nimo esencial poseer una infraestructura f3sica adecuada en t3rminos de conservaci3n, seguridad y est3tica; pero la experiencia de campo mostr3 una realidad diferente a la que se

esperaba en este sentido, lo cual a su vez constituye un hallazgo importante del estudio, en cuanto a que sugiere que las entidades que regulan, vigilan y agremian el sector, en alianza con los operadores y agentes, deben propender más por garantizar a los turistas seguridad y calidad en el producto turístico de alojamiento, ya que una situación en contrario puede significar un deterioro de la imagen del PCC.

Respecto a las entrevistas llevadas a cabo con los gerentes propietarios de los dos casos de estudio, se puede concluir lo siguiente: para los casos de estudio analizados en esta investigación, el papel que juega el Estado en el proceso de desarrollo y en la necesaria competitividad del sector del turismo rural, especialmente en el caso de las fincas cafeteras del PCC que brindan alojamiento rural, es un factor clave. Esto es más crítico en una región en la cual sus ingresos dependen en un porcentaje muy alto de la industria cafetera, la cual como es por todos conocido, se mueve de arriba abajo en intervalos no predecibles.

La situación de abandono se refleja en un débil acompañamiento estatal e institucional para las empresas de los casos de estudio analizados, y en la ausencia de apoyo financiero, representado como ellos afirman, en líneas de crédito blandas para inversión y mercadeo. La falta de recursos imposibilita la ejecución de proyectos y el mejoramiento y desarrollo de los existentes, como se pudo evidenciar en las afirmaciones de los entrevistados.

El alojamiento rural como todo negocio requiere inversión, pero a diferencia de otros sectores, estos son negocios que se crean al margen de la industria cafetera, y esto es en sí mismo es uno de los elementos necesarios para poderse incluir en el PCC, pues no es igual una hacienda con alojamiento rural en la región de los llanos orientales o en la costa atlántica, que una hacienda cafetera con alojamiento rural en el PCC; un diferenciador indispensable es su integración a la cultura del café, estar inmersa en ese ambiente, rodeada de cafetales, y provista de los elementos visuales que la articulan al paisaje cultural cafetero. Por ello estas empresas son de cierta forma extensiones de la industria cafetera, y dependen en algunos casos de ella para su financiación; no son

unidades de negocio independientes en su origen.

Otra conclusión que se deriva del análisis de las entrevistadas realizadas es que los casos de estudio, Hacienda Venecia y Hacienda Tío Conejo son empresas de tipo familiar, y la administración está a cargo de una persona de la familia o del grupo familiar. En este aspecto cabe resaltar que como organización empresarial es preferible una gerencia externa, ajena al grupo familiar, esto ha sido definido por diversos autores como un factor de éxito para las empresas familiares. Sin embargo, es necesario reconocer el valor agregado que representa para el producto turístico el conocimiento que el propietario tiene de la Hacienda, su historia y su entorno.

Respecto a las fortalezas y debilidades encontradas durante el estudio, se puede mencionar las siguientes conclusiones: el turismo en Colombia, pese a que la situación actual del proceso de paz con los grupos guerrilleros de izquierda ha mostrado un país aún vulnerable a la violencia y al terrorismo, se ha convertido en un renglón importante de la economía del país. Como industria el valor agregado más importante lo constituyen las divisas generadas por la afluencia de extranjeros al país. En este panorama la declaratoria del PCC por parte de la Unesco, generó una oportunidad comercial única para los departamentos del eje cafetero que tienen parte en el PCC, como es el caso de Caldas. El aprovechamiento de esta oportunidad depende en gran medida de la forma en que estén preparadas para esto las empresas de turismo rural que quieran beneficiarse de esta coyuntura, y uno de los aspectos que más influyen en lograr atraer y retener turistas indudablemente es el idioma. Por lo general el manejo de una segunda lengua como el inglés, es suficiente para lograr dar un valor agregado importante al servicio que prestan las fincas cafeteras de Caldas que ofrecen servicio de alojamiento rural y representan una fortaleza significativa para este negocio. Los casos de estudio evidencian esta afirmación, y permiten enunciar un referente para toda la industria.

Un punto que destaca en cuanto a fortalezas y debilidades es la importancia que posee para el turismo rural, y en especial para el alojamiento rural, una adecuada

infraestructura de comunicaciones. El caso de Tío Conejo, una hacienda con alojamiento rural que no cuenta con acceso carretable, y a la que se llega después de 15 minutos de caminata, es un caso excepcional, y a pesar de que sus propietarios se inclinan en no dar importancia a este tema, por cuanto consideran que esto permite seleccionar y perfilar sus clientes, es necesario tener en cuenta que una proporción importante de los turistas europeos, americanos y canadienses, la constituyen adultos mayores, pensionados con ingresos promedio altos, en una etapa de la vida que les permite viajar y conocer. Esta población difícilmente podrá ser atendida por una finca cafetera sin accesos viales, en las que el cliente deba caminar para llevar su propio equipaje.

Frente a esta problemática de vías y acceso, el departamento de Caldas ejecuta actualmente el Proyecto de mantenimiento y conservación de la red vial rural de los 17 municipios de Caldas que hacen parte del paisaje cultural cafetero, mediante un convenio de asociación entre la Gobernación de Caldas y el Comité de Caldas , el cual se firmó en noviembre de 2013 por un valor total de \$1.432,8 millones, de los cuales el SGR aporta \$1.331,4, \$26 millones la Gobernación de Caldas y el Comité de Caldas \$75,4 millones. El proyecto tiene como objetivo lograr la recuperación y mantenimiento de 180.5 km de vías terciarias en 17 municipios de Caldas que pertenecen al PCC declarado Patrimonio Mundial, con el fin de garantizar la conservación de las condiciones de transitabilidad de la vía. En la vigencia 2014 se realizó mantenimiento mecanizado a 167 Km en 16 municipios del Paisaje Cultural Cafetero, y manual a esta misma longitud con 32 Camineros. De continuar esta tendencia es de esperarse que las vías de acceso no representen un obstáculo al desarrollo de proyectos de turismo rural en Caldas.

Como alternativa de ingreso, el alojamiento rural es un proyecto posible y viable, que además permite al caficultor afrontar las bajas en los precios del café de manera relativa con un ingreso adicional, que en ocasiones puede ser significativo.

10.2. RECOMENDACIONES

Es importante que cuando el visitante llegue a estas fincas de alguna manera se pueda enseñar a través de una flayer, un plegable, o cualquier otra publicación los elementos culturales arquitectónicos que identifican nuestro PCC, de tal forma que el turista se integre de mejor manera con el paisaje y con el ambiente que le rodea al reconocerse dentro de nuestra cultura.

No obstante se aclara que el objetivo de la investigación no es evaluar el estado de los casos estudiados sino caracterizarlos, en este punto se hace referencia al instrumento de la lista de chequeo como herramienta para identificar el potencial de las fincas cafeteras para incursionar en el sector del turismo rural.

Es importante resaltar la iniciativa de los propietarios de estas fincas por utilizar el sector turístico como medio para emprender sus ideas de negocio, en las cuales sea posible la conservación y la sostenibilidad a través del tiempo de las viviendas cafeteras, muchas de las cuales cuentan con una antigüedad de más de 100 años, y para las cuales es necesario mantenimiento permanente siendo los factores tiempo y dinero lo que impide a otros empresarios mantener sus viviendas, que traídas al contexto turístico son las que cuentan la historia y representan la cultura.

Los empresarios del sector turístico y aun más del servicio de alojamiento rural deben fortalecerse constantemente, por medio de alianzas estratégicas con otras organizaciones como COTELCO, SENA, corporaciones, academia, y otros; de modo que frecuentemente amplíen sus conocimientos para aplicar a sus empresas y que puedan ser participes de las acciones a favor del sector que les pueda servir como beneficios.

En distintas ocasiones los empresarios del turismo ven las normativas como un obstáculo para su crecimiento como organizaciones, sin embargo es de gran importancia resaltar que las normas en el sector no se crean con ese fin, sino para

dirigir, orientar y ofrecer directrices que permitan estandarizar los servicios que lleguen a ser de calidad. Lo anterior va de la mano con una mentalidad colectiva encontrada actualmente en los empresarios empíricos, los cuales se refieren al turismo como una actividad no digna de estudio y profundización, lo que lleva a trabajar de manera individual dificultando la competitividad.

Pese a que es necesario reconocer el valor agregado que representa para el producto turístico el conocimiento que el propietario tiene de la finca, su historia y su entorno, y derivado de ello la administración familiar, es necesario que como empresa consideren los riesgos de la administración familiar que refieren algunos teóricos, en cuanto la capacidad del gerente, la debilidad en los sistemas de control y toma de decisiones; característicos de las empresas con dirección familiar. (Martínez, 2010)

Desde este punto de vista es recomendable que como política educativa y de acompañamiento, desde entidades como el SENA o la Universidad, se plantee la posibilidad de desarrollar capacitaciones dirigidas al sector del turismo rural en el manejo de una segunda lengua, con el fin de lograr mayor competitividad y constituirse en un destino atractivo para los turistas, en especial los extranjeros, de países desarrollados con un turismo maduro y con mayor capacidad de gasto.

Finalmente es recomendable que las fincas cafeteras que ofrecen el servicio de alojamiento rural generen un portafolio amplio de servicios, que les permita acoger un turismo diverso, cada vez más exigente, ávido de experiencia y aprendizaje, en el que la extensión del servicio determina el diferenciador y con ello direcciona la toma de decisiones del turista respecto a su destino.

BIBLIOGRAFÍA

- Besteiro, B (2006). El turismo rural de Galicia. Análisis y evolución en la última década. Cuadernos de turismo No. 017, pp 25-49, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801702>
- Combariza G. Aranda. (2009). Exploración de consumo de servicios de turismo rural de la Provincia del Tequendama en Cundinamarca, Colombia, a través de las agencias operadoras de turismo de Bogotá. *Agronomía Colombiana* 27(1), 121-128, 2009
- Fernández, F. (1989), "Introducción a la teoría y técnica del turismo"- Ed. Alianza Española. pp.23-25.
- Fuentes, A.(2009). El turismo rural en España: terminología y problemas De traducción. Universidad Pablo Olavide. Grupo de Investigación AVANTI. ENTRECULTURAS Número 1. ISSN: 1989-5097. Fecha de publicación: 27-03-2009
- Leiper, N. (1990). *Tourism Systems*. Massey University Department of Management Systems Occasional Paper 2, New Zealand. Auckland.
- Littrell, M.A. (1997) "Shopping experiences and marketing of culture to tourists". En M. Robinson, N. Evans y P. Callaghan (eds), *Tourism and Culture: Image, Identity and Marketing*, Centre for Travel and Tourism, University of Northumbria, pp. 107-120.
- Mangano, S. (2005). El turismo en los espacios naturales protegidos. Análisis de los objetos de consumo turístico y del comportamiento de los turistas en los parques naturales de Liguria. Tesis Doctoral. Universidad de Girona. ISBN: 978-84-690-4637-1
- Martínez Echezarrága, Jon. (2010). *Empresas Familiares: Resto al destino*. Buenos Aires: Ediciones Gránica S.A. 184 p.
- Méndez De La Muela, G. (2003) "La sociología del turismo como disciplina". En A. Rubio Gil (coord.), *Sociología del Turismo*, Editorial Ariel Turismo, pp. 43-82, Barcelona.
- MINCOMERCIO. Informe de Turismo de enero de 2012 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Bogotá.
- Morere Molinero, Nuria. Perello Oliver, Salvador. (2013). *turismo y territorioturismo culturalpatrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación EOI. 138 p.
- Muñoz de Escalona, F. (1992). *Turismo y Desarrollo*. Estudios Turísticos. No. 115. Madrid, p.19.

- Organización Mundial del Turismo-OMT. (1999). Guía para Administraciones Locales: desarrollo turístico sostenible: OMT. Madrid.
- Pauperio, J. (2010). Turismo: Fundamentos conceptuales, realidad y perspectivas. Tesis Doctoral. Universidad de Navarra. 2011. ISBN 84-8081-096-3
- Pearce, P. (1982). The Social Psychology of Tourist Behaviour. Pergamon Press, Ltd. Oxford.
- Ramírez, Renzo. Estudios e historiografía del café en Colombia, 1970-2008. Una revisión crítica Cuadernos de Desarrollo Rural, vol. 7, núm. 64, enero-junio, 2010, pp. 13-31 Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia
Disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11716992001>
- Sampieri, R; Fernández, C y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Mexico D.F: Mc graw-hill.
- SuauJiménez, Francisca. (2012). Uso metadiscursivo interpersonal en inglés y Español en Páginas web Institucionales de promoción turística. Universidad de Valencia, España.
- Norma Técnica Sectorial NTSH 008, alojamientos rurales, requisito de planta y servicios de 2006. Recuperado de
http://www.fontur.com.co/aymsite/aym_document/aym_normatividad/2006/NTSH_008.pdf
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2013) recuperado de
<https://www.mincomercio.gov.co/index.php>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2013). Estadísticas del turismo recuperado de <https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16590>
- Osorio, Néstor (2002). La crisis mundial del café: una amenaza al desarrollo sostenible. Comunicación a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible. OIC. Johannesburgo.
- Robledo, C. (2008). Imaginarios regionales Del eje cafetero de Colombia: Paisaje de paisajes. Tijuana México. Colegio de la Frontera Norte. Tesis presentada Para obtener el grado de Maestra en desarrollo regional
- Royo, M. Serarols, C. (2005). El Turismo Rural-Cultural: Un Modelo De Gestión Del Marketing Turístico A Nivel Local Basado En La Medida De La Imagen Del

Ramírez Bacca, Renzo. (2010) Estudios e historiografía del café en Colombia, 1970-2008. Una revisión crítica. En: Cuadernos de Desarrollo Rural, (Vol. 7, núm. 64, enero-junio), pp. 13-31. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia.

Yin, Robert. K. (1994) Case Study Research: Design and Methods (Applied Social Research Methods).

TABLA DE FIGURAS

Figura 1 Sistema de Parques Naturales de Colombia.....	21
Figura 2 Plan de Negocio del Turismo de Naturaleza.....	26
Figura 3 Mapa recorrido desde el centro de Manizales hasta la Hacienda Venecia.....	45
Figura 4 Mapa recorrido por la vía Panamericana hasta la Hacienda Venecia.....	45
Figura 6 Café Línea Institucional.....	48
Figura 5 Compañías de comercialización de la línea Institucional.....	47
Figura 7 Sachets.....	48
Figura 8 Café Línea Origen.....	49
Figura 9 Café Línea Dorada.....	49
Figura 10 Vista desde la Principal desde la entrada.....	51
Figura 11 Una de las Habitaciones de la Casa Principal.....	51
Figura 12 Habitación Casa de Huéspedes.....	52
Figura 13 Habitación del Hostal.....	53
Figura 14 Imagen del Hostal con Turistas.....	54
Figura 15 Corredor dentro de la casa Principal.....	56
Figura 16 Tour del Café.....	56
Figura 17 Ave dentro del terreno de la Hacienda Venecia.....	57
Figura 18 Fauna dentro de la Hacienda Venecia.....	58
Figura 19 Recorrido alrededor de la Hacienda.....	58
Figura 20 Turista en el Hostal.....	61
Figura 21 Mapa recorrido de Manizales hasta la Hacienda Altos Finca Tío Conejo.....	64
Figura 22 Trayecto Finca Altos de Tío Conejo.....	65
Figura 23 Secado del café.....	66
Figura 24 Inicio del recorrido del Tour de Café.....	67
Figura 26 Siembra.....	68
Figura 25 Presentación del empaque de Café.....	68
Figura 27 Recolector de café.....	69
Figura 28 Café Alto de Tío Conejo – Café Caturra.....	70
Figura 29 Casa típica para el Alojamiento.....	71
Figura 30 Habitación.....	71
Figura 31 Una de las Habitación de la vivienda.....	72
Figura 32 Casa Típica.....	73
Figura 34 Implementos de Cocina de la vivienda.....	74

Figura 33 Mirador desde la vivienda	74
Figura 35 Vista de Cultivos.....	75
Figura 36 Recorrido por los cafetales con los turistas	76
Figura 37 Recorrido por los cafetales con los turistas	77
Figura 38 Recorrido de Café con los turistas	77
Figura 39 Plantación de café.....	79
Figura 40 recorrido por las instalaciones	81
Figura 41 Recorrido por los cafetales.....	83
Figura 42 sendero	83

ANEXO A. CHECK LIST



VICERRECTORÍA ACADÉMICA
CENTRO INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN, PROYECCIÓN Y DESARROLLO
FACULTAD DE HUMANIDADES, CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA FINCA CAFETERA CALDENSE QUE PRESTA SERVICIO DE
ALOJAMIENTO RURAL: CASO ESTUDIO HACIENDA VENECIA Y FINCA TÍO CONEJO

INSTRUMENTO: CHECK LIST ARQUITECTURA DE LA VIVIENDA CAFETERA

COMPONENTE ARQUITECTONICO

1. Tipo de material de construcción:

- A. Bahareque
- B. Tapia
- C. Mixta
- D. Otro

Cuál? _____

Observaciones: _____

2. Cielo raso:

- A. Presente
Material
- B. Ausente

Observaciones: _____

3. Estructura del cubierta:

- A. Madera
- B. Guadua
- C. Otro

Cuál? _____

Observaciones: _____

4. Acabado de la vivienda:

- A. Teja de barro
- B. Otros

Cuál? _____

Observaciones: _____

5. Tipología (Distribución de la vivienda):

- A. L
- B. O
- C. U
- D. I

Observaciones: _____

COMPONENTE SOCIO-CULTURAL

6. Conservación de los usos de espacios dentro de la vivienda (habitaciones, cocina, corredor...):

- A. Tradicional
- B. Moderno

Observaciones: _____

7. Decoración y ambientación:

- A. Cuadros religiosos
- B. Objetos antiguos
- C. Cultura popular
- D. Flores
- E. Árboles frutales
- F. Otros

Cuál? _____

Observaciones: _____

8. Color de la vivienda:

- A. Rojo
- B. Verde
- C. Café
- D. Naranja
- E. Otros

Cuál? _____

Observaciones: _____

9. Construcciones anexas; como complemento paisajístico de la vivienda:

- A. Establos
- B. Granero
- C. Gallinero
- D. Deposito
- E. Eldas
- F. Peladero
- G. Otros

Cuál? _____

Observaciones: _____

ANEXO B. GUÍA DE ENTREVISTA



VICERRECTORÍA ACADÉMICA
CENTRO INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN, PROYECCIÓN Y DESARROLLO

INSTRUMENTO: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

1. Introducción:

Este instrumento es el medio elegido para esta investigación, el cual ofrece la posibilidad de recolectar información y datos, para conocer el origen, la historia de la hacienda, la oferta de servicios adicionales al alojamiento, y sobre todo la vivencia de cultura cafetera en la prestación de los servicios.

2. Presentación:

Buenos _____ somos (nombres) _____

Como parte de nuestro proyecto de grado de la carrera de Administración Turística de la Universidad Católica de Manizales, estamos realizando ésta investigación llamada “Caracterización de la finca cafetera Caldense que presta servicios de alojamiento rural dentro del PCC, siendo este un caso de estudio. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación. Agradecemos su colaboración.

3. Objetivos a los cuales le apuntan la entrevista:

Objetivos Específicos

- Indagar sobre los servicios que prestan las haciendas aparte del alojamiento
- Analizar si dentro del servicio prestado se brinda una experiencia de Cultura Cafetera

4. Formulación de preguntas

Datos del entrevistado (Nombre, Cargo y Función)

- TRANSICIÓN:

Cuéntenos de la hacienda desde sus orígenes (Cuánto hace que existe esta hacienda? Desde cuando pasó a ofrecer servicios turísticos?Cuál fue la razón o motivación de este cambio? Como fue la transición en el proceso de pasar de finca cafetera a alojamiento rural?)

- COMPLEMENTARIO

¿Cuáles son las fortalezas de haber hecho este cambio?

¿Cuáles son las debilidades que más resaltan en el proceso de transición y en la actualidad?)

- SERVICIO DE ALOJAMIENTO:

Cuál es la capacidad para la estancia en el lugar?

Cuántas habitaciones tiene la hacienda?

Cómo es la acomodación?

Cuáles son las tarifas? Qué incluyen?

- SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:

Adicional al alojamiento, ¿Cuentan con otros servicios?

¿Cuáles son esos servicios? ¿Cuál es su costo? ¿Duración? ¿Cuál es el límite de cambio aceptable?

¿Cuáles son las manifestaciones culturales que puede contemplar el turista en su estancia y en los demás servicios? (Difusión de la cultura local)

¿Promueven actividades turísticas que vivencien la herencia cultural cafetera? (literatura, poesía, ambientación musical, vestuarios, objetos, artesanías, pintura, fotografía, mitos y leyendas, entre otros)

¿Manejan servicios especiales?

- GASTRONOMÍA:

¿El servicio de gastronomía abarca lo típico en sabores, preparación, presentación y utilización de elementos para los platos?

- PREGUNTAS ADICIONALES:

Cómo está conformado el equipo de trabajo?

En la parte administrativa cómo manejan las temporadas bajas y altas?

Son funcionales las rutas de acceso, o cuentan con algún inconveniente?

Cómo establecen la comunicación con el cliente?

Qué medios usan para la promoción de los servicios? Cómo se hace el mercadeo, estrategias, responsables, frecuencia, cómo llegan al cliente?
Cuáles son sus planes a futuro para la hacienda?
Qué clases de clientes son los que los visitan?
Mayores dificultades en cuanto al servicio?
Cómo ven la evolución del turismo rural en el departamento?
La declaratoria del PCC es un reconocimiento que le aporta a la zona?
Adoptan procesos y servicios sostenibles en la hacienda?
Cuáles?

ANEXO C. CHECK LIST FINCA TÍO CONEJO



VICERRECTORÍA ACADÉMICA
CENTRO INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN, PROYECCIÓN Y DESARROLLO
FACULTAD DE HUMANIDADES, CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA FINCA CAFETERA CALDENSE QUE PRESTA SERVICIO DE
ALOJAMIENTO RURAL: CASO ESTUDIO HACIENDA TIO CONEJO

INSTRUMENTO: CHECK LIST ARQUITECTURA DE LA VIVIENDA CAFETERA

COMPONENTE ARQUITECTONICO

1. Tipo de material de construcción:

- A. Bahareque X
- B. Tapia

- C. Mixta
- D. Otro

Cuál? _____

Observaciones: EL BAHAREQUE ES SU TECNICA DE CONSTRUCCIÓN

2. Cielo raso:

- A. Presente X
Material ESTERILLA
- B. Ausente

Observaciones: CUENTA CON UNA PARTE SIN CIELO RAZO, SINO DESTAPADA.

3. Estructura del cubierta:

- A. Madera
- B. Guadua X
- C. Otro

Cuál? ? _____

Observaciones:

4. Acabado de la vivienda:

- A. Teja de barro X
- B. Otros

Cual? _____

Observaciones:

5. Tipología (Distribución de la vivienda):

- A. L X
- B. O
- C. U
- D. I

Observaciones:

COMPONENTE SOCIO-CULTURAL

6. Conservación de los usos de espacios dentro de la vivienda (habitaciones, cocina, corredor...):

- A. Tradicional X
- B. Moderno

Observaciones: LO TRADICIONAL SE REFIERE A QUE TIENE UBICADO EN SU CORREDOR UNAS SILLAS PARA QUE LAS PERSONAS DESCANSEN, ADEMÁS DE ELLO NO HAY NADA MAS ENTRE EL CORREDOR Y LAS HABITACIONES. ADICIONAL CUENTA CON EL LAVADERO JUNTO A LA COCINA EN LA PARTE EXTERIOR IGUAL QUE EL BAÑO.

7. Decoración y ambientación:

- A. Cuadros religiosos
- B. Objetos antiguos
- C. Cultura popular
- D. Flores X
- E. Arboles frutales X
- F. Otros

Cual? _____

Observaciones: LA CASA SE ENCUENTRA EN PROCESO DE DECORACIÓN Y REMODELACIÓN Y EN EL MOMENTO NO ES HABITADA, SOLO ES UTILIZADA PARA CUANDO LLEGAN TURISTAS A ALOJARSE.

8. Color de la vivienda:

- A. Rojo X
- B. Verde

- C. Café
- D. Naranja
- E. Otros

Cual? _____

Observaciones: SE ENCUENTRA COMBINADO ENTRE ROJO Y BLANCO

9. Construcciones anexas ;como complemento paisajístico de la vivienda:

- A. Establos
- B. Granero
- C. Gallinero
- D. Deposito
- E. deposito
- F. Eldas X
- G. Peladero
- E. Otros

Cual? _____

Observaciones: LA ELDA ESTA UBICADA SOMBRE UNA ESTRUCTURA HABITACIONAL DENOMINADA CASA ELDA Y SE LE ADICIONÓ UN BALCON Y UN BAÑO.

ANEXO D. CHECK LIST HACIENDA VENECIA



VICERRECTORÍA ACADÉMICA
CENTRO INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN, PROYECCIÓN Y DESARROLLO
FACULTAD DE HUMANIDADES, CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRACIÓN

CARACTERIZACIÓN DE LA FINCA CAFETERA CALDENSE QUE PRESTA SERVICIO DE ALOJAMIENTO RURAL: CASO ESTUDIO HACIENDA VENECIA Y FINCA TIO CONEJO

INSTRUMENTO: CHECK LIST ARQUITECTURA DE LA VIVIENDA CAFETERA

COMPONENTE ARQUITECTONICO

1. Tipo de material de construcción:

- A. Bahareque
- B. Tapia
- C. Mixta X
- D. Otro

Cuál? _____

Observaciones: SU TÉCNICA DE CONSTRUCCIÓN ES BAHAREQUE AUNQUE CON ALGUNAS MODERNIZACIONES Y REESTRUCTURACIONES LAS TRES CASAS CUENTAN CON APROXIMADAMENTE 100 AÑOS

2. Cielo raso:

- A. Presente X
Material
- B. Ausente

Observaciones: CIELO RASO PRESENTE EN LAS 3 Y ES DE MADERA O DE ESTERILLA

3. Estructura del cubierta:

- A. Madera X
- B. Guadua X
- C. Otro

Cuál? _____

Observaciones: EN LA CASA PRINCIPAL LA ESTRUCTURA ERA EN GUADUA Y CON

4. Acabado de la vivienda:

- A. Teja de barro X
- B. Otros

Cual? _____

Observaciones: UNA DE LAS VIVIENDAS NO CUENTA CON TEJA DE BARRO PERO LAS

DEMÁS SI.

5. Tipología (Distribución de la vivienda):

- A. L
- B. O X
- C. U
- D. I X

Observaciones:

COMPONENTE SOCIO-CULTURAL

6. Conservación de los usos de espacios dentro de la vivienda (habitaciones, cocina, corredor...):

- A. Tradicional X
- B. Moderno X

Observaciones: LAS 3 VIVIENDAS CUENTAN CON ESTA COMBINACIÓN, LA CASA PRINCIPAL CUENTA CON TODOS LOS ESPACIOS INVOLUCRADOS AUNQUE CON ALGUNOS TOQUES MODERNOS Y LAS DEMÁS SI TIENEN UNA ADAPTACIÓN CONTEMPORÁNEA.

7. Decoración y ambientación:

- A. Cuadros religiosos
- B. Objetos antiguos X
- C. Cultura popular X
- D. Flores X
- E. Arboles frutales X
- F. Otros

Cual? _____

Observaciones: TAMBIÉN CUENTA CON DECORACIÓN RELACIONADA AL CAFÉ DE LA HACIENDA. Y NO SOLO CUADROS U OBJETOS DE CULTURA POPULAR, SINO TAMBIÉN QUE EN OTRAS DE LAS VIVIENDAS LA DECORACIÓN ES MAS MODERNA , AJENA A LA CULTURA CAFETERA

8. Color de la vivienda:

- A. Rojo X
- B. Verde
- C. Café
- D. Naranja
- E. Otros

Cual? _____

Observaciones: LAS VIVIENDAS CAFETERAS DE HACIENDA VENECIA CUENTA CON COLOR ROJO Y BLANCO, Y DOS DE ELLAS SOLO BLANCO.

9. Construcciones anexas; como complemento paisajístico de la vivienda:

- A. Establos
- B. Granero
- C. Gallinero
- D. Deposito
- E. Eldas X
- F. Peladero X
- G. Otros X

Cual? _____

Observaciones: HACIENDA VENECIA ES UNA FINCA PRODUCTORA DE CAFÉ, Y CUENTA CON UN ESPACIO DESTINADO A TODO SU PROCESO, ES UN ESPACIO GRANDE COMO UNA INDUSTRIA.