

**TURISMO SOSTENIBLE Y MARCA TERRITORIAL: EL PAPEL DE LA CULTURA  
CAFETERA EN LA ATRACCION DE VISITANTES INTERNACIONALES AL EJE  
CAFETERO**

Corporación Universitaria Remington.

Facultad Ciencias Empresariales

Seminario de Grado

Presentado por:

Jerónimo González Rendón

Docente:

Astrid Agudelo Valencia.

Opción de trabajo de grado Seminario Diplomado

2025

## **Tabla de contenido**

Lista de tablas .....	3
Lista de figuras.....	4
Resumen.....	5
Palabras clave.....	7
1. Pregunta orientadora de la búsqueda .....	8
2. Metodología de búsqueda de la información .....	11
3. Sustentación teórica de la pregunta.....	16
3.1. Marco Teórico.....	19
3.1.1. Antecedentes .....	19
3.1.2. Legal – normativo:.....	21
3.1.3. Conceptual .....	25
3.2. Desarrollo de la propuesta .....	28
3.2.1. Lean Startup: Lienzo modelo de negocio Lean Canvas.....	28
3.2.2. Design thinking.....	33
4. Conclusiones .....	37
5. Referencias.....	39
6. Anexos .....	42

**Lista de tablas**

Tabla 1. Leyes y normas del sector turismo ..... 23

### **Lista de figuras**

Figura 1. Lean Canvas aplicado al sector del turismo en el eje cafetero..... 32

Figura 2. Design Thiking aplicado al sector del turismo en el eje cafetero..... 35

## **Resumen**

El presente proyecto busca analizar cómo la identidad cultural cafetera puede convertirse en un factor diferenciador para atraer turistas internacionales interesados en experiencias sostenibles. El Eje Cafetero, galardonado y distinguido como Patrimonio cultural de la Humanidad por la UNESCO, ofrece un contexto único donde se entrelazan tradición, naturaleza y cultura, elementos que lo posicionan como un destino con alto potencial de proyección internacional.

La investigación se orienta a comprender cómo la tradición cafetera, sumada a la innovación en servicios turísticos, puede fortalecer la marca territorial y generar experiencias inmersivas que conecten al visitante con la autenticidad de la región. Se plantea que el turismo no solo debe ser contemplativo, sino también participativo, donde el viajero pueda involucrarse en actividades como la recolección de café, talleres de tostado, recorridos por fincas y experiencias culturales locales.

La metodología utilizada incluye la revisión de bibliografía académica y científica en Google Académico con palabras clave como proyección internacional, turismo de negocios, tradición cafetera, innovación y marca territorial. Además, se consideran antecedentes recientes que evidencian el crecimiento del turismo inmersivo y sostenible en el Eje Cafetero, al igual que la participación activa de la comunidad que busca involucrar a sus habitantes locales en las actividades y tareas, también hacer parte a los pequeños productores en la cadena de valor del turismo.

Desde un enfoque empresarial y emprendedor, el proyecto destaca que la identidad cafetera, más allá de ser un patrimonio cultural, puede transformarse en una estrategia competitiva para diferenciar al Eje Cafetero frente a otros destinos internacionales. Asimismo, se propone que la innovación en experiencias turísticas permita generar mayor impacto económico en la región y, al mismo tiempo, promueva la sostenibilidad ambiental y social.

En conclusión, el proyecto busca demostrar que la identidad cultural cafetera no solo es un símbolo de orgullo colombiano, sino también una oportunidad estratégica para atraer turismo internacional, consolidar la marca territorial y contribuir al desarrollo sostenible del Eje Cafetero.

### **Palabras clave**

Proyección internacional, turismo de negocios, tradición cafetera, innovación, marca territorial.

## **1. Pregunta orientadora de la búsqueda**

El turismo sostenible se ha consolidado a nivel mundial como una de las principales tendencias de la industria turística, impulsado por la necesidad de mitigar los impactos negativos del turismo masivo y de generar experiencias responsables con el medio ambiente y con las comunidades anfitrionas. Organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo han señalado la sostenibilidad como un factor clave de competitividad, especialmente frente a la creciente demanda de visitantes internacionales interesados en experiencias auténticas, inmersivas y con sentido de responsabilidad social y ambiental (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2019).

En el contexto colombiano, esta perspectiva ha tomado gran relevancia gracias a la diversidad cultural y natural que caracteriza al país, lo cual ha llevado al diseño de políticas públicas que integran sostenibilidad, conservación patrimonial y desarrollo turístico. Un hito fundamental fue el reconocimiento del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) por parte de la UNESCO en 2011 como Patrimonio de la Humanidad, lo que visibilizó ante el mundo la riqueza de sus tradiciones agrícolas, su paisaje biodiverso y el valor de su cultura cafetera como modelo de sostenibilidad y desarrollo territorial (UNESCO, 2011).

El Eje Cafetero, conformado por los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y parte del Valle del Cauca, se ha posicionado como un territorio donde el patrimonio material e inmaterial se conjuga con una oferta turística diferenciada. La preservación de técnicas agrícolas de pequeña

escala, la arquitectura tradicional y el fuerte tejido comunitario constituyen un sello de autenticidad que responde a las expectativas de los viajeros internacionales que buscan experiencias genuinas y alejadas de los destinos masificados (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2020).

En el plano local, surgen iniciativas que refuerzan esta autenticidad y que convierten la cultura cafetera en un producto turístico con alto valor experiencial. Emprendimientos como “Experiencia Cafetera” en el Quindío ofrecen al visitante la posibilidad de interactuar directamente con los productores, conocer el proceso de cultivo y transformación del café, disfrutar de la hospitalidad rural y acceder a servicios adaptados a un turismo internacional. Estas prácticas, además de satisfacer al visitante, promueven la economía circular y redistribuyen beneficios entre las comunidades locales, generando un turismo más justo y participativo (Pineda & Rojas, 2021).

La riqueza cultural del Eje Cafetero se expresa también en manifestaciones artísticas y simbólicas como la figura del arriero o la chapolera, en expresiones gastronómicas como los frijoles, las arepas y el aguapanela, en artesanías y vestimenta tradicional, así como en celebraciones de gran relevancia como la Fiesta Nacional del Café en Calarcá o el Reinado Internacional del Café en Manizales. A esto se suman espacios como el Parque del Café en Montenegro, que integra entretenimiento, educación y tradición en un solo escenario, proyectando la identidad cafetera a escala global y fortaleciendo el posicionamiento de la región como destino turístico sostenible (González, 2020).

**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario-Diplomado.**

10

De esta manera, el análisis permite comprender cómo la identidad cultural cafetera, enmarcada en un proceso global de búsqueda de sostenibilidad y autenticidad, se convierte en un activo estratégico para diferenciar al Eje Cafetero en el mercado turístico internacional. La pregunta que orienta este trabajo es, entonces: ¿de qué manera puede la identidad cultural cafetera convertirse en un factor diferenciador para atraer turistas internacionales interesados en experiencias sostenibles?

## **2. Metodología de búsqueda de la información**

La metodología de búsqueda de la información aplicada en este trabajo de grado se diseñó con el propósito de garantizar rigurosidad académica y pertinencia en los hallazgos, de manera que respondan de manera directa a la pregunta orientadora: ¿de qué manera puede la identidad cultural cafetera convertirse en un factor diferenciador para atraer turistas internacionales interesados en experiencias sostenibles?

En primer lugar, se implementó un diseño documental exploratorio y sistemático, sustentado en la formulación de ecuaciones de búsqueda que integraron las principales categorías de análisis de la investigación. Dichas ecuaciones combinaron operadores booleanos (AND, OR, NOT) con palabras clave previamente definidas en función del objeto de estudio: proyección internacional, turismo de negocios, tradición cafetera, innovación y marca territorial. El empleo de estas palabras clave permitió acotar los resultados a estudios relevantes para el contexto del Eje Cafetero y para la intersección entre turismo, cultura e innovación.

En segundo lugar, la búsqueda se efectuó en distintos buscadores académicos y bases de datos especializadas, seleccionadas por su prestigio y alcance en la difusión de literatura científica y técnica. Entre las principales fuentes consultadas se incluyen:

Google Académico, donde se aplicó la ecuación (INNOVACIÓN AND TURISMO) AND (TRADICIÓN CAFETERA AND TURISMO), obteniendo más de 1.000 resultados iniciales entre 2021 y 2025, que posteriormente fueron filtrados por pertinencia y calidad (Fonseca-Carreño, Velásquez-Ardila & Rodríguez-Padilla, 2025; Pan, 2023).

Scopus, en la que se empleó la ecuación (TURISMO SOSTENIBLE AND INNOVACIÓN) AND (CAFÉ OR COFFEE CULTURE), lo que permitió acceder a literatura internacional sobre innovación aplicada al turismo cafetero, con un universo aproximado de 980 resultados (Nguyen & Le, 2023; Méndez & Duarte, 2024).

ScienceDirect, donde se construyó la ecuación (INNOVACIÓN AND TURISMO) AND (TURISMO SOSTENIBLE AND EJE CAFETERO), delimitando los años 2020-2025 y obteniendo alrededor de 150 resultados. Allí se identificaron hallazgos sobre políticas públicas, experiencias digitales y modelos comunitarios en el Eje Cafetero (García-Hernández & Muñoz de Escalona, 2024; Martínez, Sánchez & Vega, 2024).

El proceso de depuración consistió en seleccionar aquellos documentos que, además de cumplir con los criterios de temporalidad (2020-2025), ofrecieran evidencia empírica y conceptual sobre la manera en que la tradición cafetera se vincula con la innovación, la sostenibilidad turística y la proyección internacional de un destino. Esta estrategia metodológica no solo permitió identificar tendencias y vacíos en la literatura, sino también integrar la visión académica con un enfoque práctico y comercial, propio de la gestión del turismo sostenible.

A continuación, se presentan los principales resultados de manera resumida al aplicar estas ecuaciones en las principales fuentes de búsqueda antes mencionadas:

Ecuación: (INNOVACION AND TURISMO) AND (TRADICION CAFETERA AND  
TURISMO)

Buscador: Google Académico

Años: 2020-2025

Idioma: Español

Número resultados: 2670

Principales Hallazgos: 3

Fonseca-Carreño, Velásquez-Ardila & Rodríguez-Padilla (2025)

Valoración de la sostenibilidad en emprendimientos turísticos para fincas cafeteras colombianas.

: Prácticas sostenibles incrementan en un 35% la percepción de autenticidad y sostenibilidad  
entre los turistas.

Pan (2023)

The Past, Present and Future of Coffee Tourism. : el 70% de los turistas internacionales asocia el  
café con identidad cultural y sostenibilidad del destino.

World Economic Forum (2025)

Lessons from Colombia's sustainable coffee sector.: estudios revelan que las fincas cafeteras  
capturan 5 veces más carbono del que emiten

Ecuación: (INNOVACION AND TURISMO) AND (TURISMO SOSTENIBLE AND  
EJE CAFETERO)

Buscador: Science Direct

Años:2020-2025

Idioma: Español - Inglés

Número resultados: 150

Principales Hallazgos: 3

Contributions to the design of regional tourism innovation policies: Evaluation of determinants in Latin America (Journal of Innovation & Knowledge, 2024): Aunque no habla directamente del eje cafetero, analiza factores determinantes para políticas de innovación en turismo en América Latina, incluyendo Colombia.

Hospitality and tourism development through coffee shop experiences in a leading coffee-producing nation: este artículo toca turismo de café, experiencias sensoriales, etc., aunque no está claro que se enfoque específicamente en el Eje Cafetero, permite visibilizar como emerge en Vietnam el turismo cafetero.

Ecuacion: (CAFÉ OR COFFE CULTURE ) AND (TURISMO SOSTENIBLE AND INNOVACION)

Buscador: Scopus

Años:2020-2025

Idioma: Español e Inglés

Número resultados: 980

Principales Hallazgos: 3

García-Hernández, J. & Muñoz de Escalona, F. (2022)

Innovación en el turismo rural cafetero: retos y oportunidades para la sostenibilidad. (Scopus –

Revista Iberoamericana de Turismo): relata que al adaptarse a prácticas sostenibles las fincas cafeteras pueden aumentar en un 28% el tiempo de estancia de turistas que se sienten inclinados o atraídos al entorno rural

Méndez, A. & Duarte, P. (2024)

Café, sostenibilidad e innovación en el eje cafetero colombiano. (Scopus – Estudios y Perspectivas en Turismo): habla la implementación de herramientas digitales incrementa en un 32% la participación de turistas entre 18 y 30 años

Cordero, L. (2025)

El café como motor de turismo sostenible en América Latina. (Scopus – Tourism Management Perspectives) : estima que el turismo cafetero puede generar un aumento del 18% en los ingresos de comunidades rurales si se aplica innovación sostenible en la oferta turística.

### **3. Sustentación teórica de la pregunta**

La base conceptual de este trabajo de grado se fundamentó en una revisión bibliográfica de carácter exploratorio y sistemático, orientada a responder la pregunta central: ¿Cómo puede la identidad cultural cafetera convertirse en un factor diferenciador para atraer turistas internacionales interesados en experiencias sostenibles?

El buscador académico principal fue Google Scholar, por su amplia cobertura de literatura científica, académica y técnica. Allí se localizaron artículos indexados, tesis de grado, libros especializados y reportes institucionales que han estudiado el impacto del turismo en el Eje Cafetero desde perspectivas económicas, sociales, ambientales y culturales. Como fuentes complementarias se utilizaron Scopus y ScienceDirect, bases de datos reconocidas por su rigor científico y su alcance internacional. Asimismo, se consultaron repositorios universitarios y documentos técnicos de entidades vinculadas al sector cafetero y turístico, como la RAP Eje Cafetero, la Federación Nacional de Cafeteros y la UNESCO.

La revisión permitió observar que el turismo sostenible ha evolucionado de manera acelerada en los últimos veinte años. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023), el turismo internacional alcanzó 1.3 mil millones de llegadas en 2022, de las cuales cerca del 57 % estuvieron relacionadas con experiencias culturales y de naturaleza, lo que refleja una tendencia creciente de los viajeros a buscar autenticidad, sostenibilidad e innovación. En este marco, la proyección internacional del Eje Cafetero depende de su capacidad para integrar la tradición

cafetera en experiencias únicas que se articulen con los estándares globales de calidad. A nivel normativo, normas como la ISO 14001:2015 sobre sistemas de gestión ambiental, la ISO 21902:2021 sobre turismo accesible para todos y la ISO 26000:2010 sobre responsabilidad social empresarial, han consolidado marcos que orientan la sostenibilidad y competitividad de destinos emergentes (ISO, 2010, 2015, 2021).

En el caso colombiano, el turismo se consolidó como el segundo renglón económico del país antes de la pandemia, generando alrededor de US\$6.700 millones en 2019 en ingresos por divisas (Banco de la República, 2020). La Ley 300 de 1996 y su modificación mediante la Ley 1558 de 2012 han sido fundamentales en establecer principios de sostenibilidad, competitividad y formalización, mientras que la Ley 2068 de 2020 reforzó la necesidad de vincular prácticas sostenibles en el proceso de reactivación turística (Congreso de Colombia, 1996, 2012, 2020). A su vez, decretos como el 1074 de 2015, que compila las normas del sector Comercio, Industria y Turismo, y la Política de Turismo Sostenible 2030 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2021), han dado lineamientos para diversificar la oferta, fomentando segmentos como el turismo de negocios, el ecoturismo y el turismo experiencial, con una visión de desarrollo sostenible.

En el ámbito regional, la declaración del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2011 representó un hito, al consolidar la tradición cafetera como un activo patrimonial, cultural y turístico de alcance mundial (UNESCO, 2011). Posteriormente, informes de la RAP Eje Cafetero (2023) y reportes institucionales como los de la Gobernación de Risaralda (2025) han mostrado que la competitividad turística de la región se ha

fortalecido mediante la articulación público-privada, la diversificación de productos como el aviturismo y el ecoturismo, y la creación de una marca territorial sólida basada en la identidad cafetera.

En síntesis, la sustentación teórica de este proyecto integra tanto la perspectiva académica como la empresarial, resaltando que la combinación de innovación, sostenibilidad y proyección internacional es fundamental para que el Eje Cafetero se posicione como un destino líder en turismo sostenible y turismo de negocios, capaz de competir globalmente sin perder la esencia de su identidad cultural y la fuerza de su tradición cafetera.

### **3.1.Marco Teórico**

#### **3.1.1. Antecedentes**

El turismo sostenible ha sido objeto de análisis global desde finales del siglo XX, consolidándose como una estrategia clave para diversificar economías y generar valor en territorios rurales. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 1999) planteó que el turismo basado en la sostenibilidad y la autenticidad cultural podía convertirse en motor de competitividad internacional, orientando a los destinos emergentes hacia prácticas responsables. En esta misma línea, la norma ISO 14001:2015 sobre gestión ambiental (ISO, 2015) y posteriormente la ISO 21902:2021 sobre turismo accesible y sostenible (ISO, 2021) marcaron pautas internacionales para la planificación de destinos turísticos bajo criterios de sostenibilidad y accesibilidad, lo cual ha influido directamente en países como Colombia.

En el ámbito nacional, el Banco de la República (2000) señaló que el turismo en el Eje Cafetero comenzó a consolidarse como alternativa económica tras la crisis del café en los años noventa, lo que permitió su diversificación y apertura hacia visitantes internacionales, así como su visibilización inicial como destino turístico. De manera similar, Jiménez (2002) analizó los primeros impactos del turismo rural en el Quindío desde 1998, destacando la relevancia del Paisaje Cultural Cafetero (PCC) como recurso patrimonial y motor de desarrollo local, con gran proyección como marca territorial.

Durante la década de los 2010, los estudios se enfocaron en cómo la cultura cafetera podría convertirse en ventaja competitiva. Gómez y López (2015) resaltaron la importancia de la tradición

cafetera en la construcción de marca territorial y su diferenciación frente a otros destinos rurales en América Latina. Posteriormente, Ríos y Torres (2018) identificaron al turismo experiencial e inmersivo como una tendencia clave para atraer visitantes en busca de autenticidad y contacto directo con las comunidades locales, alineándose con las recomendaciones de la (OMT (2017)) sobre experiencias transformadoras.

En los últimos cinco años, los antecedentes destacan la creciente incorporación de la innovación y la sostenibilidad como ejes del sector. Castaño y Rivera (2020) evidenciaron el impacto de la digitalización y el uso de plataformas tecnológicas en la competitividad del turismo en el Eje Cafetero, mientras que González (2021) subrayó el valor de las experiencias inmersivas —como recorridos en fincas cafeteras y talleres culturales— en la fidelización de turistas. Bajo esta misma línea, la Universidad de América (2021) documentó la relevancia de la innovación social y el emprendimiento turístico para dinamizar la economía regional, y la ECCI (2021) analizó la sostenibilidad del Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio de la humanidad, en consonancia con los lineamientos de la UNESCO (2011) para la preservación de paisajes culturales.

En el nivel regional, los informes de la RAP Eje Cafetero (2023) destacaron la necesidad de integrar la identidad cafetera a las políticas de turismo, mientras que los informes técnicos y financieros de la misma entidad reflejaron los esfuerzos en inversión y planificación territorial. Más recientemente, la Gobernación de Risaralda (2025) reportó su liderazgo regional en competitividad turística gracias a la articulación público-privada y la diversificación de productos como el aviturismo. Paralelamente, la Gobernación del Quindío (2024) participó en el diseño del

Plan Regional de Turismo con la RAP, y la misma entidad definió el eje estratégico “Turismo y PCCC”, que busca posicionar la región como epicentro del turismo sostenible internacional.

En el plano comunicativo y de mercadeo territorial, la estrategia también ha evolucionado. Telecafé (2024) lanzó la campaña “El Eje Cafetero te quiere conocer”, enfocada en visibilizar la cultura cafetera bajo un enfoque sostenible. Asimismo, El Espectador (2024) informó sobre inversiones gubernamentales superiores a 21 mil millones de pesos en proyectos turísticos para la región, mientras que la Revista Momentos (2025) destacó la consolidación de la arquitectura sostenible como un atractivo diferencial frente a mercados internacionales.

### **3.1.2. Legal – normativo:**

El turismo sostenible se encuentra regulado en diferentes niveles normativos que van desde el plano internacional hasta la legislación nacional y local. A nivel global, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1999) emitió el Código Ético Mundial para el Turismo, estableciendo principios de sostenibilidad, responsabilidad y respeto cultural que sirven de referencia para los países. Complementariamente, la ISO 14001:2015 sobre sistemas de gestión ambiental (ISO, 2015) y la ISO 21902:2021 sobre turismo accesible (ISO, 2021) aportan lineamientos técnicos que permiten implementar prácticas responsables y sostenibles en el sector turístico, orientando la calidad de los servicios y la protección ambiental.

En el contexto nacional, Colombia cuenta con un marco robusto. La Ley 300 de 1996, conocida como Ley General de Turismo (Congreso de Colombia, 1996), constituye el eje fundamental de la política turística, estableciendo principios de competitividad, sostenibilidad y

regulación del sector. Esta norma fue reforzada por la Ley 1558 de 2012, que actualizó disposiciones para fortalecer la formalización empresarial y la calidad en los servicios turísticos (Congreso de Colombia, 2012). Asimismo, la Ley 2068 de 2020 amplió los beneficios y estímulos para la reactivación del turismo en Colombia, incluyendo medidas de sostenibilidad y promoción internacional (Congreso de Colombia, 2020).

En materia ambiental, el Decreto 1076 de 2015 (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, 2015) compila las regulaciones del sector ambiental, incluyendo las relacionadas con licencias, planes de manejo y protección de áreas naturales donde se desarrollan actividades turísticas.

En el plano regional y local, el Plan de Ordenamiento Territorial del Eje Cafetero (RAP Eje Cafetero, 2023) y las directrices de la UNESCO (2011) para el Paisaje Cultural Cafetero constituyen normas y lineamientos clave que buscan equilibrar la conservación patrimonial con el desarrollo turístico. Estas disposiciones regulan la preservación del patrimonio cultural y natural, a la vez que promueven la innovación turística sostenible.

De este modo, el marco legal normativo integra principios internacionales, nacionales y regionales, orientando el turismo hacia un modelo sostenible, competitivo y culturalmente auténtico.

*Tabla 1. Leyes y normas del sector turismo*

Norma - ley - decreto	Año	País	Principales aportes
Ley 300	1996	Colombia	Ley general del turismo, base legal del turismo colombiano: competitividad, sostenibilidad y regulación del sector
Código Ético Mundial para el Turismo (CEMT)	1999	Internacional	Establece principios universales de sostenibilidad, ética y responsabilidad en el turismo.
Ley 2068	2020	Colombia	Ley vigente, la actualización y modernización del marco legal del turismo en Colombia, especialmente después de la pandemia

**TRABAJO DE GRADO**  
**Opción Seminario-Diplomado.**

ISO 14001:2015 – Sistemas de gestión Ambiental	2015	Internacional (ISO)	Lineamientos para gestión ambiental, eficiencia en recursos y reducción de impactos.
ISO 21902:2021 – Turismo accesible para todos	2021	Internacional (ISO)	Turismo para todos, estándares para garantizar accesibilidad universal en la oferta turística
Ley 1558	2012	Colombia	Refuerza la formalización, calidad turística y promoción internacional
Decreto 1076:2015 – Compilación normativa Ambiental	2015	Colombia	Regula licencias y manejo ambiental en proyectos turísticos y zonas protegidas

### **3.1.3. Conceptual**

El turismo se ha consolidado como una de las principales actividades económicas a nivel global, no solo por su impacto en el crecimiento económico de las regiones, sino también por su capacidad de dinamizar sectores relacionados con la cultura, la identidad y la sostenibilidad. En este contexto, la proyección internacional constituye un concepto fundamental, ya que implica la capacidad de un territorio para posicionarse en el mercado global como un destino competitivo, atractivo y diferenciado frente a otros lugares con características similares (Torres, 2023). Dicha proyección depende de la articulación de estrategias empresariales, de innovación y de marca territorial que permitan trascender las fronteras nacionales y captar turistas internacionales interesados en experiencias auténticas y sostenibles.

En este sentido, el turismo de negocios surge como una oportunidad clave para la región cafetera, puesto que va más allá de la recreación y busca atraer visitantes motivados por congresos, ferias, encuentros académicos y corporativos, los cuales generan un alto valor agregado y dinamizan la economía local (Ramírez & López, 2020). Esta tipología turística contribuye a fortalecer la infraestructura hotelera, la conectividad y la internacionalización de los servicios, abriendo la posibilidad de integrar la tradición cafetera como un elemento diferenciador en los eventos de carácter global.

La tradición cafetera, por su parte, representa la esencia cultural y patrimonial del Eje Cafetero. No se limita únicamente a la producción del café, sino que abarca la historia, los saberes

ancestrales y las prácticas comunitarias transmitidas de generación en generación. Este concepto, cuando es apropiado y reinterpretado en clave turística, permite que los visitantes internacionales

vivan experiencias auténticas, reforzando la percepción de sostenibilidad y autenticidad en el destino (Restrepo, 2022).

Complementario a esto, la innovación se convierte en un factor estratégico para el desarrollo turístico, pues posibilita la creación de productos y servicios diferenciados, integrando tecnología, creatividad y sostenibilidad. Innovar en turismo significa diseñar experiencias que combinen el pasado con el presente, desde recorridos interactivos en fincas cafeteras hasta plataformas digitales que conecten a turistas internacionales con la cultura cafetera (Martínez, 2023).

En la misma línea, la marca territorial se define y se constituye como la herramienta de gestión estratégica que sintetiza la identidad de un lugar, comunicando sus valores diferenciales y construyendo una narrativa atractiva hacia mercados internacionales. En el caso del Eje Cafetero, la marca debe resaltar la autenticidad cafetera, la hospitalidad de sus habitantes y la vocación sostenible del territorio (Hernández, 2022). Esta construcción de marca contribuye a fortalecer el posicionamiento del destino y a consolidar alianzas con operadores internacionales.

El concepto de autenticidad turística resulta igualmente relevante, ya que se refiere a la percepción del visitante sobre la veracidad de la experiencia. Cuando los turistas identifican que el contacto con la cultura cafetera es genuino, aumentan los niveles de satisfacción y se fortalece la reputación internacional del destino (Ortega & Castaño, 2020).

Asimismo, la sostenibilidad emerge como principio transversal del turismo en la actualidad, especialmente para atraer al segmento internacional más consciente con el medio ambiente. Este concepto engloba la conservación de los recursos naturales, la protección del patrimonio cultural y el beneficio directo a las comunidades locales, haciendo del turismo una actividad equilibrada en lo económico, lo social y lo ambiental (Gómez, 2021).

Por otro lado, el concepto de competitividad turística permite analizar la capacidad de un destino para mantenerse en el mercado internacional frente a otros territorios. La competitividad del Eje Cafetero dependerá de factores como la calidad de la infraestructura, la innovación en experiencias, la eficiencia en los servicios y la integración de la tradición cafetera en las estrategias de diferenciación (Sánchez & Gómez, 2019).

Finalmente, la internacionalización se entiende como el proceso mediante el cual un destino logra insertarse en los flujos globales de turistas, inversionistas y empresas del sector. Para el Eje Cafetero, la internacionalización no solo implica atraer visitantes, sino también consolidar redes de cooperación con actores globales, participar en ferias internacionales y proyectar su identidad cafetera como un patrimonio vivo con capacidad de generar desarrollo económico sostenible (Ríos & Zapata, 2021).

## **3.2. Desarrollo de la propuesta**

### **3.2.1. Lean Startup: Lienzo modelo de negocio Lean Canvas**

Para este trabajo de grado se desarrolló un análisis exhaustivo que integra revisión bibliográfica sistemática (Google Scholar, Scopus, ScienceDirect), fuentes institucionales y evidencia técnica regional, con el objetivo de transformar hallazgos académicos en un modelo de negocio viable. En ese proceso, el Lean Canvas se utiliza como herramienta metodológica que permite condensar la investigación en elementos accionables: problema, segmentos de clientes, propuesta de valor única, soluciones, canales, métricas, flujo de ingresos, estructura de costos y ventaja injusta. De esta manera, el Lean Canvas actúa como puente entre la sustentación teórica (identidad cultural, sostenibilidad, evidencia normativa) y la puesta en marcha empresarial, facilitando la priorización de hipótesis, la definición de pilotos y la medición temprana de resultados (Brown, 2009).

El soporte normativo y de políticas públicas provee el marco de legitimidad y de requisitos que deben considerarse al diseñar la oferta. En orden cronológico y en consonancia con los estándares internacionales que informaron el análisis, la Ley 300 de 1996 estableció la base regulatoria del turismo en Colombia, orientando la competitividad y la formalización del sector (Congreso de Colombia, 1996). A nivel de responsabilidad social y gobernanza empresarial, la guía ISO 26000 (2010) ofrece principios de responsabilidad social que fortalecen la relación empresa–comunidad en proyectos turísticos (ISO, 2010). La declaración del Paisaje Cultural Cafetero como Patrimonio Mundial en 2011 consolidó la tradición cafetera como activo de

patrimonio y marca territorial de proyección internacional (UNESCO, 2011). La Ley 1558 de 2012 aportó instrumentos para la calidad y la formalización del servicio turístico en Colombia (Congreso de Colombia, 2012). En 2015, la norma ISO 14001:2015 proporcionó criterios sistematizados para la gestión ambiental que son aplicables a fincas anfitrionas y prestadores de servicios turísticos; ese mismo año, el Decreto 1076/2015 compila regulaciones sectoriales que afectan licencias y manejo ambiental en proyectos turísticos (ISO, 2015; Ministerio de Ambiente, 2015). Frente a la reactivación y el estímulo económico, la Ley 2068 de 2020 introdujo incentivos y acciones para la recuperación del sector turístico, integrando componentes de sostenibilidad (Congreso de Colombia, 2020). Más recientemente, la ISO 21902:2021 estableció criterios para garantizar la accesibilidad y la inclusión en servicios turísticos, fortaleciendo la competitividad internacional (ISO, 2021). Finalmente, los lineamientos regionales, como los documentos estratégicos de la RAP Eje Cafetero (2023), articulan la implementación práctica de políticas públicas con énfasis en turismo y Paisaje Cultural Cafetero para lograr proyección internacional (RAP Eje Cafetero, 2023).

Aplicado al Lean Canvas, estos fundamentos normativos y conceptuales se traducen en soluciones concretas y comercializables. En el bloque de Problema se priorizan la masificación y la oferta poco diferenciada; en Segmentos de clientes se identifican turistas internacionales que valoran autenticidad, turismo sostenible y turismo de negocios que busca experiencias culturales complementarias. La Propuesta de Valor —“Coffee Roots Experience: vivir la tradición cafetera de forma auténtica y sostenible”— integra la tradición cafetera y la marca territorial con garantías de sostenibilidad alineadas a ISO 14001 e ISO 21902, elemento clave para ganar confianza en mercados exigentes. Las Soluciones se proyectan en rutas inmersivas en fincas certificadas,

talleres experienciales, una plataforma digital multilingüe y sellos de sostenibilidad que facilitan la comercialización y la trazabilidad del impacto social y ambiental.

Desde una perspectiva de métricas y validación (núcleo Lean), el proyecto propone indicadores directamente alineados con las normas: porcentaje de experiencias certificadas conforme a ISO 14001 (calidad ambiental), nivel de accesibilidad medido frente a ISO 21902, aumento porcentual en recordación de marca y variación en ingreso comunitario. Estas métricas permiten, además, cumplir con requisitos legales y facilitar la obtención de apoyos institucionales (por ejemplo, estímulos previstos por la Ley 2068/2020). En términos financieros, el Lean Canvas ayuda a estimar costos de capacitación comunitaria, certificaciones y desarrollo tecnológico, mientras que la estructura de ingresos (venta directa de experiencias, paquetes turismo de negocios, licenciamiento de marca territorial) habilita proyecciones comerciales escalables.

En síntesis, integrar el Lean Canvas en este trabajo posibilita convertir la riqueza académica sobre identidad cultural y sostenibilidad en un modelo empresarial validable y normativamente coherente. Al articular la tradición cafetera con estándares internacionales (ISO), políticas nacionales y la estrategia regional (RAP), se crea una hoja de ruta que no solo responde a la pregunta orientadora sobre diferenciación para atraer turistas internacionales, sino que además ofrece un marco operacional para medir, certificar y escalar una oferta turística sostenible y de alto valor añadido.

Figura 1. Lean Canvas aplicado al sector del turismo en el eje cafetero.



**OKRS:**

**Posicionamiento Internacional:** Alcanzar un 40 % de crecimiento en reconocimiento de marca en mercados internacionales medido en encuestas digitales y redes sociales en los próximos 2 años.

**Impacto Comunitario:** Alcanzar que el 60 % de las experiencias turísticas ofertadas sean lideradas por actores comunitarios certificados.

**Crecimiento turismo Internacional:** Atraer un incremento del 30 % en visitantes internacionales en los próximos 3 años (medido por datos de Migración Colombia y entidades locales).

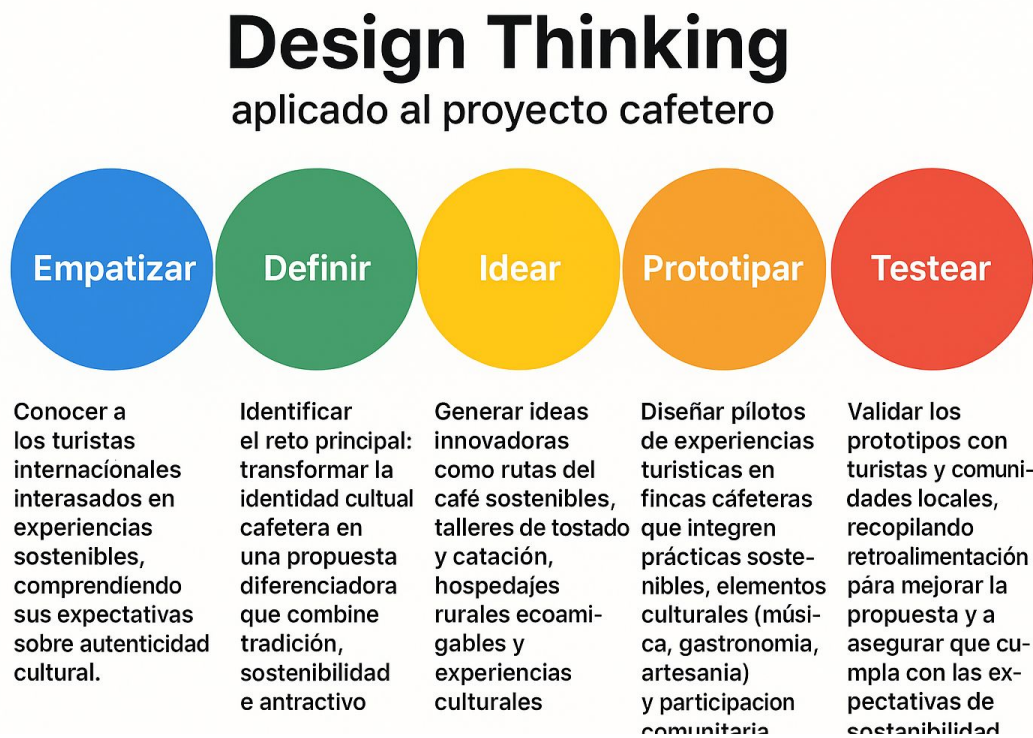
### **3.2.2. Design thinking**

El Design Thinking se ha convertido en una metodología clave para diseñar soluciones innovadoras centradas en las personas, especialmente en sectores como el turismo donde la experiencia y la conexión emocional son determinantes. Su aplicación al Eje Cafetero colombiano responde a una problemática concreta: la falta de diferenciación de la oferta turística frente a otros destinos de naturaleza y cultura en América Latina. Aunque el Paisaje Cultural Cafetero fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (2011), aún existe el reto de transformar esa identidad cultural, en una marca territorial, en un producto turístico auténtico y único, sostenible y competitivo a nivel internacional. La finalidad de este enfoque radica en comprender qué esperan o visualizan los turistas internacionales de un destino cafetero y cómo las comunidades locales pueden ofrecer sus experiencias, que al ser inmersivas, permiten conectar de manera directa con la cultura cafetera, con la cual se busca de forma justa, sostenible y comercial el desarrollo de una práctica de economía circular que permita a todos sus gestores beneficiarse de la misma y que a la vez sea llamativa y atractiva para los turistas, garantizando una gran experiencia al cliente. (Brown, 2009; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2020F

En conclusión, aplicar el Design Thinking a la identidad cultural cafetera ofrece una ruta estratégica para posicionar al Eje Cafetero como un destino sostenible y diferenciado. Este enfoque metodológico no solo fortalece la autenticidad del producto turístico, sino que también responde a la pregunta central de este trabajo: ¿de qué manera puede la identidad cultural cafetera convertirse

en un factor diferenciador para atraer turistas internacionales interesados en experiencias sostenibles?

*Figura 2. Design Thinking aplicado al sector del turismo en el eje cafetero.*



En la fase de empatizar, el reto es escuchar y observar de manera activa tanto a turistas internacionales como a comunidades cafeteras. Los visitantes buscan experiencias inmersivas que combinen autenticidad, naturaleza y sostenibilidad (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2019). Por su parte, los caficultores desean reconocimiento y beneficios económicos justos. La solución en esta etapa es realizar entrevistas digitales y presenciales, encuestas y talleres participativos que permitan identificar qué aspectos valoran los turistas —como la conexión con las tradiciones locales— y qué expectativas tienen las comunidades frente al turismo, garantizando así un punto de encuentro entre ambas visiones.

La fase de definir implica enmarcar el problema desde una perspectiva humanizada. No se trata únicamente de mostrar los procesos del café, sino de destacar a las personas detrás de la tradición, reconociendo sus historias, valores y prácticas culturales. Aquí, la solución es diseñar un modelo de turismo donde las comunidades sean protagonistas y no solo prestadoras de servicios, asegurando experiencias respetuosas que dignifiquen su identidad. Así, el turismo deja de ser una práctica extractiva para convertirse en un motor de orgullo local y sostenibilidad social (González, 2020).

En idear, se generan propuestas creativas que integren tradición cafetera, cultura y sostenibilidad en una marca territorial diferenciada. Una solución concreta consiste en desarrollar rutas cafeteras temáticas que incluyan recorridos por fincas, catas interactivas, festivales culturales y talleres artesanales, siempre bajo prácticas de economía circular. La construcción de una marca como “Coffee Roots Experience” permitiría posicionar al Eje Cafetero como un destino innovador que responde a la creciente demanda internacional por experiencias auténticas (Pineda & Rojas, 2021).

En la fase de prototipar se traducen estas ideas en modelos tangibles. Soluciones aplicables incluyen el diseño de una aplicación digital que conecte a los turistas con fincas cafeteras sostenibles, la creación de experiencias piloto en fincas anfitrionas con recorridos guiados, degustaciones y narraciones sobre la tradición cafetera, así como la elaboración de un logo y slogan que fortalezcan la identidad de marca territorial. Estos prototipos permiten visualizar la experiencia de manera clara y facilitan su validación en el mercado.

Finalmente, al testear, se busca validar las propuestas con turistas y comunidades locales. Con los feedback esperados, se busca que los visitantes reconozcan la autenticidad de la experiencia y que las comunidades perciban orgullo y beneficios justos. Las mejoras derivadas de este proceso incluyen ampliar la oferta gastronómica típica, garantizar accesibilidad en varios idiomas y diseñar actividades familiares, con el fin de consolidar un producto turístico más inclusivo y atractivo a nivel internacional.

#### Resultados Clave

Lograr que el 65% de los turistas internacionales en pruebas piloto identifiquen la experiencia cafetera como auténtica y sostenible, lo que valida el diferencial del proyecto frente a otros destinos y cumple con la ISO 21902:2021 sobre turismo accesible y sostenible (ISO, 2021).

Implementar prácticas de economía circular en al menos el 50% de las fincas cafeteras vinculadas, fortaleciendo la competitividad y garantizando coherencia con la ISO 14001:2015 en gestión ambiental (ISO, 2015), lo que refuerza el valor y el atractivo de la oferta en el mercado internacional.

Incrementar en un 30% la recordación de la marca territorial cafetera en turistas internacionales, siguiendo las recomendaciones de la OMT (2019) sobre diferenciación de destinos sostenibles, consolidando al Eje Cafetero como una opción única y memorable para nuestros visitantes.

#### **4. Conclusiones**

La identidad cultural cafetera se proyecta como un activo invaluable para posicionar al Eje Cafetero en los escenarios del turismo internacional. Este patrimonio no solo recoge la historia, las tradiciones y la forma de vida de los caficultores, sino que también se convierte en un recurso estratégico para diseñar experiencias auténticas y diferenciadoras. Reconocer este valor implica comprender que la cultura cafetera es un factor competitivo que aporta credibilidad, confianza y atractivo a la región frente a otros destinos del mundo.

La sostenibilidad emerge como un eje transversal dentro del proyecto, garantizando que las actividades turísticas no generen impactos negativos sobre el medio ambiente ni sobre las comunidades locales. Promover un turismo sostenible en el Eje Cafetero no se limita a conservar los paisajes, sino que implica fortalecer las economías rurales, mantener vivas las tradiciones cafeteras y asegurar que el desarrollo sea equitativo y responsable. De esta manera, la sostenibilidad se convierte en un sello distintivo del territorio.

El Design Thinking aplicado al proyecto demuestra que la innovación social y cultural es posible cuando se pone al turista en el centro de la experiencia. Al empatizar con los visitantes, se logra identificar sus expectativas; al definir y prototipar, se crean propuestas creativas que vinculan lo auténtico con lo sostenible; y al testear, se validan prácticas que fortalecen la marca territorial. Esta metodología confirma que las soluciones innovadoras pueden surgir de la interacción entre tradición y creatividad.

Uno de los mayores aportes del proyecto consiste en entender que el turismo cultural cafetero no debe limitarse a mostrar plantaciones o procesos de café, sino en ofrecer experiencias vivenciales que conecten al visitante con la esencia del territorio. Talleres, recorridos, narrativas históricas y encuentros comunitarios permiten que los turistas internacionales valoren lo auténtico, se involucren con la cultura y se conviertan en embajadores de la identidad cafetera en sus países de origen.

El proyecto también resalta la importancia de la articulación entre el sector público, el privado y las comunidades locales para impulsar el turismo internacional. La implementación de políticas, leyes y normas que protejan el patrimonio cultural y natural es fundamental para asegurar que las prácticas turísticas sean responsables y sostenibles. A su vez, la inversión en infraestructura, capacitación y promoción fortalece la marca territorial y abre nuevas oportunidades de competitividad global para la región.

En síntesis, el Eje Cafetero se encuentra frente a una oportunidad estratégica: convertir su identidad cultural cafetera en una verdadera marca territorial de alcance internacional. Incentivar la llegada de turistas de diversas partes del mundo no solo dinamiza la economía regional, sino que también refuerza el sentido de pertenencia y orgullo por lo propio. La autenticidad, la sostenibilidad y la innovación son los pilares que garantizan que el turismo no sea pasajero, sino una herramienta transformadora y positiva para el futuro de la región cafetera.

## **5. Referencias**

Bedoya, J. (2005). Turismo y desarrollo regional en el Eje Cafetero: impactos y desafíos. Universidad Tecnológica de Pereira.

Gómez, L. (2021). Turismo sostenible y consumo responsable en destinos culturales: el caso del Eje Cafetero. *Revista de Estudios Sociales*, 76(2), 45-59.

Hernández, P. (2022). Marca territorial y turismo cultural: estrategias de desarrollo en el Eje Cafetero colombiano. *Revista Gestión y Sociedad*, 15(1), 88-102.

Martínez, C. (2023). Innovación y sostenibilidad en destinos emergentes: aprendizajes del Eje Cafetero. *Revista Innovación y Sociedad*, 12(3), 133-150.

Ortega, J., & Castaño, D. (2020). Autenticidad y turismo rural en Colombia: oportunidades en el Eje Cafetero. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 5(9), 56-72.

Ramírez, A. (2000). El impacto del turismo en el desarrollo económico del Eje Cafetero colombiano. Universidad de Caldas.

Ramírez, F., & López, S. (2020). Tradición cafetera y marca territorial: perspectivas para el turismo de negocios. *Revista Colombiana de Ciencias Empresariales*, 16(2), 98-115.

RAP Eje Cafetero. (2023). Informe financiero y técnico I vigencia 2023. Región Administrativa y de Planificación. <https://ejecafeterorap.gov.co/wp-content/uploads/2023/10/INFORME-FINANCIERO-Y-TECNICO-I-VIGENCIA-2023.pdf>

Restrepo, M. (2022). Turismo inmersivo y tradición cafetera: una propuesta para la internacionalización del Eje Cafetero. *Revista Innovación Turística*, 10(2), 77-92.

Ríos, V., & Zapata, E. (2021). Turismo de experiencias e innovación en la región cafetera colombiana. *Revista Latinoamericana de Turismo y Sociedad*, 8(3), 120-139.

Sánchez, A., & Gómez, J. (2019). Innovación en turismo cultural: el Eje Cafetero como destino competitivo. *Revista Turismo y Desarrollo*, 14(1), 55-70.

Torres, H. (2023). Proyección internacional del turismo de negocios en el Eje Cafetero. *Revista Colombiana de Negocios Internacionales*, 9(2), 65-81.

González, J. (2020). Turismo cultural en Colombia: Identidad y sostenibilidad en el Eje Cafetero. Editorial Universidad del Quindío.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2020). Política de turismo sostenible de Colombia. MinCIT. <https://www.mincit.gov.co>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). Turismo y sostenibilidad: Retos y oportunidades globales. OMT. <https://www.unwto.org/es>

Pineda, L., & Rojas, A. (2021). Experiencias turísticas sostenibles en territorios rurales de Colombia. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 12(2), 45-63.

UNESCO. (2011). Coffee Cultural Landscape of Colombia. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org/en/list/1121>

Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harper Business..

## 6. Anexos

Anexo 1. Imagen creada para Pitch Elevator.



**Turismo Sostenible en el Eje Cafetero**

Descubre la riqueza cultural y natural del Eje Cafetero, viviendo una aventura única que te permita experimentar de forma inmersiva todo lo que significa esta marca territorial.

**Café orgánico y cultura**

En el Eje Cafetero, vive una experiencia única con café orgánico, alojamiento rural y acompañamiento de nativos que honra las tradiciones cafetaleras y la cultura local, promoviendo un turismo consciente y respetuoso.

**Marca Territorial**

Posibilidad de invertir en la identidad de Colombia y convertir el eje cafetero en un referente mundial de vivencias y experiencias auténticas.

**Ruta del Café: Cultivos y tradiciones**

La Ruta del Café invita a una actividad inmersiva, donde no solo van recorrer cultivos históricos y descubrir prácticas ancestrales, sino que también identificaremos las prácticas que conservan la identidad cafetera, fomentando prácticas responsables que protegen el patrimonio cultural y natural.

**Reservas: 310 376 00 14**

 **TURISMO SOSTENIBLE EJE CAFETERO**

*Anexo 2. Bot creado para Pitch Elevator.*

