



**Determinación de la importancia del cultivo de café en el turismo del suroeste antioqueño
en la zona turística del río Tapartó**

Juan Fernando Restrepo Munera

Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Café

Asesora

Profesora Olga Lucía Martínez Álvarez, Magister en Salud Pública

Universidad de Antioquia

Facultad de Ciencias Farmacéuticas y Alimentarias

Facultad de Ciencias Agrarias

Seccional Suroeste – Cohorte 2

Especialización en Café Andes, Antioquia

2023

Cita	(Restrepo Munera 2023)
Referencia	Restrepo Munera, Juan Fernando (2023). <i>Determinación de la importancia del cultivo de café en el turismo del suroeste antioqueño en la zona turística del río Tapartó</i> [Trabajo de grado especialización]. Universidad de Antioquia, Andes, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Especialización en Café, Cohorte II.

Grupo de Investigación Ciencia Sensorial



Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

Esta monografía, es un homenaje a mi abuelo y abuela que supieron luchar y forjar las bases morales de nuestra familia y a mis tías que, a través de estos años, han logrado mantener su legado, y me han llenado de amor y comprensión.

Agradecimientos

A la Universidad de Antioquia, por crear y apostar a la Especialización de Café.

A mi asesora, profesora Olga Lucía Martínez Álvarez, por su apoyo y acompañamiento durante la especialización y la monografía.

A Sergio Ramírez, a quien agradezco el apoyo en la estructura inicial de esta monografía.

A mi hermano Julián, que sin su apoyo no hubiese podido lograr el título de Especialista en Café.

Tabla de contenido

Resumen	6
Abstract	7
INTRODUCCIÓN	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
Antecedentes	11
JUSTIFICACIÓN.....	14
OBJETIVOS.....	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos.....	16
MARCO TEÓRICO.....	17
Turismo en el suroeste antioqueño.....	18
El café en el suroeste antioqueño	19
Métodos de preparación de Café.....	21
Inmersión	21
Percolado.....	21
Preparación más común en Colombia.....	22
METODOLOGÍA	23
Análisis sensorial	24
RESULTADOS.....	26
Evaluación Sensorial	28
DISCUSIÓN.....	30
CONCLUSIONES	35
RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37

Lista de figuras

Figura 1. Segregación de grado de escolaridad y sexo de la muestra	26
Figura 2. Tinto de greca y motivación para tomarlo	27
Figura 3. Expectativa de tomar café.....	27
Figura 4. Descriptores de café evaluados de la finca La Camelia- Cenicafe 80% y Variedad 2000 20%	28
Figura 5. QDA Café Etíope. Preparación V60 y Prensa Francesa.....	29

Lista de imágenes

Imagen 1. Cenicafe tipo 1 80% y variedad 2000 20%	20
--	----

Resumen

La presente monografía, tuvo como objetivo promover el desarrollo sostenible de la región del Suroeste Antioqueño, especialmente el cañón del Río Tapartó, centrado en la industria cafetera y el turismo, con el fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad local y preservar sus recursos naturales y culturales. Se realizó un estudio exploratorio cuantitativo y cualitativo, en el contexto del turismo rural relacionado con la cultura del café, especialmente en el suroeste antioqueño en la zona de Tapartó, esto incluyó aspectos como la identificación de los atractivos turísticos relacionados con la producción de café, y algunos métodos de preparación, asimismo en la realización de una encuesta específica relacionada con el turismo cafetero, con el propósito de medir la percepción de los visitantes. Se realizó evaluación de café en los varietales Cenicafé tipo I, variedad 2000 y Etíope. El consumo interno del café, uno de los productos más destacados de Colombia, presenta dificultades económicas, a pesar de su excelente calidad, la mayoría del café se destina a la exportación y lo poco que queda en el país, es de baja calidad y es destinado generalmente para el consumo de manera instantánea. Lo anterior genera una oportunidad significativa para capacitar a la población sobre los beneficios de tomar café de calidad y así aumentar el consumo local y dar a conocer los métodos de preparación que permitan la expresión de las cualidad sensoriales de esta bebida. Este proyecto tiene el potencial de llevar a Tapartó a nuevas alturas en el mapa del turismo cafetero colombiano.

Abstract

The objective of this monograph was to promote the sustainable development of the Southwest Antioquia region, especially canyon del Río Tapartó, focused on the coffee industry and tourism, to improve the quality of life of the local community and preserve its natural and cultural resources. A quantitative and qualitative exploratory study was carried out, in the context of rural tourism related to coffee culture, especially in southwest Antioquia in the Tapartó area, this included aspects such as the identification of tourist attractions related to coffee production, and some preparation methods, also in carrying out a specific survey related to coffee tourism, with the purpose of measuring the perception of visitors. Coffee evaluation was conducted on the Cenicafe type I varieties, variety 2000 and Ethiopian. The domestic consumption of coffee, one of Colombia's most prominent products, presents economic difficulties. Despite its excellent quality, most of the coffee is destined for export and the little that remains in the country is of low quality and is generally intended for instant consumption. The above generates a significant opportunity to train the population about the benefits of drinking quality coffee and thus increase local consumption and publicize the preparation methods that allow the expression of the sensory qualities of this drink. This project has the potential to take Tapartó to new heights on the map of Colombian coffee tourism.

INTRODUCCIÓN

Tapartó es uno de los siete corregimientos que pertenece al municipio de Andes en el departamento de Antioquia en Colombia, aproximadamente 19 kilómetros del centro urbano de Andes, uno de los municipios que hacen parte del paisaje cultural cafetero del suroeste antioqueño. El nombre Tapartó proviene de la expresión indígena "Taparadó", que significa Río de Táparos, un tipo de árbol endémico de la región (Gobernación de Antioquia, (s.f)). En la actualidad, la agricultura es la ocupación más común, debido a que la subregión del suroeste antioqueño se caracteriza por su ruralidad y por una economía basada por excelencia en el cultivo del café y que hoy alterna con otros productos como la ganadería, los cítricos, la explotación minera, entre otros. Así pues, Tapartó se destaca como un destino turístico emergente gracias a su impresionante entorno natural; rodeado de majestuosas montañas con bosques nativo, imponentes Chorros de Tapartó ubicados en la vereda la Rochela, con caídas de agua de entre 70 a 300 metros de altura, forman charcos naturales de agua cristalina que hacen parte de los 20 kilómetros de recorrido que tiene el río Tapartó, además, cuenta con vastos campos de café que ofrecen a turistas una experiencia única en la cultura cafetera colombiana.

No obstante, una de las actividades económicas y sociales más importantes en la actualidad es el turismo, y tanto el sector público como el privado han mostrado interés en este los últimos años, debido a su contribución en el crecimiento de la economía y el cambio social (CAMARA DE COMERCIO , (s.f)). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2010), afirma que, en los últimos años, el turismo rural¹ se ha convertido en un agente económico y social que influye en las poblaciones, generando cambios en comportamientos individuales y colectivos, además, desempeñando un papel esencial en la transformación de los sistemas económicos regionales y en el apoyo al país.

¹ La OMT entiende el turismo rural como “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Para el caso de las zonas cafeteras en Colombia como las del suroeste antioqueño, el turismo desempeña un papel crucial, por varias razones, como la diversificación de la economía, debido a que tradicionalmente estas regiones han dependido en gran medida de la producción de café como su principal fuente de ingresos, lo que permite reducir la vulnerabilidad a las fluctuaciones de los precios del café en los mercados internacionales. Además, crea empleos en una variedad de sectores como la hotelería, gastronomía, transporte y en las actividades recreativas, esto contribuye a reducir el desempleo y mejorar las condiciones económicas de las comunidades locales. Por otra parte, brinda la oportunidad de compartir la rica tradición cafetera de Colombia con visitantes de todo el mundo, los cuales permite que estos aprendan sobre el cultivo, la cosecha y la producción del café, lo que ayuda a preservar y promover esta parte importante de la cultura colombiana. También, fomenta la conservación de los ecosistemas naturales, ya que los visitantes valoran y exigen la preservación de los paisajes montañosos, las reservas naturales y la biodiversidad única que se encuentra en la zona. Por último, fortalece la identidad y el sentido de pertenencia a la zona, enorgullecendo su patrimonio y tradición.

Ahora bien, el café es una joya cultural que se encuentra arraigada en Colombia, con aspectos que abarcan desde prácticas hospitalarias hasta el comercio. De manera similar a otros productos ritualizados, como el vino, la cerveza y el té, el café ha generado una creciente demanda turística. Esta demanda se manifiesta tanto en zonas rurales, donde los consumidores desean conocer el proceso de producción del café, como en áreas urbanas, donde las cafeterías han ganado popularidad, especialmente con el auge del movimiento de los cafés especiales en las últimas tres décadas (Beatriz & Nunes de Oliveira, 2023).

El reconocimiento de la importancia histórica, económica y cultural del café en Colombia ha llevado a un aumento en la demanda de actividades turísticas relacionadas con su cadena productiva. Algunas regiones productoras ya han consolidado iniciativas turísticas exitosas en torno al café, mientras que otras son aún poco conocidas y necesitan una mayor promoción y desarrollo de su oferta turística. Por lo tanto, se busca contribuir al conocimiento y la promoción del café de la región, aprovechando su potencial como un atractivo cultural y económico de gran relevancia para el corregimiento de Tapartó.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El creciente interés turístico en la cultura y producción del café en Colombia se ha convertido en un fenómeno significativo en los últimos años. Este interés se debe en gran medida a la riqueza histórica y tradición cafetera del país, así como a la creciente apreciación global por el café de alta calidad y los cafés especiales. Los turistas, tanto nacionales como internacionales, buscan experiencias auténticas y enriquecedoras relacionadas con el café, desde visitar fincas cafeteras y participar en la cosecha, hasta degustar tazas de café recién tostado.

Sin embargo, a pesar de que el café es un recurso valioso para el turismo en Colombia, se observa una disparidad notable en la consolidación de iniciativas turísticas relacionadas con el café en diferentes regiones cafeteras del país. Por ejemplo, el Eje Cafetero, que incluye departamentos como Quindío, Risaralda y Caldas, ha desarrollado con éxito una sólida infraestructura turística en torno al café y es ampliamente reconocido como un destino líder en turismo cafetero. Por otro lado, existen regiones menos conocidas que tienen un potencial igualmente valioso como es el caso del cañón del río Tapartó corregimiento del municipio de Andes - Antioquia, pero que aún no han logrado estructurar eficazmente sus ofertas turísticas relacionadas con el café.

Estas diferencias en la consolidación turística del café plantean un desafío, por ejemplo ¿Cómo se puede aprovechar y promover de manera efectiva el potencial turístico del café en la región del suroeste antioqueño especialmente en Tapartó, no solo como un recurso económico, sino también como un atractivo cultural y de conservación?

Abordar esta pregunta de investigación es crucial para identificar estrategias que permitan impulsar el turismo en toda la región de manera equitativa, promoviendo el desarrollo económico y cultural y preservando al mismo tiempo el valioso patrimonio cafetero del país teniendo en cuenta que la región de Tapartó, tiene un gran potencial turístico y cafetero que depende de la colaboración de comerciantes, autoridades gubernamentales y la academia. Teniendo en cuenta que la oferta de café de especialidad en la zona es limitada, lo que afecta su visibilidad en el mapa turístico del suroeste antioqueño. Sin embargo, en la finca La Camelia es un establecimiento que puede ofrecer turismo rural, y se eligió para evaluar la preferencia de compra de café de calidad

entre consumidores, productores y visitantes. También se busca identificar el mejor método de preparación para este tipo de café.

Antecedentes

El suroeste antioqueño una región ubicada en el departamento de Antioquia, Colombia, es conocida por su destacada producción de café, que desempeña un papel fundamental en la economía y la cultura de la región. Es una zona donde el café se produce hace más de un siglo y es una parte integral de su identidad y tradición, donde a su vez se promueven mejoras en la productividad y transformaciones agroindustriales, siendo el café el que abarca el 72% de la tierra destinada a estos cultivos, representando un porcentaje significativo en la producción departamental (Sectorial. Análisis, monitoreo y evaluación de sectores, 2017).

Además de su importancia en la producción de café, el suroeste antioqueño ha desarrollado un turismo rural en crecimiento, teniendo en cuenta que, en los últimos años, la región ha experimentado un auge en la producción de café de especialidad, con productores que se esfuerzan por mejorar la calidad de sus granos, lo que ha llevado a un mayor reconocimiento y demanda en el mercado nacional e internacional. Dado que, por la calidad de su origen y su delicioso sabor, Colombia ocupa históricamente el tercer lugar entre los países productores de café a nivel mundial, según la Organización Internacional del Café (INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION, 2022). Sin embargo, la asociación cooperativa Organicoop, hace alusión a que la mayor parte de la producción de café se destina a la exportación y muy poco al consumo interno (Hernández Vásquez & Echeverri Velásquez, 2022). Aunque, en los últimos años, esta medida ha cambiado, y las empresas colombianas han comenzado a adaptarse a los estilos que se han popularizado internacionalmente frente al mundo cafetero; y donde hoy en día las personas buscan altos estándares de calidad en los productos y quieren recibir un servicio auténtico que signifique una experiencia memorable, digna de ser repetida. Es allí donde el turismo rural se fortalece dando una oferta turística orientada al aprovechamiento de elementos como las fincas cafeteras, la mano de obra campesina y otras condiciones relacionadas con el paisaje y la producción de café, característicos de zonas como Tapartó en el suroeste antioqueño.

Es importante resaltar, que hoy en día se producen diversos tipos de café como, por ejemplo, el *café de especialidad*, acuñado dicho termino en 1978 por Erna Knutsen refiriéndose a granos

con perfiles de sabor únicos que se producen en microclimas y geografías especiales (Torres Quitão, Pereira Zamith Brito, & Belk, 2017), y que se define: *por la calidad del producto, ya sea en grano verde, tostado o bebida preparada, y por la calidad de vida que el café puede ofrecer a todos aquellos involucrados en su cultivo, preparación y degustación*” (Specialty Coffee Association, 2021). En palabras sencillas es un café con altos estándares de calidad que van desde la semilla hasta la taza y que además se califica bajo el protocolo de puntuación de la SCA (Specialty Coffee Association), la cual es una escala que va desde 0 a 100 puntos y que permite diferenciar los cafés comerciales de los especiales (Café La Nacional). También se encuentran el *café gourmet*, si bien muchas personas creen erróneamente que es lo mismo que un café de especialidad es importante tener en cuenta que este último se rige por la SCA, mientras que los gourmets no están sujetos a ninguna autoridad o regulación de este tipo. Sin embargo, en teoría también se refiere a un café de alta calidad dado que los granos han sido cuidadosamente elegidos, son los productores y fabricantes quienes los categorizan de esa manera, y se distingue por su sabor excepcional, aroma distintivo y métodos de producción y procesamiento cuidadosamente controlados. Estos cafés se cultivan en condiciones óptimas, como altitudes elevadas y climas específicos, lo que contribuye a su sabor único (Carreño Rueda & Castro Ariza, 2011). Por otro lado, se encuentra el *café orgánico*, es una variedad de café cultivado utilizando métodos agrícolas que se adhieren a estándares y prácticas ecológicas y sostenibles, respetando el medio ambiente, promoviendo la biodiversidad y evitando el uso de productos químicos sintéticos, pesticidas y fertilizantes en el proceso de cultivo y producción del café, en el cual se reemplazan por abonos naturales y los cuales cumplen con los estándares internacionales como la Acreditación en el departamento de Agricultura de Estados Unidos de Norteamérica en el Programa Nacional Orgánico USDA (Morales Quijano & López Betancur, 2010). Por último, está el *café con denominación de origen* se refiere a café que proviene de una región geográfica específica y se produce exclusivamente en esa zona, los cuales tienen cualidades únicas y atributos especiales en su sabor y aroma, y según la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia: *es un instrumento legal que permite asegurar o garantizar el origen de un producto y protegerlo*, y muestra la conexión entre la calidad del café, la tradición y la región donde se cultiva (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2012).

Adicionalmente, ha evolucionado las diferentes formas y presentaciones en el consumo del café, pero, sin una preparación adecuada, incluso el mejor café puede arruinarse, y el método y la

preparación determinara la calidad del café. Además, hay que tener en cuenta que el café se ve influenciado por numerosos procesos en su producción, siendo cruciales el cultivo, la selección, la combinación de granos, el tueste y la molienda. La calidad y el sabor del café varían en función de la atención y la calidad aplicadas en estos procedimientos. Es fundamental tener un conocimiento detallado del café que se preparará, incluyendo su variedad, origen, fecha de cosecha, ubicación y nivel de tueste, así como conocer el perfil de sabor del café, anticipando los sabores que se experimentarán en la bebida, lo que puede oscilar entre un café equilibrado y uno con una acidez pronunciada (Fideicomiso Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia, Toma Café, 2011), ya que cada método de preparación ofrece una experiencia de degustación única, y la elección depende de las preferencias personales en cuanto al sabor, la fuerza y el proceso de elaboración.

JUSTIFICACIÓN

En el municipio de Andes la mayoría de la población consume el café (tinto), preparado en Greca, método que no permite resaltar las cualidades de un buen café. El trabajo propuesto se enfoca en encontrar y mejorar el método de extracción de café más adecuado para la comercialización en la región de Tapartó, con el fin de enriquecer la experiencia de los turistas y, al mismo tiempo, brindar oportunidades económicas más sólidas a la comunidad local. Este esfuerzo no solo se trata de ofrecer un café de alta calidad, sino también de promover un mayor entendimiento y aprecio por la cultura cafetera en la región. Debido a que, al buscar el método de preparación óptimo, se pueden explorar diversas técnicas, desde el clásico expreso hasta el método de filtrado de goteo, teniendo en cuenta las preferencias de los turistas y la disponibilidad de recursos locales. Esto podría mejorar la calidad del café servido, y contribuir a la diversificación de la oferta turística y a la creación de una identidad única para la región.

El enfoque en aumentar el conocimiento sobre la cultura cafetera local para tener un impacto positivo puede beneficiar tanto a los turistas que buscan una experiencia auténtica como a la comunidad local que busca aprovechar el potencial del turismo en la región, teniendo en cuenta que la situación económica actual en la producción del café presenta una serie de desafíos locales que plantean preocupaciones sobre la sostenibilidad del negocio. Estos desafíos incluyen la fluctuación de los precios de compra, que a veces son considerablemente bajos en ciertos periodos, lo que puede afectar la rentabilidad de los productores. Además, la escasez de mano de obra en algunas ocasiones y los elevados costos de los insumos necesarios para la producción de café son factores que añaden presión adicional a los productores.

Por lo tanto, impulsar el turismo en la región cobra importancia dentro de las estrategias de supervivencia de productores y campesinos, teniendo en cuenta que el suroeste antioqueño es una de las zonas con preferencia cuando se eligen los destinos para viajar, ya que es una zona cafetera con paisajes espectaculares y cultivos de café que logran producir perfiles de taza de café especial,

Teniendo en cuenta lo anterior y de acuerdo con el informe mensual de turismo en Colombia para junio de 2023 a Colombia ingresaron aproximadamente 3.040.310 personas como visitantes no residentes, ubicándose principalmente en Bogotá, Medellín y Cartagena. Además, se indica en este informe que el alojamiento y servicios de comida están en la posición número 11 de las principales contribuyentes al valor agregado nacional, con unos 41 miles de millones de pesos

colombianos valorados. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2023), lo cual puede tener una serie de beneficios significativos tanto para la economía local como para la comunidad en general de las diversas regiones, pese a que el turismo fue una industria que más golpeo la pandemia de 2020 con caídas de hasta 73% de viajeros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023), sin embargo, este ha mostrado una buena recuperación en los últimos años reportando que en 2023 la recuperación de turistas fue en un 84% comparado con los niveles de turistas previos a pandemia. (Organización Mundial de Turismo, 2023).

OBJETIVOS

Objetivo general

Promover el desarrollo sostenible de la región del Suroeste Antioqueño, centrado en la industria cafetera y el turismo, con el fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad local y preservar sus recursos naturales y culturales.

Objetivos específicos

- Fomentar la diversificación económica en la región del Suroeste Antioqueño mediante el fortalecimiento de la industria turística y la promoción del café de calidad como producto emblemático.
- Desarrollar una herramienta para poder evaluar el gusto de los consumidores y poder determinar si están dispuestos a pagar un valor agregado por café diferenciado

MARCO TEÓRICO

El turismo se destaca como uno de los sectores económicos más dinámicos y en constante crecimiento a nivel mundial. Esto se evidencia claramente a través de dos indicadores significativos que subrayan su trascendencia en la economía global: su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) y su impacto en la generación de empleo a nivel mundial (Valdez Pineda & Ochoa Silva, 2015); y al mismo tiempo diversifica la estructura económica, reduciendo la dependencia de sectores tradicionales, además fortalece la cohesión social y contribuye al desarrollo de las regiones.

Por otra parte, vemos que, en la última década el turismo rural ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial, impulsado por destacados factores. Uno de los motivos detrás de este auge es la creciente apreciación de la naturaleza y el deseo de escapar de la vida agitada de las grandes ciudades. Asimismo, los agricultores de todo el mundo han encontrado en el turismo rural una valiosa oportunidad para diversificar sus actividades económicas (Sisalima, (s.f)).

El turismo rural, como forma de actividad turística, se presenta como una alternativa atractiva para la conservación de los recursos naturales. Al resaltar la pureza del entorno y promover la apreciación de la naturaleza, contribuyendo a crear las condiciones propicias para la preservación de los ecosistemas locales. Esto es de suma importancia en un momento en que la protección del medio ambiente se ha vuelto una preocupación global (Toala Parrales, s.f). Además de su impacto positivo en la conservación ambiental, ya que desempeña un papel crucial en la revitalización de áreas rurales que enfrentan desafíos económicos, debido a las crisis recurrentes en el sector agrícola a menudo resultan en la migración de población rural a las áreas urbanas en busca de oportunidades de empleo. En este contexto, este tipo de turismo ofrece una fuente de ingresos alternativa al permitir que los agricultores compartan sus conocimientos, entorno natural y manifestaciones culturales con los visitantes, con el fin de que esta actividad beneficie directamente a las comunidades rurales al impulsar la expansión de sus actividades económicas, combinando la agricultura con el turismo de manera equitativa y sostenible (Apodaca-González, Juárez-Sánchez, Ramírez-Valverde, & Figueroa Sterquel, 2014).

Se puede afirmar que el turismo tiene el potencial de impulsar el desarrollo y reducir la pobreza en las áreas rurales más marginadas de los países en desarrollo. Sin embargo, es importante destacar, según Vélez (2012) y Juárez y Ramírez (2007), que el turismo rural debe considerarse como un complemento a las actividades agrícolas existentes, en lugar de desplazarlas. Esto se debe a que el turismo es una actividad estacional y no constante. En otras palabras, la coexistencia de múltiples funciones en el espacio rural es fundamental para respaldar las actividades turísticas de manera efectiva (Vélez Rivas, 2003) (Juárez Sánchez & Ramírez Valverde , 2012).

Turismo en el suroeste antioqueño

El potencial de desarrollo turístico en la subregión del suroeste antioqueño, reconocida como la ruta del café, el carbón y la arriería, es verdaderamente destacado. Esta área se distingue por su arraigada tradición cafetera y ofrece una amplia gama de atractivos naturales e históricos. Es un territorio caracterizado por sus cultivos de café, caña de azúcar, fríjol, plátano, yuca, maíz, ganadería y actividad minera relacionada con el carbón (Castaño Molina , (s.f)).

La producción de café en el suroeste antioqueño no solo ha dejado una huella en la creación de la imagen del caficultor antioqueño, sino que también ha convertido al café en el emblema del agroturismo de la región. Por lo tanto, los productos turísticos de esta subregión giran en torno a este preciado grano, ofreciendo diversas experiencias a los visitantes (Vargas Arias, 2018). Estas experiencias pueden incluir la interacción directa con los cultivos de café y la oportunidad de conocer de cerca el proceso de producción del café, desde la cosecha hasta la taza.

En términos económicos, la subregión del suroeste antioqueño contribuye significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) del departamento, representando aproximadamente el 4,1% del mismo. Los sectores clave que impulsan este valor agregado son la agricultura, el comercio, las actividades inmobiliarias y la manufactura, lo que subraya su importancia como un centro económico importante después de las áreas urbanas más destacadas del departamento, como el Valle de Aburrá, Oriente y Urabá (Equipo técnico de la Universidad de Antioquia, (s.f)).

Por otro lado, en el suroeste antioqueño el corregimiento de Tapartó, cuyo centro poblado es conocido como Villa Cesar, forma parte del municipio de Andes y se encuentra en una ubicación geográfica estratégica. Limita al norte con el municipio de Betania, al este con el corregimiento de San José, al sur con el corregimiento de Quebrada Arriba y al oeste con el municipio de Bagadó (Gobernación de Antioquia, (s.f)). El poblado del corregimiento se encuentra a aproximadamente 19 kilómetros del centro de Andes y está compuesta por la cabecera urbana junto con 15 veredas que conforman su territorio. Donde uno de los principales atractivos turísticos de esta región son los impresionantes Chorros de Tapartó, que se sitúan a unos 6 kilómetros del parque central de Tapartó (Villa Cesar), específicamente en la vereda La Rochela. Estas caídas de agua varían en altura, alcanzando entre 70 y 300 metros, y forman pozas naturales de agua cristalina que son ideales para el disfrute y para quienes buscan de aventura y la oportunidad de explorar la belleza del paisaje cafetero (Osorio Bte, 2012).

El café en el suroeste antioqueño

En Colombia únicamente se siembran dos variedades de café, arábicas y robustas, pero donde encontramos una diversidad de suelos, microclimas y estructuras geográficas en las regiones cafeteras que influyen en la calidad y el sabor del café, lo que hace que cada región cafetera tenga características únicas en sus granos de café. Esto es lo que hace que el café sea una bebida tan rica y variada en todo el mundo.

En el suroeste antioqueño de Colombia, se cultiva principalmente café arábica. El café arábica es conocido por su sabor suave y aromático, y es una de las variedades de café más apreciadas en el mundo. Sin embargo, en la región de Tapartó vemos cultivos de etíope variedad 2000 y *Cenicafé 1* (Imagen 1), el cual este último se originó a partir de un proceso de selección minuciosa que involucra 8 progenies avanzadas, las cuales fueron elegidas cuidadosamente entre un conjunto inicial de 116. Estas progenies se desarrollaron como parte del Programa de Mejoramiento Genético de *Cenicafé*, y surgieron a través de cruces entre la variedad Caturra y el Híbrido de Timor 1343. Esta selección se basa en el concepto de variedad compuesta, lo que significa que *Cenicafé 1* es una variedad de café que reúne distintos linajes, cada uno de ellos con diversos mecanismos de resistencia y adaptabilidad frente a la roya del cafeto y resistencia a la enfermedad de la cereza del café (CBD) (Flórez, y otros, 2016).



Imagen 1. *Cenicafé tipo 1 80% y variedad 2000 20%*

La altura promedio de la Variedad *Cenicafé 1* a los 24 meses es de 140,1 cm, con un rango que oscila entre 138,7 y 141,5 cm, esta altura es similar a la de la variedad Caturra, que alcanza los 142 cm. Su estructura similar a Caturra permite un cultivo denso, con hasta 10,000 árboles por hectárea sin sombra o de 5,000 a 7,000 bajo sombra, lo que aumenta la productividad en áreas limitadas. Cada árbol de *Cenicafé 1* produce 17.6 kg de cerezas en cuatro cosechas, comparable al rendimiento de Castillo. Esto promueve mayores cosechas para los agricultores. Además, aproximadamente el 84% de los granos de *Cenicafé 1* alcanza el tamaño de zaranda 18, lo que se traduce en un estado de Supremo, posiblemente generando precios más elevados. Esto se relaciona con la calidad sensorial, ya que de acuerdo con la clasificación del puntaje de taza final en la escala SCA de 84, y un panel en el departamento de Caldas se describe como muy buena y se clasifica

como café especial, además con notas de catación a cacao, avellana y miel; lo cual muestra que no existe diferencia entre la calidad en la bebida entre *Coffea arabica* y *Cenicafé 1* (Flórez, y otros, 2016).

Métodos de preparación de Café

Inmersión

Son aquellos en los que el café se sumerge en agua caliente y se deja reposar durante un período de tiempo antes de filtrar o separar el café de los posos o los granos molidos, un ejemplo de este tipo de método es la Prensa Francesa, también conocida como cafetera de pistón o de émbolo, es un método sencillo y popular para preparar café en cantidades pequeñas. Su origen se remonta a alrededor del año 1850 en Francia, y desde entonces ha gozado de una amplia difusión (Fideicomiso Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia, Toma Café, 2011). Esta cafetera se compone principalmente de dos partes esenciales: un recipiente de vidrio o plástico y un émbolo o pistón. El émbolo cuenta con una base equipada con pequeñas perforaciones que funcionan como filtro y se ajusta perfectamente en el interior del recipiente, creando un sello hermético de aire que resulta fundamental en el proceso de preparación del café. La forma de utilizarla implica colocar café, generalmente de molienda gruesa, en el recipiente y luego añadir agua caliente. Posteriormente, mediante una acción de presión hacia abajo con el émbolo o pistón, se procede a filtrar la infusión para obtener la bebida final (Comité Europeo para la Formación y la Agricultura-CEFA, 2020). Este método se ha mantenido popular debido a su simplicidad y eficacia en la extracción de los sabores naturales del café, proporcionando una taza de café con un perfil de sabor completo y un cuerpo agradable. La prensa francesa es una elección apreciada por los amantes del café que buscan una experiencia de preparación tradicional y un café de calidad.

Percolado

Dentro de las preparaciones de percolado encontramos la tradicional greca colombiana que permite la preparación del café por goteo en grandes volúmenes y es una técnica de preparación de café que implica circular agua caliente a través de un lecho de café molido. Esto permite que el agua se impregne con los sabores y aromas del café a medida que atraviesa el lecho de café,

extrayendo los compuestos solubles esenciales que le dan al café su sabor característico (Fideicomiso Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia, Toma Café, 2011).

El proceso de percolación puede realizarse de diferentes maneras, como utilizando una cafetera de percolación, una máquina de espresso o incluso métodos de preparación más tradicionales como la percolación a la antigua en una olla o cacerola. Este método de preparación puede variar en términos y temperatura, así como la cantidad y la finura del café molido, estos son factores que puede afectar el perfil de sabor final del café. En general, los percolados tienden a producir un café con un sabor fuerte y a menudo un poco más amargo que otros métodos de preparación, ya que el agua está en un contacto prolongado con el café molido durante la preparación. (Fideicomiso Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia, Toma Café, 2011)

Preparación más común en Colombia

El tinto es la preparación de café más común en Colombia, y simplemente significa café negro largo, que se elabora por el método de vertido con un filtro de tela, que comúnmente lo vemos procesado en grecas. Este método nació hace varias décadas en las zonas cafetaleras, se dice que, en la región de Antioquia, y ha contribuido a definir la identidad de los colombianos. Es una bebida muy accesible que se puede encontrar en cafeterías, hogares, parques, oficinas y en la calle. Aunque no hay una certeza absoluta sobre su origen, existen varias teorías y una de ellas proviene de un chiste de la clase trabajadora, donde estas personas no podían acceder al lujo de beber vino tinto y encontraban en el café una alternativa más asequible y con un parecido similar en color cuando se pone a contraluz, a la bebida alcohólica (Carrow Coffee Roasters, 2016).

La popularidad que alcanzo este término fue tan grande, que la RAE incluyo dos nuevas acepciones: “infusión de café negro” o “dicho del café: Muy concentrado.” Generalmente, el tinto es una infusión de café molido, normalmente se toma sin azúcar y para endulzarlo utilizan el agua panela (Lattenda.del café, (s.f)).

METODOLOGÍA

Se realizó un estudio exploratorio cuantitativo y cualitativo en el contexto del turismo rural relacionado con la cultura del café, esto incluye aspectos como la identificación de los atractivos turísticos relacionados con la producción de café y algunos métodos de preparación, asimismo en la realización de una encuesta específica relacionada con el turismo cafetero, con el propósito de medir la percepción de los visitantes.

Para este estudio se realizaron dos métodos de preparación, con café local de la finca La Camelia, de la variedad *Cenicafe tipo 1* 80% y *variedad 2000* 20% y el varietal Etíope, con tuestión media y molienda media-fina. Para los métodos se manejaron ratios de 1:15, es decir 1 gramo de café por cada 15 gramos de agua, la cual se sometió a calentamiento hasta 92°C. El primer método de preparación fue a través de prensa francesa y V60.

Se realizó una encuesta a 24 personas, de diversas edades, con el fin de solicitar información general de las personas, evaluar el consumo de café de cada una de ellas y el conocimiento de algunos métodos de preparación. Los datos se recolectaron en Google forms y se evaluaron con la ayuda del software Microsoft Excel 2023.

La encuesta utilizada fue la siguiente:

Encuesta cafés especiales-Turismo

Agradecemos su participación. Esta encuesta se realiza para apoyar una investigación de estudiantes de la Especialización de Café de la Universidad de Antioquia. Antes de diligenciar la encuesta por favor lea estas definiciones.

Café especial: es un café diferenciado por características de origen, preparación o sostenibilidad en su producción.

Tinto: esta palabra se usa para referirse de manera genérica al café negro, sin leche.

Email: _____

Nombres y Apellidos: _____

Edad: 15-25 26-36 37-47 48-58 59 en adelante

Sexo: Hombre Mujer

Grado de Escolaridad: _____

¿En qué zona vive? Urbano Rural

Grado de Escolaridad: Primaria Bachillerato Universitario

Ocupación: _____

Procedencia: Visitante Nacional Visitante Extranjero Local

Escriba el país y ciudad de origen: _____

Ud. consume café? Si No

¿Cuántos cafés tintos toma al día? 1 2 3 mas

¿Qué significa para usted el café? _____

¿Qué experimenta al tomar café? _____

¿Considera que el café es bueno para la salud? Si No

¿Cuáles son los horarios más frecuentes que toma café?

Mañana Tarde Noche

¿Dónde toma el café? Establecimiento Casa Trabajo Estudio

¿Usted toma tinto de greca? Si No

Si su respuesta fue si, por favor indique ¿Por qué?

Tradición Oferta

¿Qué métodos de preparación de café conoce? Prensa Francesa V-60

Aeropress Chemex Prensa Italiana Olla-Perol Ninguno

¿Qué es lo que busca al tomar café? Calidad Experiencia Estimulación

Precio

¿Cuánto paga por un café (tinto)? _____

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un café especial? _____

¿Visitaría la zona cafetera solo para tomar un buen café? Si No

Califique el café que le ofrecieron en escala 1 a 5, 5 excelente y 1 pésimo _____

Análisis sensorial

Se realizó prueba descriptiva cuantitativa para café con panel del Grupo de Investigación en Ciencia Sensorial y del Laboratorio de Análisis Sensorial de la Universidad de Antioquia, bajo las Normas Técnicas Colombianas NTC 4883:2000 (I.C.S.:67.140.20; 67.240.00) y NTC 3566:1993 (I.C.S.: 67.140.20), para el análisis y preparación de la muestra, y donde se utilizó una metodología de consenso, además se aplicó un método escalar de 10 puntos para los atributos de

fragancia, aroma, acidez, amargo, cuerpo, sabor residual, impresión global y otros descriptores de defecto y/o calidad.

RESULTADOS

En la encuesta realizada a 24 personas, se encontró la siguiente información: en la primera parte se observó que el 37.5% de los entrevistados se encuentran entre los 26-36 años, siendo el 66.7% hombres con grado de escolaridad universitario (83.3%), que viven en las zonas urbanas, y que ejercen diversas profesiones como ingenieros y abogados, pero principalmente cafeteros,

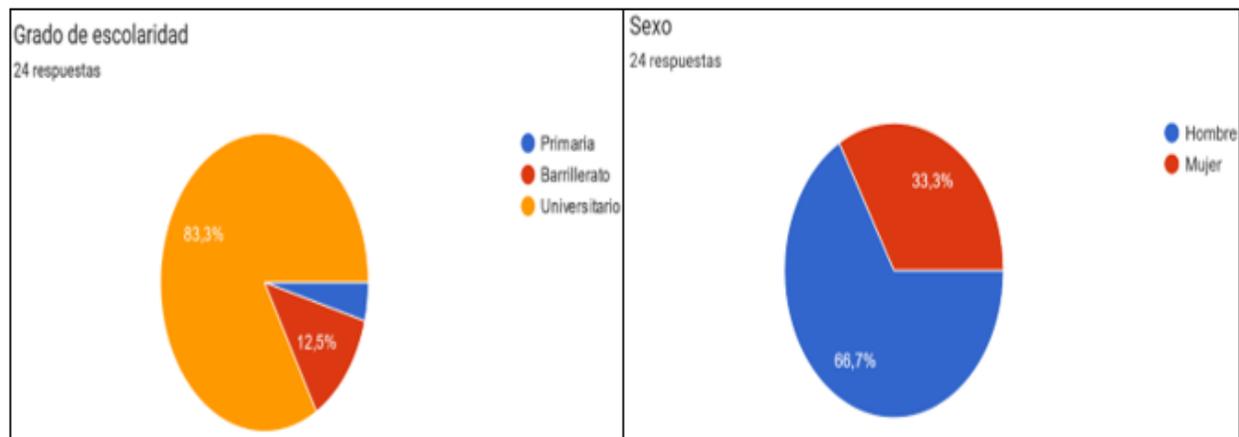


Figura 1. Segregación de grado de escolaridad y sexo de la muestra residentes de la zona.

Con respecto a las preguntas relacionadas con el consumo de café, el 95.8% manifestaron ser consumidores de café, donde el 54.2% toma más de 3 tazas al día, además, manifiestan que el café evoca una amplia gama de emociones y sensaciones, entre las que incluyen: vibra energía, vitalidad, felicidad, sociabilidad, calidez, relajación, placer, sensación de bienestar, y que además lo consideran bueno para la salud (87.5%). Asimismo, manifiestan que el horario habitual de consumo es la mañana (83.3%) y la mayoría lo consume en su casa, seguido del trabajo. Por otro lado, se observó que el 54.2% de los encuestados toma tinto de greca y el 70.8% lo hacía más por tradición que por un valor económico.

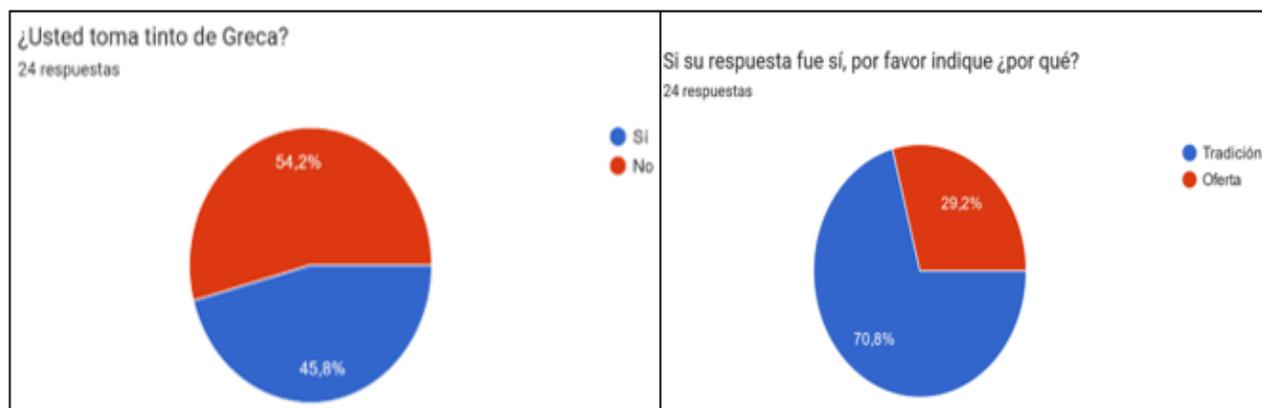


Figura 2. Tinto de greca y motivación para tomarlo

Posteriormente frente a los métodos de preparación el 66.7% conoce el método por Prensa Francesa, además se evidencia que lo que buscan las personas al tomar un café es calidad (50%) del producto y lo que menos buscan es el precio; también se determinó que, en la mayoría de los participantes (79.2%) podrían visitar la zona cafetera solo con la intención de tomarse un buen café.

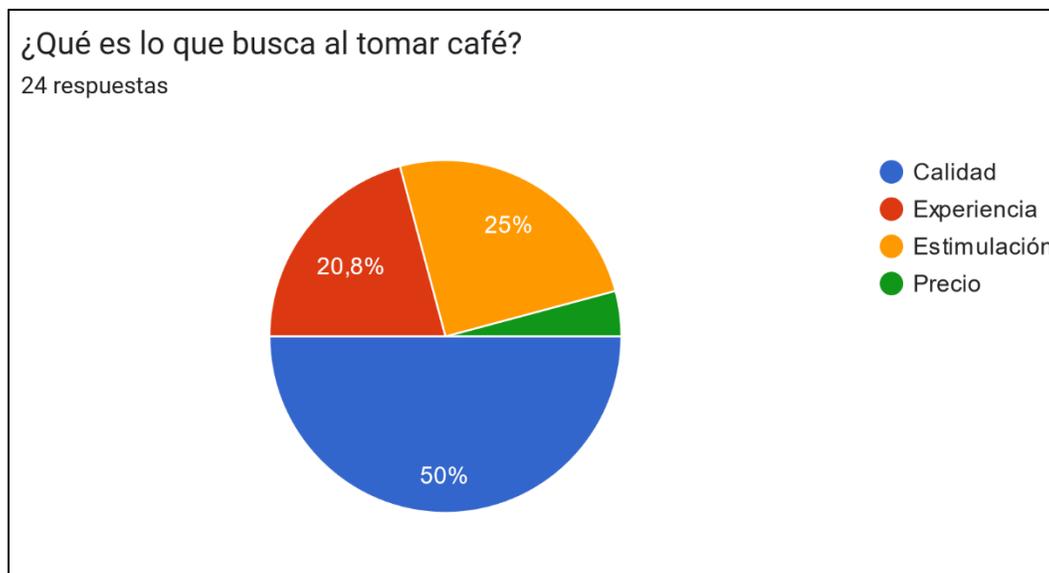


Figura 3. Expectativa de tomar café

En concordancia con la respuesta dada por las personas respecto a la calidad de la taza, se debe tener en cuenta que esta evaluación en ocasiones se realiza sobre la bebida y no sobre el grano,

habitualmente se utiliza la escala de valoración de taza de SCAA, pero para esta evaluación se debe contar con jueces clasificados como “Q grade”.

Evaluación Sensorial

Jueces expertos realizaron el análisis de los cafés de la finca La Camelia bajo prueba descriptiva cuantitativa en la cual los descriptores sensoriales de las muestras se calificaron en escala de 0 a 10 bajo la NTC 4883. El perfil sensorial obtuvo una impresión global de 8 puntos del total de la escala así mismo la fragancia, lo que demuestra que es un café con una alta calidad, indicando no sólo la calidad comercial final, sino que también indica que las condiciones del proceso y los cuidados brindados al café fueron adecuadas desde su cultivo hasta la obtención de la bebida.

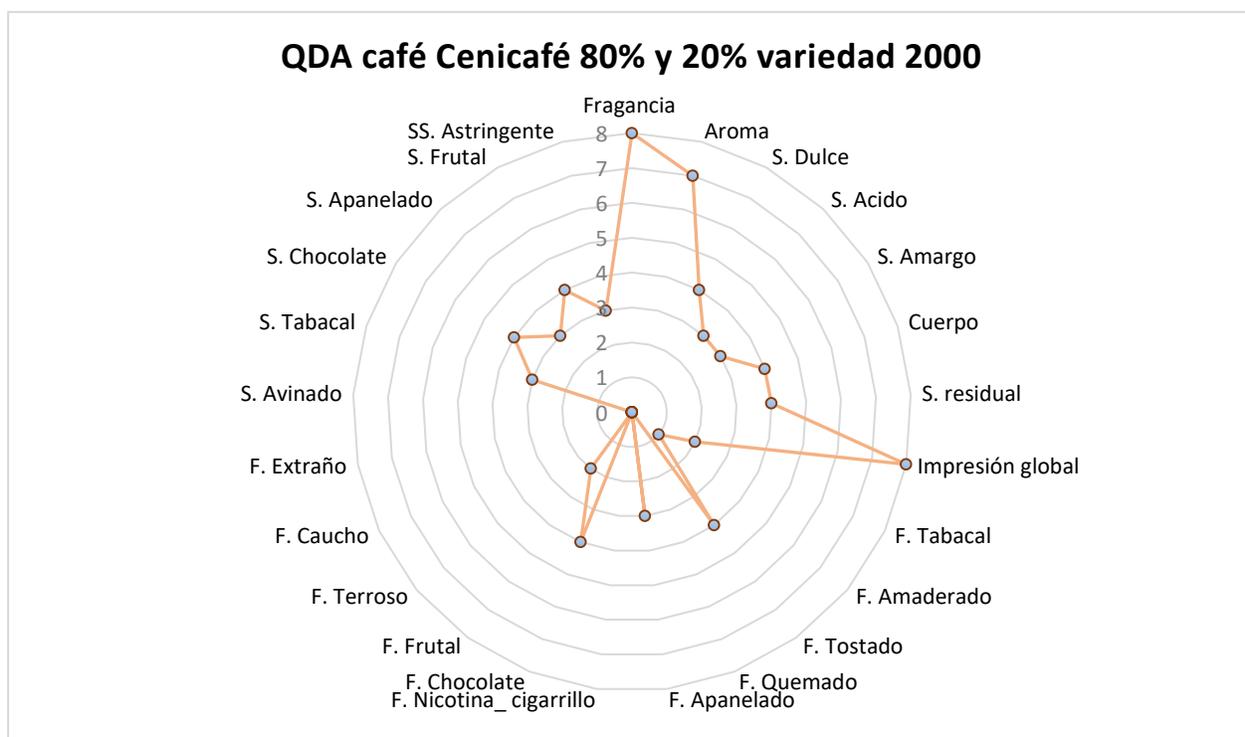


Figura 4. Descriptores de café evaluados de la finca La Camelia- Cenicafe 80% y Variedad 2000 20%

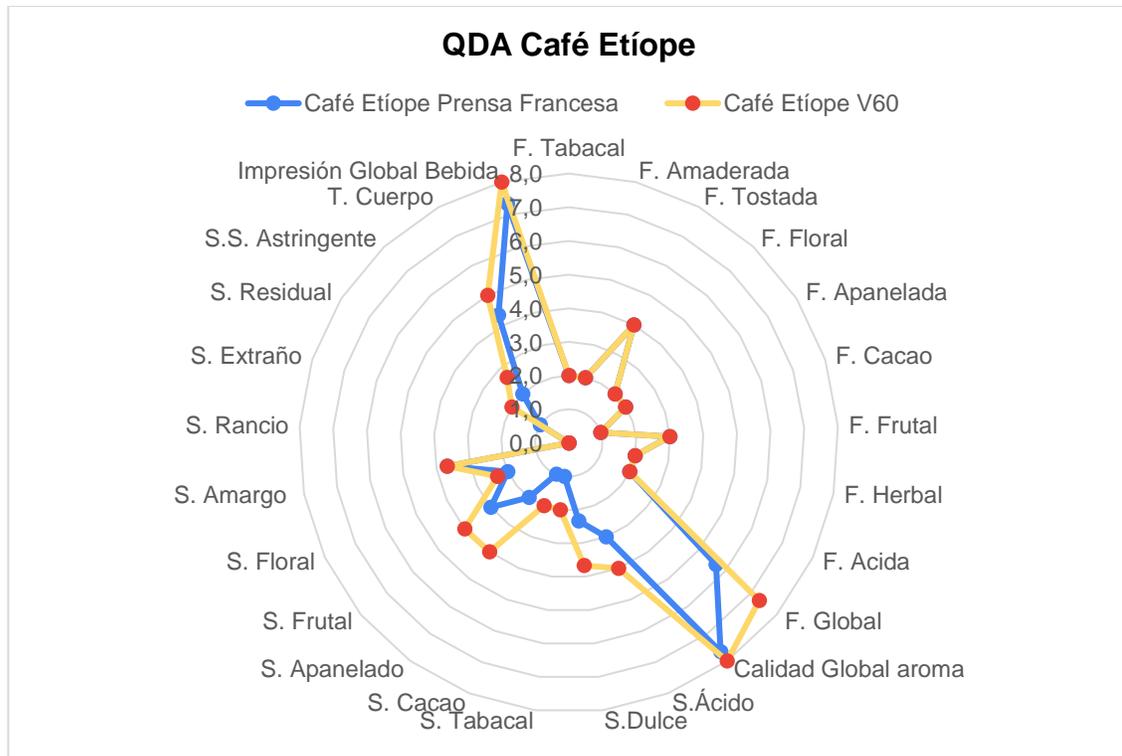


Figura 5. QDA Café Etíope. Preparación V60 y Prensa Francesa

En el gráfico se observa que en el método de preparación V60 se resaltan las características sensoriales de frutales, herbales y apanelado y la impresión global del café con una intensidad de 8 (8), diferente al método de preparación Prensa Francesa donde se percibieron intensidades muy bajas o ninguna, de frutales, florales, ácido y herbal.

DISCUSIÓN

El suroeste antioqueño, una región conocida como la "ruta del café, el carbón y la arriería," se destaca por su vocación cafetera, su rica herencia cultural y su hermoso paisaje natural. En los últimos años, ha experimentado un crecimiento significativo en el turismo rural, especialmente en torno al café, convirtiéndose en un importante motor económico y cultural de la región y es por eso por lo que la Gobernación de Antioquia, a través de la Dirección de Desarrollo Turístico, ha demostrado un compromiso estratégico con el desarrollo del suroeste antioqueño. Este enfoque estratégico se ha traducido en la implementación de diversas acciones destinadas a fortalecer la ruta turística conocida como "Suroeste territorio cafetero". Como resultado de estas iniciativas, la región se encuentra actualmente en proceso de consolidación como uno de los destinos turísticos más prometedores dentro del departamento de Antioquia en cuanto a ese tema (Vargas Arias, 2018).

Este enfoque estratégico ha sido fundamental para dar visibilidad a la riqueza turística del suroeste antioqueño, que combina su profunda tradición cafetera con un entorno natural exuberante y una herencia cultural única. Al impulsar y promover esta ruta turística, se ha logrado atraer la atención de viajeros y amantes del café de todo el mundo, esto permite que la región tenga más oportunidades económicas para la zona, y al mismo tiempo se da fortalecimiento de la identidad cultural y al orgullo de las comunidades, esto ha permitido que el turismo se convierta en una poderosa herramienta para la preservación y promoción de las tradiciones y costumbres locales.

Por otro lado, en el suroeste antioqueño el municipio de Andes se posiciona como un punto estratégico en la región, funcionando como un centro de escala esencial. Esto se debe a su papel como una vía de paso obligada hacia destinos turísticos destacados como Jardín, así como a su relevancia como un núcleo comercial y de transporte en la zona. Además de su función como centro de conexión, Andes cuenta con una infraestructura hotelera básica que le permite atender la demanda de alojamiento en temporada alta, especialmente cuando destinos cercanos como Jardín o Ciudad Bolívar no pueden satisfacer completamente esta demanda. Es importante destacar que Andes y sus corregimientos como Tapartó despliegan un mayor desarrollo en lo que respecta a su infraestructura turística, principalmente a través de las fincas hoteles. Esto se debe a su destacada producción de café en el departamento de Antioquia y a la presencia de la cooperativa de

caficultores más consolidada de la región. Estas finca hoteles ofrecen a los turistas no solo alojamiento, sino también servicios de alimentación y la oportunidad de sumergirse en el proceso productivo del café. Los visitantes tienen la posibilidad de conocer en detalle cómo se cultiva, cosecha y procesa el café, además de interactuar con los recolectores y aprender sobre la cultura cafetera local. Esta experiencia enriquecedora brinda a los turistas la oportunidad de comprender mejor el valor del café en la región y cómo contribuye al tejido social y económico de Andes (Vargas Arias, 2018).

Ahora bien, en la región del suroeste de Antioquia, el turismo ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Este aumento se ha visto impulsado por los planes de desarrollo territorial tanto a nivel departamental como regional (ARAMBURO, 2016), además, esta tendencia se alinea con el crecimiento global del ecoturismo y el turismo rural, como lo destaca el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2023). Este contexto presenta una gran oportunidad para la región, aunque es esencial reconocer que esta oportunidad puede desaprovecharse si las preparaciones de café no logran satisfacer las expectativas de los visitantes, ya que estos no solo esperan interactuar con los cultivos de café, aprender sobre el proceso de producción, sino también disfrutar de una taza excepcional, ya que hoy en día los consumidores no solo esperan una bebida con cafeína, sino también perfiles de sabor únicos y una bebida de calidad, y es por esto que vemos que hoy en día en algunas regiones como Tapartó han respondido a esta demanda tratando de producir cafés especiales que destacan por su sabor distintivo.

Asimismo, vemos como en los resultados de la encuesta, los visitantes de la región muestran un gran entusiasmo por buscar toma un café de calidad, pero se evidencia que son pocos los métodos de preparación que conocen o que utilizan en la región. Cabe resaltar que conocer y aplicar diferentes métodos de preparación del café puede tener un impacto significativo en el incremento de la economía de la región, especialmente si el café es uno de los productos principales de dicha zona, ya que esto permite diversificar la oferta turística, y al mismo tiempo puede incentivar a los productores locales a mejorar sus prácticas agrícolas y de cultivo para satisfacer la demanda de granos de calidad superior para el disfrute de una buena taza de café.

La conexión entre el turismo y el café es evidente, ya que el café es uno de los principales atractivos de la región y una parte integral de su identidad. Por lo tanto, mejorar la calidad de las preparaciones de café puede contribuir significativamente a la satisfacción de los turistas y al éxito

continuo de la industria turística en el suroeste de Antioquia. Esto no solo beneficiaría a los visitantes, sino que también generaría oportunidades económicas para las comunidades locales y fortalecería la reputación de la región como un destino turístico cafetero.

Desde la perspectiva del marketing, el método de Sampling o muestreo de productos es ampliamente utilizado hoy en día para captar nuevos clientes y dar a conocer los productos (GIOMAIRA, 2015), el método consiste en ofrecer una muestra del producto que se promociona para generar un estado de felicidad en los clientes, lo que permite hacer una mejor conexión con los clientes, estrategia que ha sido estudiada por varios autores (Online Labels, 2020) y que muestra muy buenos resultados (Florido, 2015).

Esta metodología de marketing ha sido utilizada por otros autores como Juan David et al. (ABADÍA & GÓMEZ, 2014) en el plan de mercadeo de café ginebras reportan que entregaron muestras en centros comerciales y se obtuvo una respuesta positiva de los consumidores, mientras que Nicolás Cardona et al. (Carmona & Aguirre, 2021) indican que algunos participantes de degustaciones desearían aumentar la frecuencia con la que participan de estos métodos de marketing, ya que los anima a llevarse a casa el paquete de café, así mismo, algunas estudios reportan hasta un 14% del reconocimiento de marca asociado a consumo de degustaciones de producto lo que afianza la confianza de los consumidores en una marca (CONTRERAS, 2022), lo cual sería una excelente estrategia de mercadeo en la región de Tapartó, teniendo en cuenta que habitualmente los habitantes y visitantes de esa región, toman es tinto, darles muestras de diferentes métodos de preparación serían una nueva opción para darle más valor al café.

Por otro lado, el perfil de café puede ser de manera profesional y estandarizada a través de la metodología desarrollada por la asociación Americana de Cafés Especiales SCAA, bien sea directamente del café, o mediante la evaluación sensorial de taza y que puede demorar un mínimo de 3 meses para calibrar a los jueces que realizan la evaluación como lo describen Gutiérrez et al. (G & B., 2015).

En función de lo planteado, se observó en la encuesta que el 83% de los entrevistados calificó la taza de café entregada entre 4 y 5, en una escala de 1 a 5, y donde la perfilación realizada por los jueces entrenados permitió evidenciar que la muestra de café tiene una alta calidad, con un

perfil con notas a chocolate, frutal, apanelado, y sabores dulce, ácido amargo; dando una impresión global de 8, lo cual muestra buenos procesos de producción de café de la finca La Camelia.

De acuerdo con el planteamiento y el proceso realizados en este trabajo podemos inferir que el turismo en el suroeste de Antioquia tiene una tendencia al alza, y al mejorar las preparaciones de café para satisfacer las necesidades de los visitantes, se puede aprovechar esta oportunidad para estimular la economía local y enriquecer la experiencia de los turistas en Tapartó. Con estrategias de marketing centradas en el muestreo de productos y la evaluación sensorial, junto con la implementación de métodos de preparación de café que resalten sus características únicas, se puede fortalecer la economía local y promover una mayor apreciación por la cultura cafetera en la región, lo que a su vez contribuiría al crecimiento y bienestar de la comunidad de Tapartó, esto daría una identidad única para la región, consolidándola como un destino obligado para los amantes del café y los entusiastas del turismo rural.

En ese sentido se debe tener en cuenta que, durante la primera mitad del año 2023, la producción de café en Colombia alcanzó una cifra impresionante de más de 10,6 millones de sacos (PORTAFOLIO, 2023). A pesar de esta destacada producción, es importante destacar que aproximadamente el 90% de esta cantidad se destina a la exportación. Esto significa que solo una pequeña fracción del café producido en Colombia, alrededor de 2,2 millones de sacos, se consume en el interior del país en el año 2022. Es relevante señalar que, de los 2,2 millones de sacos de café consumidos en Colombia en 2022, aproximadamente el 80% se prepara para ser consumido en forma de café instantáneo (La tienda del café, 2022). Este dato resalta la preferencia de los consumidores colombianos por la conveniencia y rapidez de esta modalidad de café. Además, las tendencias globales indican un crecimiento constante en la demanda de café instantáneo. Se espera que este segmento experimente una tasa de crecimiento compuesto anual del 5,28% hasta el período 2027 (Mordor Intelligence, s.f.).

Aproximadamente unos 400 mil sacos de café producidos en Colombia son destinados para diferentes preparaciones, entre las que destaca principalmente la preparación en greca, o preparación de tinto tradicional colombiano, la greca se popularizó a lo largo de la historia colombiana, sin embargo, este método puede generar sobre extracciones de café, ya que la bebida permanece constantemente recalentándose, motivos por los cuales el gobierno colombiano en 2010 creó el programa “Toma Café” que buscaba incrementar el consumo de café en colombianos con métodos

diferentes a el tradicional tinto, aportando un crecimiento hasta el 33% en el consumo en 2015, año en que finaliza el programa (Crónica Quindio, 2016). Teniendo en cuenta que, en Colombia el café es mucho más que un producto de consumo masivo es un estilo de vida, es por eso que ofrecer otros métodos de preparación de café radica en la diversificación de las experiencias sensoriales que ofrece esta bebida, así como en la posibilidad de satisfacer los gustos y preferencias individuales de los consumidores, además permite enriquecer la experiencia del consumidor, respaldar la sostenibilidad y fomenta la apreciación de la cultura y la calidad del café. Esta diversidad contribuye a un mundo del café más vibrante y emocionante, donde cada taza puede ser una experiencia única.

CONCLUSIONES

Es fundamental comprender y abordar el entorno rural no únicamente como un espacio para la explotación agropecuaria, sino como un ámbito que abarca una variedad de funciones y usos interconectados, es decir, un ámbito multifuncional, refiriéndose a los múltiples usos de la tierra, no solo como base para la producción de alimentos y recursos agrícolas, sino también como un espacio que pueda albergar actividades adicionales, como el turismo rural; ya que esta perspectiva más amplia y holística tiene importantes implicaciones para el desarrollo sostenible y la preservación de los recursos naturales, las culturas, tradiciones y saberes locales en los territorios.

El café es un recurso fundamental en la región del suroeste antioqueño de Colombia. Además de ser un importante producto de exportación, se ha convertido en un elemento central del turismo rural en la zona. Las fincas cafeteras no solo producen café de alta calidad, sino que también ofrecen experiencias turísticas que permiten a los visitantes conocer todo el proceso de producción y disfrutar de la cultura cafetera, permitiendo una oportunidad importante para la transformación y el desarrollo económico y cultural de regiones como Tapartó (Villa Cesar).

Se evidencio que el turismo en el Cañón del rio Tapartó suroeste antioqueño ofrece una oportunidad única para integrar la experiencia del café en la oferta turística, los atractivos naturales y culturales de la región, como los Chorros de Tapartó, pueden mejorar la experiencia de los visitantes. La combinación de estos recursos con la mejora en la preparación del café puede resultar en una experiencia memorable y genuina.

La integración del café en la oferta turística de Tapartó (Villa Cesar) tiene el potencial de generar un impacto económico y cultural significativo. Los métodos de preparación del café, como el café de origen y los cafés especiales, juegan un papel fundamental en la satisfacción de los visitantes y en la obtención de precios más altos en el mercado, al mismo tiempo ofreciendo experiencias de consumo enriquecedora, que atraen un público más amplio y diversificar la economía local. Esta iniciativa no solo beneficia a los productores de café, sino que también enriquece la experiencia de los turistas y fortalece la identidad única de la región. Con el compromiso y la colaboración de la comunidad local, este proyecto tiene el potencial de llevar a Tapartó a nuevas alturas en el mapa del turismo cafetero colombiano.

RECOMENDACIONES

- Se debe establecer un comité turístico en el municipio de Andes, que gestione la inclusión de la zona del río Tapartó, a los programas del plan de desarrollo de Antioquia en turismo como (Antioquia mágica).
- Establecer una sinergia turística con a FNC, que logre integrar la zona del río Tapartó al programa (paisaje cultural cafetero), y fomentar la diversidad de cafés que se cultivan en el cañón del río Tapartó .
- Lograr que la comunidad de la zona pueda acceder a los programas relacionados con la cadena del valor del café, participando en laboratorios, salidas de campo, ferias y concursos de tasa.
- La Universidad de Antioquia y el Sena deben crear programas que fortalezcan las competencias en el clúster (turismo – café) de esta zona
- Establecer alianzas con la cadena turística de Antioquia, para lograr un desarrollo integral de la región de Tapartó que beneficie social y económicamente a su gente y ofrezca en las nuevas generaciones un orgullo de pertenecer al sector cafetero de Antioquia.
- Ofrecer una opción diferente para los turistas que visitan el municipio de Jardín y brindar rutas de aventura, tour cafetero, visita a los chorros de Tapartó, esto canalizara el flujo turístico hacia esta zona.
- El turismo debe fomentar el cuidado por la región, debe ser contemplativo y amigable con el medio ambiente.

REFERENCIAS

- ABADÍA, J. D., & GÓMEZ, K. C. (2014). *DISEÑO DE UN PLAN DE MERCADEO PARA LA MARCA CAFÉ GINEBRAS*. Santiago de Cali: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE.
- Alvarez Marin, A. (2016). Estrategias de negocio para los productores de café del suroeste antioqueño: Consumidores Millennials e Internacionales. *Tesis para obter título de Maestría en Administración*. Universidad EAFIT. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11495/Andr%C3%A9Felipe_%C3%81lvarezMarin_2016.pdf?sequence=2
- Apodaca-González, C., Juárez-Sánchez, J., Ramírez-Valverde, B., & Figueroa Sterquel, R. (2014). Revitalización de fincas cafetaleras por medio del turismo rural: caso del municipio Coatepec, Veracruz. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*(9), 1523-1535.
- ARAMBURO, J. J. (2016). *Plan de Desarrollo: Inclusion, orden y progreso verde 2016-2019*. Andes.
- Beatriz, C., & Nunes de Oliveira, A. (2023). A oferta de Turismo de Cafés pela perspectiva dos(as) cafeicultores(as) brasileiros(as). *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 21(3), 551-562. doi:<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.038>
- Café La Nacional*. (s.f.). Obtenido de Manual de Café: <https://static1.squarespace.com/static/5c66ee667046807d395b548d/t/5ead818600716962b110f084/1588429357835/Manual+del+cafe.pdf>
- CAMARA DE COMERCIO . ((s.f)). *DE MEDELLIN PARA ANTIOQUIA*. Obtenido de Infomes Estudios Económicos. Cadena Turismo de Naturaleza en Antioquia: https://www.camamedellin.com.co/Portals/0/Biblioteca/Estudios-economicos/cadenas-productivas-regionales/9%20Turismo_Oct19.pdf?ver=2019-03-01-090036-413
- Carmona, N. C., & Aguirre, C. C. (2021). *Estrategia de Marketing Mix para Promover el Aumento de Consumo Per-Cápita de Café Especial en Empresas del Sector Manufacturero de Pereira*. PEREIRA: UNIVERSIDAD EAFIT.
- Carreño Rueda, J., & Castro Ariza, S. (2011). Plan de negocios para la producción y comercialización de café gourmet colombiano, en bolsas tipo sachet. *Taller de Grado*. Bogotá D.C.: PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA.

-
- Carrow Coffee Roasters*. (6 de Marzo de 2016). Obtenido de Un tinto, por favor!: <https://carrow.ie/blog/2016/3/5/un-tinto-please>
- Castaño Molina , V. ((s.f)). El papel del transporte en el desarrollo turístico del Suroeste Antioqueño. *XVII Jornada de la Investigación Uptc. 60 años liderando la investigación en Boyacá*. Obtenido de https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/7513/El_papel_del_transporte_en_el_desarrollo_tur%EDstico_del_suroeste_antioque%F1o.pdf;jsessionid=36E516DE4E8804E20B0C5EA2B36DC1A8?sequence=1
- Comité Europeo para la Formación y la Agricultura-CEFA. (2020). Manual práctico - Métodos de extracciones en bebidas de café para las HORECAS de la provincia de Manabí - ECUADOR. CEFA.
- CONTRERAS, M. Á. (2022). *PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA VIMARC CAFÉ*. Bogota: UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS.
- Crónica Quindio. (2016). *Toma Café dejó un crecimiento de 33% en consumo de la bebida*. Obtenido de [cronicadelquindio.com: https://www.cronicadelquindio.com/noticias/economia/toma-caf-dej-un-crecimiento-de-33-en-consumo-de-la-bebida](https://www.cronicadelquindio.com/noticias/economia/toma-caf-dej-un-crecimiento-de-33-en-consumo-de-la-bebida)
- Equipo técnico de la Universidad de Antioquia. ((s.f)). Perfil de Desarrollo Subregional Subregión Suroeste de Antioquia. Consejo Territorial de Planeación de Antioquia.
- Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. (2012). Protección del Origen Cafe de Colombia. Obtenido de <https://www.cafedecolombia.com/static/integrador/cartilla.pdf>
- Fideicomiso Programa de Promoción de Consumo de Café de Colombia, Toma Café. (2011). *Guía de Capacitación para Baristas*.
- Flórez, C., Maldonado, C., Cortina, H., Moncada, M., Montoya, E., Ibarra, L., . . . Duque Orrego, H. (2016). Cenicafé 1 : Nueva variedad de porte bajo altamente productiva resistente a la roya y al CBD con mayor calidad física del grano. *Avances Técnicos Cenicafé*, 1(8), 469. doi: <https://doi.org/10.38141/10779/0469>
- Florido, M. (16 de julio de 2015). *Muestras Gratis: ¿Una estrategia de marketing efectiva?* Obtenido de [marketingandweb.es: https://www.marketingandweb.es/marketing/muestras-gratis/](https://www.marketingandweb.es/marketing/muestras-gratis/)

-
- G, N. G., & B., O. M. (2015). Selección y entrenamiento de un panel en análisis sensorial de café *Coffea arabica* L. *REVISTA DE CIENCIAS AGRÍCOLAS*, 77 - 87.
- GIOMAIRA, S. T. (2015). *ANÁLISIS ESTRATÉGICO PARA INCENTIVAR AL MERCADO DE CONSUMO MEDIANTE MUESTRAS GRATIS EN LA CIUDAD DE MACHALA*. Machala - el oro.
- Gobernación de Antioquia*. ((s.f)). Obtenido de Corregimiento Taparto (Andes): <https://corregimientos.antioquia.gov.co/corregimiento-taparto-andes/>
- Hernández Vásquez , E., & Echeverri Velásquez, R. (2022). El consumo de café de especialidad en Medellín por parte de los jóvenes adultos. *Trabajo de grado para optar al título de Diseñador Industrial*. Medellín. Obtenido de https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/10285/El%20consumo%20de%20caf%C3%A9%20de%20especialidad_Art%C3%ADculo%20Cient%C3%ADfico%20-%20Eliana%20Hern%C3%A1ndez%20y%20Ricardo%20Echeverri.pdf?sequence=1
- INTERNATIONAL COFFE ORGANIZATION*. (2022). Obtenido de Estadísticas comerciales: <https://www.ico.org/>
- Juárez Sánchez, J., & Ramírez Valverde , B. (2012). Turismo Rural: Experiencias y Desafíos en Iberoamérica. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 9(3).
- La tienda del café. (2022). *Estadísticas del consumo del Café en Colombia 2022*. Obtenido de latiendadelcafe.co: <https://latiendadelcafe.co/blogs/cafe-colombiano/estadisticas-del-consumo-del-cafe-en-colombia-2022>
- Lattenda.del café*. ((s.f)). Obtenido de El Tinto colombiano: <https://latiendadelcafe.co/blogs/cafe-colombiano/el-tinto-colombiano#:~:text=El%20%22Tinto%22%20es%20la%20preparaci%C3%B3n, donde%20est%C3%A1%20el%20aut%C3%A9ntico%20tintico.>
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2023). *Informe mensual de turismo junio-julio 2023*.
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (2023). *PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2022- 2026 : Turismo en armonía con la vida*.
- Morales Quijano, J., & López Betancur, S. (2010). El consumo del café en Medellín desde la perspectiva del comportamiento del consumidor. *Revista Soluciones de Postgrado EIA*(6), 145-157. Obtenido de <https://revistas.eia.edu.co/index.php/SDP/article/view/337/330>

-
- Mordor Intelligence. (s.f.). *MERCADO DE CAFÉ INSTANTÁNEO: CRECIMIENTO, TENDENCIAS y pronósticos (2023 - 2028)* . Obtenido de mordorintelligence.com: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/instant-coffee-market>
- online labels. (23 de julio de 2020). *Should Your Business Offer Product Samples?* Obtenido de onlinelabels.com: <https://uk.onlinelabels.com/articles/business-sampling>
- Organizacion Mundial de Turismo. (23 de 09 de 2023). *El turismo internacional supera rápidamente la crisis pandémica.* Obtenido de unwto.org: <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-supera-rapidamente-la-crisis-pandemica>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2010). Panorama OMT del turismo internacional. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413867>
- Osorio Bte, A. (2012). Andes. Juntos construyendo futuro. *Corredor Turístico Río Tapartó.* Obtenido de <https://www.andes-antioquia.gov.co/Paginas/default.aspx>
- PORTAFOLIO. (09 de 08 de 2023). *La producción de café a julio registró una baja anual de 11%.* Obtenido de portafolio : <https://www.portafolio.co/economia/produccion-de-cafe-en-colombia-julio-de-2023-587049>
- Sectorial. Análisis, monitoreo y evaluación de sectores.* (2017). Obtenido de Especial oportunidades Colombia: suroeste Antioqueño: <https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/53166-especial-oportunidades-colombia-suroeste-antique%C3%B1o>
- Sisalima, S. ((s.f)). Ruta del café y desarrollo agroturístico en el Canton Puyango-Provincia de Loja. Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias de la Hospitalidad. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1659/1/tur21.pdf>
- Specialty Coffee Association. (2021). Towards a Definition of Specialty Coffee: Building an Understanding Based on Attributes. *Towards a Definition of Specialty Coffeee.* Obtenido de <http://www.scanews.coffee/2017/03/17/what-is-specialty-coffee/>
- Toala PARRALES, E. (s.f). Fincas Cafeteras del Canton Jipijapa con potencialidades para desarrollar turismo rural. *Proyecto de Investigación Previo a la obtención del Título de Ingeniero en Ecoturismo.* UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

-
- Torres Quitão, R., Pereira Zamith Brito, E., & Belk, R. (2017). The taste transformation ritual in the specialty coffee market. *Revista de Administração de Empresas; São Paulo*, 57(5). doi: DOI:10.1590/S0034-759020170506
- Valdez Pineda, D., & Ochoa Silva, B. (2015). Turismo Rural. Instituto Tecnológico de Sonora ITSON. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/Documents/ciencias-economico/turismorural.pdf>
- Vargas Arias, T. (2018). Diseño de producto turístico y caracterización de sistema turístico para la Provincia de San Juan Suroeste antioqueño, integrada por los municipios de Andes, Jardín, Hispania, Ciudad Bolívar y Betania. *Trabajo de Grado presentado para optar al título de Administrador Turístico*. Medellín: Universidad de San Buenaventura Colombia. Facultad de ciencias Empresariales.
- Vélez Rivas, M. (2003). Papel de la población local en procesos de valoración turística. Caso: turismo rural en la región del alto Ricaurte. *Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas turísticas y Hoteleras*, 144-161.