

TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

Rutas del café

Corporación Universitaria Remington
Facultad de Ciencias Empresariales
Seminario Inteligencia Artificial: Estrategias para la Toma de Decisiones

Paula Andrea Giraldo Garcia
Mateo Arias Castaño
Ricardo Gomez De La Roche
Opción de Trabajo de grado: Seminario-Diplomado.
2026.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo en primer lugar a Dios, por brindarnos la fortaleza, la sabiduría y la oportunidad de culminar con éxito esta etapa de nuestra formación profesional.

A nuestras familias por su amor, apoyo incondicional, comprensión y motivación constante, quienes han sido un pilar fundamental para alcanzar cada una de nuestras metas.

También dedicamos este proyecto a todas las personas que de una u otra manera creyeron en nuestras capacidades y nos impulsaron a seguir adelante, recordándonos que el compromiso, el esfuerzo y la perseverancia son la base para lograr nuestros objetivos.

Agradecimientos

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a la Corporación Universitaria Remington por brindarnos los conocimientos, las herramientas y los espacios necesarios para nuestro crecimiento académico y profesional.

A nuestros docentes por compartir su experiencia, orientación y dedicación durante este proceso de formación especialmente a quien acompañó el desarrollo de este proyecto, por sus valiosas recomendaciones y apoyo constante.

A nuestras familias y seres queridos por su paciencia, comprensión y respaldo incondicional durante cada etapa de este proceso, siendo una fuente permanente de motivación para continuar.

Finalmente agradecemos a todas las personas que, de una u otra forma, aportaron al desarrollo de este trabajo con sus conocimientos, sugerencias y colaboración, permitiéndonos culminar este proyecto con satisfacción y aprendizaje.

Contenido

Resumen.....	5
Palabras clave.....	6
Pregunta orientadora de la búsqueda.....	7
Metodología de búsqueda de la información y uso de herramientas de inteligencia artificial.....	9
Sustentación teórica de la pregunta.....	11
1. El turismo y los cambios en las preferencias de los viajeros.....	11
1.1 El turismo en el Eje Cafetero.....	12
1.2 El Jeep como parte de la cultura cafetera	13
1.3 Las redes sociales como apoyo para dar a conocer nuestra empresa	14
1.4 El comportamiento de los turistas al momento de viajar.....	15
1.5 La experiencia del cliente como parte del servicio	16
2. Análisis del entorno de Rutas del Café	17
2.1 Análisis PESTEL.....	17
2.2 Matriz DOFA de Rutas del Café	19
2.3 Buyer Persona.....	21
2.4 Recorrido del cliente	23
2.5 Propuesta de valor	26
2.6 Segmentación del mercado.....	27
2.7 ¿Cómo daremos a conocer Rutas del Café?	29
2.8 Viabilidad financiera y operativa de Rutas del café.....	33
2.9 Componente legal y operativo.....	38
2.10 Alianzas estratégicas	41
2.11 Recorridos propuestos	42
Conclusiones	43
Referencias	44

Resumen

Este trabajo presenta la idea de negocio **Rutas del Café**, la cual nace con el propósito de ofrecer recorridos turísticos en Jeep por el Eje Cafetero, la idea surgió al observar que muchas personas ya no buscan únicamente un transporte para desplazarse, sino vivir una experiencia que les permita conocer la cultura, las tradiciones y los paisajes de la región.

Nuestro servicio está pensado para que cada recorrido se adapte a los intereses del turista, Por esto, las rutas podrán incluir visitas a fincas cafeteras, miradores, pueblos y otros lugares representativos del Eje Cafetero, además buscamos complementar la experiencia mediante alianzas con hoteles, restaurantes y otros establecimientos de la región.

Para desarrollar este proyecto analizamos el mercado, el comportamiento de los turistas y las tendencias actuales del sector. También planteamos estrategias de mercadeo, ventas y fidelización que nos permitan dar a conocer la empresa y llegar a más clientes a través de las redes sociales.

Con este trabajo buscamos demostrar que es posible ofrecer un servicio diferente, donde el recorrido haga parte de la experiencia del viaje y permita que los visitantes conozcan de una manera más cercana la cultura cafetera y todo lo que ofrece nuestra región.

Palabras clave

Turismo, innovación, redes sociales, eje cafetero, cultura cafetera.

Pregunta orientadora de la búsqueda

En los últimos años hemos observado que la forma de viajar ha cambiado, muchas personas ya no buscan únicamente conocer un lugar o tomar algunas fotografías; ahora también quieren aprender sobre la cultura, probar la gastronomía, visitar lugares tradicionales y vivir momentos que hagan su viaje más especial. Por esto el turismo ha empezado a ofrecer servicios que van más allá del transporte o del alojamiento.

En nuestro caso esta situación nos llevó a pensar en una idea que aprovechara una de las mayores fortalezas del Eje Cafetero: su cultura y sus paisajes, al analizar el comportamiento de los turistas, identificamos que muchas personas buscan conocer fincas cafeteras, miradores, pueblos y otros sitios representativos de la región, también encontramos que el Jeep hace parte de la historia del Eje Cafetero y sigue siendo uno de los símbolos más reconocidos por quienes visitan esta zona del país.

A partir de esto nació **Rutas del Café**, un servicio de recorridos turísticos en Jeep que busca ofrecer algo más que un traslado entre un lugar y otro, nuestra intención es que cada recorrido permita a los turistas conocer la historia, las tradiciones y la cultura cafetera, adaptando las rutas de acuerdo con los intereses de cada grupo o visitante.

Además, identificamos que las redes sociales se han convertido en una herramienta muy importante para las empresas de turismo, actualmente muchas personas consultan Instagram, Facebook, TikTok o Google antes de elegir un destino o contratar un servicio, las fotografías, los videos y las recomendaciones de otros viajeros influyen cada vez más en la decisión de compra. Por esto consideramos que estos medios también pueden ayudar a dar a conocer nuestra empresa y generar confianza en futuros clientes.

Con base en lo anterior surgió la siguiente pregunta:

¿De qué manera un servicio de recorridos turísticos en Jeep, apoyado en el uso de redes sociales, puede responder a las nuevas preferencias de los turistas que visitan el Eje Cafetero?

A través de este trabajo buscamos responder esta pregunta por medio de la consulta de información relacionada con el turismo, el marketing y el comportamiento de los turistas, con el fin de conocer cómo estas herramientas pueden aportar al crecimiento de una empresa como **Rutas del Café**.

Metodología de búsqueda de la información y uso de herramientas de inteligencia artificial

Para desarrollar este trabajo realizamos una búsqueda de información relacionada con el turismo, el marketing y el comportamiento de los turistas, nuestro propósito fue encontrar información que nos ayudara a responder la pregunta planteada y que al mismo tiempo estuviera relacionada con la idea de negocio de **Rutas del Café**.

La información se obtuvo por medio de artículos científicos, libros, documentos oficiales y páginas de entidades relacionadas con el turismo, también consultamos información sobre el turismo en el Eje Cafetero, el uso de las redes sociales en las empresas y las nuevas preferencias de las personas al momento de viajar.

Durante la búsqueda utilizamos palabras como turismo, turismo en el Eje Cafetero, redes sociales, marketing digital, experiencia del cliente, transporte turístico y comportamiento del consumidor, estas palabras nos permitieron encontrar información que aportó al desarrollo del trabajo y nos ayudó a comprender mejor el tema.

Las consultas se realizaron principalmente en Google Académico, SciELO y Redalyc, además de revisar información publicada por entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y ONU Turismo, procuramos seleccionar información reciente y de fuentes confiables para respaldar las ideas presentadas en este trabajo.

Para seleccionar la información tuvimos en cuenta que las fuentes estuvieran relacionadas con el turismo, el marketing, el comportamiento del consumidor y el uso de las redes sociales en empresas turísticas.

Igualmente procuramos consultar información reciente, principalmente publicada entre los años 2020 y 2025, además de documentos de entidades oficiales y autores reconocidos.

Una vez recopilada la información, revisamos los documentos que tenían mayor relación con nuestra idea de negocio y organizamos los temas de acuerdo con los aspectos que queríamos desarrollar en el trabajo, lo que nos permitió construir cada uno de los apartados de manera ordenada.

Finalmente organizamos la información encontrada y seleccionamos aquella que tenía mayor relación con nuestra idea de negocio, esto nos permitió construir la sustentación teórica y relacionar los conceptos encontrados con la propuesta de **Rutas del Café**.

Además, como parte de los requisitos del seminario utilizamos NotebookLM para generar las diapositivas de la presentación del proyecto. Para ello cargamos las fuentes de información que ya habíamos recopilado y le indicamos cómo queríamos que fuera la presentación, esto nos permitió obtener una primera versión de manera más rápida. Sin embargo, fue necesario revisarla y realizar algunos ajustes hasta obtener el resultado que esperábamos.

También utilizamos ChatGPT como apoyo para mejorar la redacción, apoyar la organización de algunos apartados del trabajo, estructurar matrices como el análisis PESTEL, la DOFA, el Buyer Persona y el recorrido del cliente, además de ayudarnos a plantear estrategias para la idea de negocio.

En todos los casos, la información fue revisada y adaptada por nosotros de acuerdo con los objetivos del proyecto.

Sustentación teórica de la pregunta

1. El turismo y los cambios en las preferencias de los viajeros

En los últimos años el turismo ha cambiado de manera importante, antes muchas personas viajaban únicamente para conocer un lugar o descansar durante unos días, sin embargo, hoy en día los turistas también buscan vivir experiencias diferentes que les permitan conocer la cultura, la gastronomía, las tradiciones y la historia de cada destino, por esto las empresas dedicadas al turismo han tenido que adaptar sus servicios para responder a esas nuevas preferencias.

Actualmente quienes viajan valoran aspectos como la atención recibida, la comodidad, la seguridad y la posibilidad de realizar actividades que hagan su viaje más interesante, además muchas personas prefieren recorridos más personalizados, donde puedan decidir qué lugares visitar y dedicar más tiempo a las actividades que realmente les llaman la atención.

En nuestro caso, este cambio representa una oportunidad para desarrollar una idea de negocio como **Rutas del Café**, durante el desarrollo de la idea identificamos que el Eje Cafetero ofrece mucho más que paisajes, también cuenta con una cultura reconocida, pueblos tradicionales, fincas cafeteras y lugares que despiertan el interés de turistas nacionales e internacionales, por esto consideramos que un recorrido en Jeep puede convertirse en una experiencia que permita conocer la región de una manera diferente.

Además, observamos que muchas personas valoran las experiencias que les permiten interactuar con las costumbres de cada lugar, en el caso del Eje Cafetero conocer el proceso del café, recorrer los cultivos, visitar miradores y compartir con personas de la región puede hacer que el viaje sea mucho más significativo para quienes lo realizan, esto demuestra que actualmente el turismo no solo consiste en trasladarse de un lugar a otro, sino también en crear recuerdos y vivir momentos que los visitantes puedan recordar y recomendar.

1.1 El turismo en el Eje Cafetero

El Eje Cafetero es una de las regiones más visitadas de Colombia gracias a la combinación de sus paisajes, su cultura y la tradición alrededor del café, cada año llegan turistas nacionales e internacionales interesados en conocer los pueblos, las fincas cafeteras, los miradores y otros lugares que hacen parte de la identidad de esta región.

Además de sus atractivos naturales, el Eje Cafetero ofrece actividades que permiten a los visitantes acercarse a la cultura cafetera, muchas personas desean conocer cómo se cultiva el café, participar en recorridos por las fincas, probar productos típicos y aprender sobre las costumbres de las familias que han dedicado su vida a esta actividad, todo esto hace que la región tenga una oferta turística muy amplia y atractiva.

Durante el desarrollo de este proyecto identificamos que muchos turistas buscan realizar varias actividades en un mismo viaje, sin embargo en algunas ocasiones no conocen bien la región o no cuentan con un medio de transporte que les permita recorrer diferentes lugares de manera cómoda, consideramos que ofrecer recorridos organizados puede facilitar la experiencia de quienes visitan el Eje Cafetero.

En nuestro caso **Rutas del Café** busca aprovechar esa oportunidad ofreciendo recorridos en Jeep que permitan conocer diferentes sitios de interés de acuerdo con las preferencias de cada cliente, de esta manera, el transporte deja de ser únicamente una necesidad para convertirse en una parte importante de la experiencia del viaje.

También creemos que trabajar de la mano con hoteles, fincas cafeteras y restaurantes puede aportar valor al servicio, estas alianzas permiten que los turistas encuentren diferentes

opciones en un mismo recorrido y que, al mismo tiempo, otros negocios de la región también se beneficien con la llegada de visitantes.

1.2 El Jeep como parte de la cultura cafetera

Cuando empezamos a desarrollar esta idea de negocio nos dimos cuenta de que el Jeep no representa únicamente un medio de transporte, en el Eje Cafetero hace parte de la historia de muchas familias y durante años ha sido utilizado para transportar café, alimentos y diferentes productos entre las fincas y los pueblos. Por esto hoy en día sigue siendo uno de los símbolos más representativos de la región.

Muchas personas que visitan el Eje Cafetero sienten curiosidad por conocer estos vehículos, ya que hacen parte de la identidad del territorio y todavía continúan siendo utilizados en diferentes actividades. Incluso, en algunos municipios se realizan eventos donde el Jeep es el protagonista, mostrando la importancia que ha tenido para el desarrollo de la región.

En nuestro caso consideramos que incluir el Jeep dentro de **Rutas del Café** permite ofrecer una experiencia diferente, no se trata únicamente de transportar turistas, sino de brindarles la oportunidad de conocer una parte de la historia cafetera mientras recorren diferentes lugares del Eje Cafetero, creemos que esto hace que el recorrido tenga un mayor significado para quienes nos visitan.

Además, el Jeep permite acceder a sitios donde otros vehículos tienen mayores dificultades para llegar, especialmente en algunas zonas rurales, esto facilita que los turistas puedan visitar fincas cafeteras, miradores y otros lugares que hacen parte de nuestras rutas, disfrutando al mismo tiempo de los paisajes característicos de la región.

Por esto consideramos que el Jeep no solo hace parte de nuestra imagen como empresa, sino también de la experiencia que queremos ofrecer, nuestro propósito es que cada recorrido permita a los turistas conocer un poco más sobre la cultura cafetera y comprender por qué este vehículo continúa siendo tan importante para el Eje Cafetero.

1.3 Las redes sociales como apoyo para dar a conocer nuestra empresa

Actualmente las redes sociales hacen parte de la vida diaria de muchas personas y también influyen en la manera en que planean sus viajes, antes de visitar un lugar, es común que los turistas busquen fotografías, vídeos, recomendaciones y opiniones de otras personas para decidir qué sitios conocer o qué servicios contratar.

Durante el desarrollo de este proyecto identificamos que plataformas como Instagram, Facebook y TikTok pueden convertirse en una herramienta importante para dar a conocer **Rutas del Café**. A través de ellas es posible mostrar los recorridos, los paisajes, las fincas cafeteras y las experiencias que viven los turistas, permitiendo que otras personas conozcan el servicio antes de realizar una reserva.

También consideramos que las redes sociales ayudan a generar confianza, cuando un cliente comparte fotografías o recomienda un recorrido, otras personas pueden sentirse más seguras al momento de contratar el servicio, de esta manera las experiencias de los mismos turistas se convierten en una forma de promocionar la empresa.

Además, estos medios permiten mantener una comunicación más cercana con los clientes, por ejemplo, es posible responder preguntas, enviar información sobre las rutas, confirmar reservas y publicar novedades de una manera rápida. Esto facilita el contacto con los turistas y mejora la atención antes, durante y después del recorrido.

En nuestro caso no buscamos utilizar las redes sociales únicamente para hacer publicidad. También queremos que sean un espacio donde las personas puedan conocer un poco más sobre la cultura cafetera, los lugares que hacen parte de nuestros recorridos y las experiencias que ofrece **Rutas del Café**, creemos que esto puede ayudar a que más personas se interesen en visitar el Eje Cafetero y vivir esta experiencia.

1.4 El comportamiento de los turistas al momento de viajar

Durante el desarrollo de este proyecto encontramos que la forma en que las personas organizan sus viajes ha cambiado en los últimos años, actualmente muchos turistas buscan información antes de escoger un destino o contratar un servicio, es común que comparen diferentes opciones, revisen recomendaciones y observen las experiencias que otras personas comparten en internet.

También identificamos que la mayoría de turistas no toma una decisión únicamente por el precio, aspectos como la atención, la seguridad, la comodidad y las actividades incluidas durante el recorrido también influyen al momento de elegir un servicio turístico, por esto consideramos importante ofrecer una experiencia que responda a esas necesidades y que permita a cada visitante disfrutar de su viaje.

Otro aspecto que llamó nuestra atención es que muchas personas prefieren recorridos que les permitan conocer la cultura y las costumbres del lugar que visitan, en el caso del Eje Cafetero, esto representa una oportunidad para mostrar la tradición cafetera, los paisajes y los sitios más representativos de la región a través de recorridos organizados en Jeep.

En nuestro caso buscamos que cada cliente pueda disfrutar un recorrido acorde con sus intereses, algunas personas prefieren visitar fincas cafeteras, mientras que otras desean conocer

miradores, pueblos o lugares donde puedan tomar fotografías y compartir su experiencia, por esto creemos que ofrecer diferentes opciones hace que el servicio sea más atractivo para quienes visitan la región.

Además consideramos que una buena experiencia puede generar recomendaciones entre familiares y amigos, cuando un turista queda satisfecho con el servicio recibido, es más probable que vuelva a visitar la región o recomiende el recorrido a otras personas, esto demuestra la importancia de brindar una atención cercana y de cuidar cada detalle durante el recorrido.

1.5 La experiencia del cliente como parte del servicio

Cuando hablamos de turismo no solo pensamos en el recorrido que realiza una persona, sino también en todo lo que vive antes, durante y después del viaje, desde el primer contacto con la empresa hasta el momento en que termina el recorrido, cada detalle puede influir en la percepción que el turista tenga del servicio.

Por esto consideramos que ofrecer una buena atención es tan importante como el recorrido mismo, responder las dudas de los clientes, brindar información clara, cumplir con los horarios y mantener una comunicación cercana son aspectos que ayudan a generar confianza y hacen que la experiencia sea mucho más agradable.

En **Rutas del Café** buscamos que los turistas se sientan bien atendidos desde el momento en que realizan la reserva, también queremos que durante el recorrido puedan disfrutar de los paisajes, conocer la cultura cafetera y visitar diferentes lugares de acuerdo con sus intereses, creemos que estos pequeños detalles hacen que la experiencia sea más completa y que las personas recuerden con agrado su visita al Eje Cafetero.

Al finalizar el recorrido también es importante conocer la opinión de los clientes, escuchar sus comentarios y sugerencias nos permite identificar aspectos por mejorar y seguir ofreciendo un servicio de calidad, además cuando una persona queda satisfecha con la experiencia, es más probable que comparta fotografías, recomiende el servicio y motive a otros turistas a vivir el mismo recorrido.

2. Análisis del entorno de Rutas del Café

2.1 Análisis PESTEL

Mientras desarrollamos nuestra idea de negocio nos dimos cuenta de que no era suficiente pensar únicamente en el servicio que queremos ofrecer, también era importante conocer qué situaciones pueden favorecer el proyecto y cuáles podrían representar una dificultad más adelante.

Por esto realizamos un análisis PESTEL, ya que nos permitió conocer diferentes aspectos que pueden influir en **Rutas del Café**, como el turismo, la economía, el uso de la tecnología, el cuidado del medio ambiente y algunos requisitos que debemos cumplir para prestar este tipo de servicio.

Factor	Análisis aplicado a Rutas del Café
Político	En Colombia existen leyes y programas que apoyan el turismo, lo que puede beneficiar ideas de negocio como Rutas del Café, sin embargo también debemos estar atentos a cualquier cambio en las normas relacionadas con el transporte turístico.

Económico	Aspectos como el precio del combustible, el mantenimiento de los Jeeps y la situación económica del país pueden influir en los costos del servicio. Además, cuando las personas reducen sus gastos, es posible que viajen menos.
Social	Cada vez son más las personas que buscan conocer la cultura y las tradiciones de los lugares que visitan, esto favorece nuestra idea, ya que queremos ofrecer recorridos donde los turistas puedan vivir de cerca la experiencia del Eje Cafetero.
Tecnológico	Hoy en día muchas personas buscan información y reservan servicios por internet, por esto, queremos aprovechar las redes sociales y herramientas como WhatsApp para dar a conocer nuestros recorridos y facilitar la comunicación con los clientes.
Ecológico / Ambiental	El Eje Cafetero es reconocido por sus paisajes y su riqueza natural, por eso consideramos importante cuidar estos espacios y promover recorridos responsables con el medio ambiente, para que los turistas disfruten de la región sin afectar su entorno.
Legal	Para prestar este servicio será necesario cumplir con los requisitos establecidos para las empresas de transporte turístico, como los permisos, seguros y demás documentos exigidos por la ley, esto nos permitirá ofrecer un servicio seguro y generar confianza en nuestros clientes.

Al revisar la matriz encontramos varias fortalezas que pueden ayudar al crecimiento de **Rutas del Café**, una de ellas es ofrecer recorridos personalizados que permiten a los turistas conocer diferentes lugares del Eje Cafetero, también creemos que trabajar con hoteles, restaurantes y fincas cafeteras puede hacer que el servicio sea mucho más completo.

Por otro lado, identificamos algunos aspectos que debemos tener presentes, como la competencia con otras empresas de turismo y los costos que implica mantener los vehículos en buen estado, conocer estos puntos nos ayuda a pensar mejor las decisiones que debemos tomar para que nuestra idea de negocio siga creciendo.

2.2 Matriz DOFA de Rutas del Café

Después de conocer un poco más sobre el turismo y todo lo que puede influir en nuestra idea de negocio, quisimos identificar qué aspectos juegan a nuestro favor y cuáles debemos mejorar, también buscamos reconocer las oportunidades que existen en el mercado y las situaciones que podrían convertirse en un reto para **Rutas del Café**.

Para organizar esta información realizamos la siguiente matriz DOFA, la cual nos permitió conocer mejor nuestra idea de negocio y entender qué debemos aprovechar y qué aspectos debemos tener presentes desde el inicio.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ofrecemos recorridos pensados según los gustos de cada turista.	Como somos una empresa nueva, al comienzo muchas personas todavía no conocerán nuestro servicio.

El Jeep hace parte de la historia y la cultura del Eje Cafetero, lo que hace que nuestros recorridos sean más llamativos.	En algunas épocas del año llegan menos turistas, por lo que también podrían disminuir las reservas.
Podemos adaptar los recorridos según lo que cada cliente quiera conocer.	Necesitamos una buena inversión para mantener los Jeeps, hacer publicidad y empezar a ofrecer el servicio.
Podemos trabajar con hoteles, fincas y restaurantes para ofrecer un servicio más completo.	Al principio tendremos pocos recorridos y poca experiencia prestando el servicio, por lo que tendremos que ir mejorando a medida que conozcamos las necesidades de los turistas.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Cada vez más personas quieren conocer la cultura y las tradiciones de los lugares que visitan.	Existen otras empresas de transporte y turismo que ofrecen recorridos parecidos.
Las redes sociales permiten que más personas conozcan nuestros recorridos y compartan sus experiencias.	El aumento en el precio del combustible y el mantenimiento de los vehículos puede aumentar nuestros gastos.
Podemos trabajar junto a hoteles, agencias de viajes y fincas cafeteras para llegar a	Si cambian las normas para prestar este servicio, tendremos que adaptarnos a esos

más turistas.	nuevos requisitos.
El Eje Cafetero sigue siendo uno de los destinos preferidos por muchas personas que quieren conocer esta región del país.	Situaciones como el mal clima o una disminución en el turismo pueden afectar la cantidad de reservas.

2.3 Buyer Persona

Durante el desarrollo de este proyecto también pensamos en el tipo de personas que podrían estar interesadas en nuestros recorridos, esto nos ayudó a entender mejor qué buscan los turistas cuando visitan el Eje Cafetero y cómo podemos ofrecer un servicio que responda a sus necesidades.

Para organizar esta información elaboramos un Buyer Persona, el cual representa el perfil de uno de los clientes que podría contratar los servicios de **Rutas del Café**, aunque no todas las personas son iguales, este ejercicio nos permitió tener una idea más clara de nuestro público y de la forma en que podemos llegar a él.

Nombre: Laura Gómez

Edad: 32 años

Ocupación: Coordinadora de marketing.

Estado civil: Vive con su pareja.

Lugar de residencia: Bogotá.

Ingresos mensuales: Entre 5 y 8 millones de pesos.

Perfil

Laura disfruta viajar cuando tiene vacaciones o fines de semana largos, le gusta conocer lugares nuevos, probar la comida típica y visitar sitios donde pueda aprender sobre la cultura de la región, prefiere recorridos tranquilos y bien organizados.

Comportamiento de compra

Antes de viajar busca información en internet, revisa fotografías, videos y comentarios de otras personas, también compara diferentes opciones antes de decidir qué servicio contratar.

Normalmente utiliza:

Instagram

TikTok

Google Maps

WhatsApp

Necesidades

Sentirse segura durante el recorrido.

Conocer lugares representativos del Eje Cafetero.

Tener un recorrido cómodo.

Contar con información clara antes de reservar

Disfrutar una experiencia diferente.

Lo que no le gusta

Recorridos muy rápidos.

Mala atención.

Que no se cumplan los horarios.

No saber qué incluye el servicio.

Que todos los recorridos sean iguales.

¿Por qué elegiría Rutas del Café?

Porque busca una forma diferente de conocer el Eje Cafetero, le gusta la idea de recorrer la región en Jeep, visitar fincas cafeteras, miradores y otros lugares mientras aprende un poco más sobre la cultura cafetera.

Al elaborar este Buyer Persona entendimos que muchos turistas buscan mucho más que un medio de transporte; además quieren conocer nuevos lugares, disfrutar los paisajes, aprender sobre la cultura cafetera y sentirse bien atendidos durante todo el recorrido.

Por esto, buscamos que **Rutas del Café** ofrezca un servicio que responda a esas expectativas y permita que cada visitante disfrute una experiencia agradable en el Eje Cafetero.

2.4 Recorrido del cliente

Después de conocer mejor a nuestro cliente ideal, también quisimos entender cómo sería su experiencia desde el momento en que conoce **Rutas del Café** hasta después de terminar el recorrido, esto nos ayudó a identificar qué espera el turista en cada etapa y cómo podemos ofrecer un mejor servicio durante todo el proceso.

Para organizar esta información elaboramos el siguiente recorrido del cliente, el cual muestra los momentos más importantes que vive una persona antes, durante y después de contratar nuestros servicios.

Etapas	¿Qué hace el cliente?	¿Qué piensa o siente?	¿Cómo tiene contacto con Rutas del Café?	¿Qué podemos hacer como empresa?

Conoce Rutas del Café	Empieza a buscar lugares para visitar durante su viaje al Eje Cafetero.	"Quiero conocer lugares bonitos y aprovechar bien mi viaje."	Redes sociales, recomendaciones de amigos, publicaciones en internet.	Compartir fotografías, videos y contenido que muestre nuestros recorridos.
Compara opciones	Revisa diferentes recorridos antes de decidir cuál contratar.	"Voy a mirar cuál recorrido me gusta más."	Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp y Google.	Responder dudas rápidamente y mostrar información clara sobre nuestros servicios.
Hace la reserva	Se comunica con la empresa para reservar el recorrido.	"Quiero que la reserva sea rápida y que me expliquen	WhatsApp, llamadas y redes sociales.	Brindar una atención amable, explicar los recorridos y

		todo claramente."		facilitar la reserva.
Disfruta el recorrido	Realiza el recorrido y visita los diferentes lugares programados.	"Espero conocer lugares bonitos, sentirme cómodo y disfrutar el recorrido."	Atención del conductor, recorrido y lugares visitados.	Cumplir con lo prometido, ofrecer un buen servicio y hacer que el recorrido sea agradable.
Comparte su experiencia	Publica fotografías, recomienda el servicio y comparte su opinión.	"Me gustó mucho el recorrido y lo recomendaría a otras personas."	Redes sociales, reseñas y recomendaciones.	Agradecer sus comentarios, responder sus opiniones y mantener el

				contacto con el cliente.
--	--	--	--	--------------------------

Al realizar este recorrido del cliente entendimos que cada etapa es importante para ofrecer un buen servicio, desde el momento en que una persona conoce **Rutas del café** hasta después de terminar el recorrido, buscamos que siempre se sienta bien atendida y tenga una buena experiencia.

También consideramos que cuando un turista queda satisfecho con el servicio es más probable que recomiende nuestros recorridos a otras personas, por ende, queremos cuidar cada detalle y mantener una buena comunicación antes, durante y después de cada recorrido.

2.5 Propuesta de valor

Después de conocer mejor las necesidades de los turistas, entendimos que muchas personas ya no buscan únicamente un transporte para desplazarse de un lugar a otro, también quieren conocer nuevos lugares, disfrutar los paisajes y aprender un poco más sobre la cultura de la región que visitan.

Por esto nació **Rutas del Café**, nuestro propósito es ofrecer recorridos en Jeep que permitan a los turistas conocer fincas cafeteras, miradores, pueblos y otros sitios representativos

del Eje Cafetero, además queremos que cada recorrido se adapte a los intereses de quienes nos visitan, para que cada persona pueda disfrutar el viaje a su manera.

También buscamos trabajar junto a hoteles, restaurantes y fincas cafeteras para ofrecer un servicio más completo, de esta manera los turistas podrán encontrar diferentes opciones durante su recorrido y aprovechar mejor el tiempo de su visita.

Consideramos que el Jeep también hace parte de nuestra propuesta de valor, ya que representa una parte importante de la historia y la cultura cafetera, creemos que recorrer el Eje Cafetero en este tipo de vehículo hace que la visita sea diferente y permita conocer la región de una forma más cercana.

En conclusión, buscamos ofrecer un servicio donde el recorrido haga parte de la experiencia y permita que los turistas disfruten el Eje Cafetero de una manera cómoda, segura y diferente.

2.6 Segmentación del mercado

Después de definir nuestra propuesta de valor, también pensamos en las personas a quienes queremos ofrecer nuestros recorridos, aunque cualquier turista puede visitar el Eje Cafetero, consideramos que nuestro servicio está dirigido principalmente a quienes desean conocer la región con tranquilidad y disfrutar cada lugar que visitan.

Nuestro público está conformado por turistas nacionales e internacionales, parejas, familias, grupos de amigos y personas que aprovechan sus vacaciones o fines de semana para viajar, son personas que disfrutan conocer nuevos lugares, probar la comida típica y aprender un poco más sobre la cultura cafetera.

También identificamos que muchas de estas personas buscan información antes de viajar, es común que revisen redes sociales, fotografías y comentarios de otros turistas para decidir qué lugares visitar o qué servicios contratar, por ello, queremos que **Rutas del Café** tenga una presencia activa en estos medios y sea una opción para quienes buscan recorrer el Eje Cafetero de una manera diferente.

Consideramos que conocer nuestro público nos ayudará a ofrecer un mejor servicio y a diseñar recorridos que respondan a las necesidades de quienes visitan la región.

Aspecto	Nuestro público
Ubicación	Turistas nacionales e internacionales que visitan el Eje Cafetero.
Edad	Adultos entre los 25 y 60 años aproximadamente.
¿Quiénes son?	Parejas, familias, grupos de amigos y personas que disfrutan viajar.
¿Qué buscan?	Conocer la cultura cafetera, los paisajes y los lugares más representativos de la región.
¿Cómo buscan información?	Principalmente por redes sociales, internet y recomendaciones de otras personas.

Al realizar esta segmentación entendimos que nuestro servicio está dirigido a personas que buscan mucho más que un transporte, también quieren conocer nuevos lugares, disfrutar la cultura cafetera y vivir un recorrido tranquilo durante su visita al Eje Cafetero, esto nos ayuda a pensar mejor nuestras rutas y la forma en que queremos atender a cada cliente.

2.7 ¿Cómo daremos a conocer Rutas del Café?

Después de definir nuestra propuesta de valor y conocer mejor el público al que queremos llegar, también pensamos en la forma en que queremos dar a conocer **Rutas del Café**, consideramos que ofrecer un buen servicio es muy importante, pero también creemos que las personas deben conocer nuestra empresa antes de tomar la decisión de contratar un recorrido.

Por esta razón, planteamos diferentes estrategias que nos permitan acercarnos a los turistas, mostrar nuestros recorridos y mantener una buena relación con nuestros clientes antes, durante y después del servicio.

2.7.1 Redes sociales

Actualmente muchas personas buscan información por internet antes de viajar, revisan fotografías, videos y recomendaciones para decidir qué lugares visitar y qué servicios contratar, por ello, queremos que las redes sociales sean uno de los principales medios para dar a conocer **Rutas del Café**.

A través de plataformas como Instagram, Facebook y TikTok queremos compartir fotografías de los recorridos, videos de los paisajes, recomendaciones para los turistas y experiencias de las personas que ya han realizado nuestros recorridos, también utilizaremos WhatsApp para responder dudas, brindar información y facilitar el proceso de reserva.

Consideramos que estos medios nos permitirán mantener una comunicación cercana con nuestros clientes y mostrar todo lo que ofrece el Eje Cafetero a quienes estén interesados en conocer esta región.

2.7.2 Nuestra imagen como empresa

También queremos que las personas identifiquen fácilmente a **Rutas del Café** y relacionen nuestra empresa con recorridos seguros, organizados y pensados para quienes desean conocer el Eje Cafetero, por esto, buscamos que nuestra imagen transmita confianza y refleje la cultura cafetera desde el primer contacto con los clientes.

Además del nombre y el logo, consideramos importante cuidar la forma en que presentamos la información, respondemos a los clientes y compartimos contenido en nuestras redes sociales, creemos que todos estos aspectos ayudan a generar una buena impresión y hacen que las personas recuerden nuestra empresa.

2.7.3 Marketing Mix

Elemento	Aplicación en Rutas del Café
Producto	Recorridos turísticos en Jeep por diferentes lugares del Eje Cafetero, adaptados a los intereses de cada cliente.

Precio	Tarifas acordes con el recorrido elegido y los servicios incluidos.
Plaza	Servicio ofrecido principalmente en el Eje Cafetero, con reservas por internet y atención directa al cliente.
Promoción	Uso de redes sociales, recomendaciones de clientes, alianzas con hoteles y publicación de contenido relacionado con los recorridos.

Al organizar nuestro Marketing Mix entendimos que cada uno de estos aspectos es importante para dar a conocer la empresa y ofrecer un servicio que responda a las necesidades de los turistas, consideramos que mantener un equilibrio entre el servicio, el precio, la forma de ofrecerlo y la promoción puede ayudar al crecimiento de **Rutas del Café**.

2.7.4 Canales de atención

Queremos que los turistas puedan comunicarse con nosotros de una manera rápida y sencilla, por esto utilizaremos diferentes canales de atención para resolver dudas, brindar información sobre los recorridos y facilitar las reservas.

Entre los principales canales estarán WhatsApp, Instagram, Facebook y llamadas telefónicas, también esperamos establecer alianzas con hoteles, fincas cafeteras y otros establecimientos que puedan recomendar nuestros servicios a los visitantes del Eje Cafetero.

2.7.5 Fidelización

Para nosotros la relación con el cliente no termina cuando finaliza el recorrido, también queremos conocer su opinión, agradecer su confianza y mantener el contacto para futuras visitas.

Consideramos que escuchar las recomendaciones de los turistas nos ayudará a mejorar nuestros recorridos y ofrecer un mejor servicio, además cuando una persona queda satisfecha con la experiencia, es más probable que recomiende **Rutas del Café** a familiares y amigos o que vuelva a contratar nuestros servicios en otra oportunidad.

2.7.6 Indicadores KPIs

Para conocer cómo avanza nuestra empresa también consideramos importante hacer seguimiento a algunos indicadores, esto nos permitirá identificar qué aspectos están funcionando bien y cuáles debemos mejorar con el paso del tiempo.

Indicador	¿Qué queremos medir?
Número de reservas	La cantidad de recorridos reservados cada mes.

Satisfacción de los clientes	La opinión de los turistas después del recorrido.
Seguidores en redes sociales	El crecimiento de nuestra comunidad en redes sociales.
Recomendaciones de clientes	La cantidad de personas que llegan por recomendación de otros turistas.

Estos indicadores nos ayudarán a conocer el crecimiento de **Rutas del Café** y a tomar decisiones para mejorar nuestros recorridos y la atención a los clientes, consideramos que revisar esta información de manera periódica permitirá identificar oportunidades de mejora y seguir ofreciendo un servicio de buena calidad.

2.8 Viabilidad financiera y operativa de Rutas del café

Además de analizar el mercado y las necesidades de los turistas, también quisimos conocer qué se necesita para poner en marcha **Rutas del Café**, por esto realizamos un análisis donde identificamos los recursos con los que ya contamos, los gastos que debemos tener en cuenta y algunos aspectos importantes para prestar el servicio.

Una de las principales ventajas de nuestro proyecto es que los tres vehículos tipo Jeep que utilizaremos para los recorridos ya son propiedad de uno de los integrantes del equipo, por ello no será necesario invertir en la compra de los vehículos, esto nos permite enfocarnos en otros gastos importantes como la publicidad, la capacitación, los permisos y todo lo necesario para comenzar a ofrecer nuestros recorridos.

A continuación, presentamos la información relacionada con los activos disponibles, la inversión inicial y los costos que consideramos necesarios para el funcionamiento de **Rutas del Café**.

2.8.1 Activos disponibles

Antes de calcular la inversión inicial, quisimos identificar los recursos con los que ya contamos para poner en marcha **Rutas del Café**, esto nos permitió conocer qué elementos hacen parte del proyecto desde el inicio y cuáles será necesario adquirir para comenzar a prestar el servicio.

Activo	Cantidad	Observación
Jeep	3	Son propiedad de uno de los integrantes del proyecto y serán utilizados para realizar los recorridos turísticos.

2.8.2 Inversión inicial

Aunque contamos con los vehículos para iniciar el proyecto, identificamos algunos elementos y gastos que serán necesarios antes de comenzar a prestar el servicio, estos permitirán ofrecer una mejor experiencia a los turistas y facilitarán el funcionamiento de **Rutas del Café** desde el inicio.

Concepto	Cantidad	Valor aproximado
----------	----------	------------------

Uniformes (camisa tipo polo y gorra)	3	\$450.000
Botiquín de primeros auxilios para cada vehículo	3	\$300.000
Extintores y elementos básicos de seguridad	3	\$240.000
Kit de carretera	3	\$180.000
Estrategia de lanzamiento en redes sociales	1	\$600.000
Papelería, contratos y formatos de registro de pasajeros	1	\$200.000
Capacitación en atención al cliente, primeros auxilios y guía turística	3 personas	\$900.000
Total aproximado		\$2.870.000

Como se puede observar la inversión inicial del proyecto no es muy alta, ya que los vehículos necesarios para prestar el servicio ya hacen parte de los activos disponibles, por esta razón los principales gastos están relacionados con la preparación del servicio, la publicidad y los elementos necesarios para comenzar a operar.

2.8.3 Costos fijos

Para prestar el servicio también es necesario tener en cuenta algunos gastos que se presentarán cada mes, independientemente de la cantidad de recorridos que se realicen, estos son necesarios para que **Rutas del Café** pueda prestar un buen servicio a los turistas y mantener los vehículos en buenas condiciones.

Concepto	Valor mensual aproximado
Publicidad y administración de redes sociales	\$300.000

Plan de celular	\$80.000
Seguro de los vehículos (promedio mensual)	\$450.000
Mantenimiento preventivo (promedio mensual)	\$600.000
Reserva para imprevistos	\$300.000
Total mensual	\$1.730.000

Como se puede observar, la mayor parte de los costos fijos están relacionados con el mantenimiento de los vehículos y la publicidad, ya que consideramos importante mantener los Jeep en buenas condiciones y dar a conocer **Rutas del Café** por medio de las redes sociales para llegar a más turistas.

2.8.4 Costos variables

Para cada recorrido también se generan algunos gastos que dependen de la cantidad de salidas que se realicen, estos pueden variar según la ruta, la distancia recorrida y el número de turistas que participen en la experiencia, por esta razón se presentan los costos aproximados que se tendrían en cuenta para cada recorrido.

Concepto	Valor aproximado
Combustible ACPM	\$80.000
Lavado del vehículo	\$35.000
Hidratación para los turistas	\$16.000
Ahorro para mantenimiento del vehículo	\$30.000
Imprevistos	\$20.000
Total aproximado por recorrido	\$181.000

El valor del combustible se calculó teniendo en cuenta el consumo promedio del Jeep con motor NKR 2.800 diésel, el cual utiliza aproximadamente un tanque de ACPM con un costo cercano a los \$160.000, este valor puede variar dependiendo de la ruta seleccionada y la distancia recorrida, por esta razón se tomó un costo promedio por recorrido para realizar el análisis financiero del proyecto.

2.8.5 Precio del servicio

Para definir el precio del servicio tuvimos en cuenta los costos que implica realizar cada recorrido, la capacidad del vehículo, el tiempo de duración de la experiencia y el valor que actualmente tienen recorridos turísticos similares en el Eje Cafetero, nuestro propósito fue establecer un precio que fuera competitivo para los turistas y que al mismo tiempo permitiera cubrir los costos del proyecto.

Concepto	Valor
Capacidad por Jeep	8 turistas
Precio sugerido por turista	\$120.000
Ingreso bruto por recorrido	\$960.000

Teniendo en cuenta la capacidad de ocho turistas por recorrido, el ingreso aproximado por cada salida sería de \$960.000, este valor permitirá cubrir los costos del recorrido y generar un margen que contribuya al sostenimiento del proyecto, además podrá ajustarse dependiendo de la ruta seleccionada, la temporada del año o los servicios adicionales que se incluyan.

2.8.6 Proyección de ingresos

Para realizar esta proyección tuvimos en cuenta la cantidad de Jeep disponibles, la capacidad de cada vehículo y el precio establecido para cada turista, con esta información calculamos los ingresos aproximados que podría generar **Rutas del Café** durante un mes.

Concepto	Valor
Jeeps disponibles	3
Recorridos por jeep al mes	4
Total de recorridos al mes	12
Turistas por recorrido	8
Precio por turista	\$120.000
Ingreso bruto mensual aproximado	\$11.520.000

Con esta información podemos tener una idea de los ingresos que podría generar **Rutas del Café**, teniendo en cuenta la capacidad de los tres Jeep y el precio establecido para cada turista.

2.8.7 Análisis financiero

De acuerdo con la información presentada, consideramos que **Rutas del Café** es un proyecto que puede ponerse en marcha, ya que contamos con los vehículos necesarios para prestar el servicio, lo que disminuye la inversión inicial, además los costos de operación son acordes con la actividad que queremos desarrollar y la proyección de ingresos muestra que el proyecto puede ser una buena alternativa de negocio si logra posicionarse y atraer turistas interesados en conocer el Eje Cafetero.

2.9 Componente legal y operativo

Para prestar un servicio turístico no basta con contar con los vehículos y planear los recorridos, también es necesario cumplir algunos requisitos que permitan ofrecer un servicio

seguro y organizado para los turistas, por esta razón identificamos los principales aspectos legales y operativos que **Rutas del Café** deberá tener en cuenta para iniciar su funcionamiento.

2.9.1 Requisitos para prestar el servicio

Para comenzar a prestar el servicio, **Rutas del Café** deberá cumplir algunos requisitos que son importantes para funcionar de manera organizada, estos ayudarán a que los turistas tengan mayor confianza y permitirán ofrecer un servicio más seguro.

Requisito	¿Para qué sirve?
Cámara de comercio	Permite registrar el emprendimiento y comenzar a prestar el servicio de manera organizada.
RUT	Permite realizar la actividad económica y cumplir con los requisitos necesarios para el funcionamiento del proyecto.
Registro Nacional de Turismo (RNT)	Es uno de los requisitos para prestar servicios turísticos en Colombia.
SOAT vigente	Brinda protección en caso de que ocurra un accidente de tránsito.
Revisión técnico-mecánica	Ayuda a garantizar que los vehículos se encuentren en buenas condiciones.
Seguro de responsabilidad civil	Ofrece mayor tranquilidad tanto para los turistas como para el proyecto.

Consideramos que cumplir con estos requisitos ayudará a que **Rutas del Café** pueda ofrecer un mejor servicio, además generará mayor confianza en los turistas y demostrará el compromiso del proyecto con la seguridad y el buen funcionamiento.

2.9.2 Documentación y seguridad de los vehículos

Además de cumplir con los requisitos para iniciar el proyecto, también es importante que los vehículos se encuentren en buenas condiciones, por esto consideramos necesario realizar mantenimientos periódicos y verificar que toda la documentación se encuentre al día antes de prestar el servicio.

Documento o elemento	Importancia
SOAT vigente	Permite contar con la cobertura obligatoria en caso de un accidente.
Revisión técnico-mecánica	Ayuda a verificar que los vehículos estén en buenas condiciones.
Extintor	Hace parte de los elementos básicos de seguridad del vehículo.
Botiquín	Permite atender una emergencia mientras llega ayuda si es necesario.
Kit de carretera	Es un elemento obligatorio para los vehículos.

Consideramos importante revisar estos elementos antes de cada recorrido, ya que pueden brindar mayor seguridad tanto para los turistas como para quienes prestarán el servicio.

2.9.3 Atención a los turistas

Como los recorridos serán realizados por los integrantes del proyecto, además consideramos importante capacitarnos en atención al cliente, primeros auxilios y turismo, esto nos permitirá ofrecer un mejor servicio y brindar una buena experiencia a los turistas desde el primer contacto hasta el final del recorrido.

Además de conocer las rutas del Eje Cafetero, consideramos importante atender a los turistas con respeto, resolver sus dudas, brindar información sobre los lugares visitados y procurar que cada recorrido sea una experiencia agradable.

2.10 Alianzas estratégicas

Para nosotros también es importante trabajar junto a otras empresas y lugares turísticos del Eje Cafetero, ya que esto puede ayudar a que más personas conozcan **Rutas del Café** y al mismo tiempo ofrecer recorridos más completos para los turistas.

Aliado estratégico	¿Cómo aportaría al proyecto?
Parque del Café	Dar a conocer nuestros recorridos y recomendar el servicio a los turistas que visiten el parque.
PANACA	Ofrecer otra opción para quienes quieran conocer diferentes lugares del Eje Cafetero.
Recuca	Incluir una experiencia relacionada con la cultura cafetera dentro de algunos recorridos.
Hacienda Venecia	Visitar una finca cafetera y conocer el proceso del café.
Café San Alberto	

	Conocer uno de los cafés más reconocidos de la región.
Hoteles	Recomendar nuestros recorridos a las personas que se hospeden allí.
Restaurantes	Ofrecer a los turistas lugares para almorzar durante el recorrido.

Consideramos que trabajar junto a estos lugares puede ayudar a que **Rutas del Café** sea más conocida y ofrecer a los turistas diferentes opciones para disfrutar de la región durante cada recorrido.

2.11 Recorridos propuestos

Rutas del Café busca ofrecer recorridos donde los turistas puedan conocer diferentes lugares del Eje Cafetero, disfrutar de su cultura, sus paisajes y vivir una experiencia diferente, por esta razón planteamos algunos recorridos que podrán adaptarse de acuerdo con los intereses de cada grupo.

Recorrido	Lugares incluidos
Recorrido cafetero	Salento, Valle del Cocora, finca cafetera y Filandia.
Recorrido familiar	Parque del Café, almuerzo y recorrido por Armenia.
Recorrido de naturaleza	Termales de Santa Rosa, miradores y recorrido por Villamaría.

Recorrido personalizado	Se organizará de acuerdo con los lugares que deseen visitar los turistas.
-------------------------	---

Estos recorridos son una propuesta para iniciar el proyecto y podrán cambiar dependiendo de las preferencias de los turistas, el tiempo disponible y los lugares que deseen conocer durante su visita al Eje Cafetero.

Conclusiones

Durante el desarrollo de este trabajo entendimos que el turismo ha cambiado y que muchas personas ya no buscan únicamente un medio de transporte para desplazarse, también

quieren conocer la cultura, los paisajes y las tradiciones del lugar que visitan. Esto nos permitió comprender que una idea como **Rutas del Café** puede responder a esas necesidades ofreciendo recorridos que permitan a los turistas conocer el Eje Cafetero de una manera diferente.

La investigación y el desarrollo de este proyecto nos permitieron comprender que una idea de negocio necesita mucho más que una buena propuesta, también requiere planificación, conocer los recursos disponibles, identificar los costos, analizar la viabilidad del proyecto y establecer alianzas que ayuden a fortalecer el servicio que se quiere ofrecer.

También comprendimos que las redes sociales y el trabajo conjunto con hoteles, parques temáticos, fincas cafeteras y otros lugares turísticos pueden ayudar a que más personas conozcan **Rutas del Café**, además permiten ofrecer recorridos más completos y dar a conocer diferentes lugares del Eje Cafetero.

Finalmente, este trabajo nos permitió entender que crear una empresa requiere organización, planeación y compromiso. Además de ofrecer un buen servicio también es importante conocer los costos, analizar los recursos con los que se cuenta y pensar en cada detalle antes de iniciar un proyecto. Todo este proceso nos permitió concluir que **Rutas del Café** tiene una idea de negocio con buenas posibilidades de crecimiento y que puede convertirse en una alternativa para promover el turismo en el Eje Cafetero.

Referencias

Aaker, D. A. (2014). *Aaker on branding*. Morgan James Publishing.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2024). *Cuenta Satélite de Turismo*.

<https://www.dane.gov.co/>

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2023). *Cultura Cafetera Colombiana*.

<https://federaciondecafeteros.org/>

FONTUR. (2024). *Quiénes somos*. <https://fontur.com.co/>

Google. (2025). *NotebookLM*. <https://notebooklm.google/>

Kotler, P. (2016). *Dirección de marketing*. Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Fundamentos de marketing* (15.^a ed.). Pearson.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2024). *Registro Nacional de Turismo*.

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/registro-nacional-de-turismo>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2024). *Turismo en Colombia*.

<https://www.mincit.gov.co/>

ONU Turismo. (2024). *Barómetro del Turismo Mundial*. <https://www.unwto.org/>

OpenAI. (2025). *ChatGPT*. <https://chatgpt.com/>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Deusto.

Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2023). *Parque Nacional Natural Los Nevados*.

<https://www.parquesnacionales.gov.co/>

UNESCO. (2011). *Paisaje Cultural Cafetero de Colombia*. <https://whc.unesco.org/>