

Acciones para fortalecer el turismo de bienestar en el Eje cafetero

Karen Andrea Tovar Florian

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Negocios Internacionales
Bogotá, D.C.
2021

Acciones para fortalecer el turismo de bienestar en el Eje cafetero

Karen Andrea Tovar Florian

Directora

Maria Yolanda Laverde Guzman

Trabajo de grado para optar al título de Negocios Internacionales

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Negocios Internacionales

Bogotá, D.C.

2021

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo identificar las estrategias de negociación internacional que permiten dinamizar el desarrollo del sector turístico de bienestar del eje cafetero. La metodología utilizada fue cualitativa, exploratoria, documental, teniendo como base la teoría de competitividad de Michael Porter; comenzando con un diagnóstico del subsector de bienestar en Colombia, donde se pretende conocer éste subsector en la región cafetera, adicional la importancia de la reglamentación en seguridad frente a la pandemia mundial y la apuesta a la reactivación del turismo para lograr nuevamente un aporte significativo en el PIB.

Seguido de identificar los factores potenciales en el portafolio de servicios, resaltando las actividades de turismo de bienestar y lugares representativos del sector, que aportan a la economía y desarrollo de la población.

Por último, se determinan acciones para visibilizar el potencial del turismo de bienestar en el eje cafetero, con las cuales se esperaría generar una experiencia de valor al turista y que sea una zona de preferencia a la hora de elegir.

Al finalizar el estudio se pudo concluir que el eje cafetero sobresale en termalismo y terapias holísticas, así mismo, las estrategias planteadas buscan potencializar el turismo de bienestar e internacionalización de servicios, además de lograr la participación no solo de las grandes cadenas hoteleras, fijando un pilar de desarrollo que involucre la población local, teniendo en cuenta la conexión de las personas, los ancestros, las tradiciones y la cultura.

Palabras clave: Negociación internacional, Turismo de bienestar, Subsector de bienestar, estrategias, Eje cafetero.

Abstract

The objective of this study is to identify the international negotiation strategies that allow to dynamize the development of the wellness tourism sector in the coffee-growing region. The methodology used was qualitative, exploratory, documentary, based on the competitiveness theory of Michael Porter; starting with a diagnosis of the well-being subsector in Colombia, where it is intended to know this subsector in the coffee region, additionally the importance of safety regulations in the face of the global pandemic and the commitment to the reactivation of tourism to achieve a significant contribution in GDP.

Followed by identifying the potential factors in the portfolio of services, where it is intended to know the activities of wellness tourism and representative places of the sector that offer such services, that contribute to the economy and development of the population.

Finally, actions are determined to make visible the potential of wellness tourism in the coffee-growing region, with which it would be expected to generate an experience of value to the tourist and that it is an area of preference when choosing.

At the end of the study it was concluded that Colombia excels in thermalism and holistic therapies, likewise, the strategies proposed seek to draw attention to the development that brings tourism and the relevance of international negotiation, which seek to form something beyond the large hotel chains, setting a pillar of development that involves the local population taking into account the connection of people, ancestors, traditions and culture.

Keywords: International negotiation, wellness subsector, wellness tourism, strategies, Eje cafetero.

Tabla de contenidos

Introducción	8
Planteamiento del problema.....	9
Objetivos.....	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Justificación	12
Marcos de referencia.....	13
Antecedentes.....	14
Marco teorico	17
Marco conceptual	13
Marco legal.....	19
Marco geográfico	19
Metodología.....	21
Capítulo 1. Diagnóstico del subsector de bienestar en Colombia.....	23
Capítulo 2. Identificar los factores potenciales del subsector de bienestar en el portafolio de servicios del eje cafetero.....	33
Capítulo 3. Determinar estrategias de negociación internacional para visibilizar el potencial del turismo de bienestar en el eje cafetero.....	38
Conclusiones.....	41
Anexos	49

Lista de tablas

Tabla 1. Teorías de internacionalización	17
Tabla 2. Metodología	21
Tabla 3. Productos del turismo de bienestar	24
Tabla 4. Vsitantes extranjeros no residentes.....	25
Tabla 5. Salud atención médica	29
Tabla 6. Acciones prioritarias del plan de negocio del sector	31
Tabla 7. Servicios de bienestar catalogados por departamento del Eje cafetero	33

Lista de figuras

Figura 1. Mapa Eje cafetero.....	20
Figura 2. Clasificaciòn turismo de bienestar.....	23
Figura 3. Llegada viajeros extranjeros a país.....	25
Figura 4. Benchmarks de países líderes en Turismo de Bienestar.....	27
Figura 5. Turismo de bienestar en Colombia.....	28

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo, identificar el potencial que tiene el eje cafetero en turismo de bienestar y determinar acciones para el desarrollo económico de la zona y su aporte al PIB del país, basado en los resultados obtenidos; se debe visibilizar al eje cafetero mas allá de las cadenas hoteleras, incluyendo la participación e integración de toda la región y humanización de la misma, generando valor a las experiencias de bienestar para los turistas.

El desarrollo de la presente investigación está desarrollado con base a la teoría de competitividad de Michael Porter, teniendo en cuenta que el país tiene un plan de desarrollo de turismo de bienestar proyectado desde el año 2014 a 2032, permitiendo el desarrollo y posicionamiento frente a otros mercados internacionales y el eje cafetero destacandose por su termalismo y terapias holísticas.

Adicional a lo anterior, se desarrollaron tres capítulos, el primero, un diagnóstico del subsector de bienestar en Colombia, demostrando su crecimiento, siendo directamente proporcional a los turistas extranjeros que visitan el país, excepto en el año 2020 y lo transcurrido del 2021, porque es imposible dejar de lado la pandemia mundial a causa del Covid 19, resaltando la importancia de las diferentes entidades de turismo que trabajan para la reactivación del turismo, esto para seguir generando empleo, progreso y economía al país; en el segundo capítulo, se identificaron los factores potenciales de turismo de bienestar en el portafolio de servicios de la región cafetera, donde se resaltaron actividades como el termalismo y actividades holísticas, spas, yoga y actividades dietéticas, donde se ha evidenciado el esfuerzo por conformar clúster de pequeños hoteles; por último, el tercer capítulo, determina las acciones para potencializar y visibilizar el eje cafetero al turista y que sea un lugar de preferencia, donde se involucra a la población local, teniendo en cuenta la experiencia humanística, conectando con los ancestros, cultura y paisajes, que el turista logre despertar emociones únicas a repetir.

Planteamiento del problema

El turismo es aquel traslado o movimiento que realiza una persona a otro lugar que no reside, con límites de tiempo, generado por motivos de entretenimiento, recreación y/o bienestar, que influye en la rentabilidad del lugar receptor (Lopez, 2015), por eso se ha convertido en una de las actividades económicas que genera un porcentaje en el PIB mundial del 10,4%, que satisfacen diferentes necesidades como por ejemplo: el ecoturismo, el turismo de negocios, cultural, gastronómico, de salud, entre otros (Moreno & Coromoto, 2011).

Como se mencionó anteriormente existen diferentes subsectores del turismo, dentro de estos el turismo de salud, que maneja dos categorías, la de bienestar y la médica, donde las personas buscan relajación y/o medicina estética, preventiva o curativa, buscando las mejores alternativas tanto en calidad como en precios, el sector salud cada vez toma más apuestas en el crecimiento económico como respuesta a las deficiencias de los sistemas de salud alrededor del mundo y aprovechamiento de la diversidad terapéutica (Causado, Mojica, & Charris, 2018).

En este sentido, Colombia es calificado como sector emergente de clase mundial en el programa de transformación productiva, de acuerdo al índice de Fetscherin & Stephano, analizado por Ostelea School of Tourism y Hospitality seleccionado como uno de los 20 destinos de turismo de salud a nivel mundial, en un 3er puesto en Latinoamérica (Santander, 2019), posicionándose como uno de los destinos más turísticos, con un crecimiento anual del 23%, la calidad de los servicios y precios bajos, han sido algunos de los motivos para el crecimiento de viajeros extranjeros, como resultado se han venido conformando clúster para la consolidación y crecimiento. (La nota económica, 2019), pese a lo anterior el eje cafetero tiene un alto índice de contaminación, motivo por el cual se debe reforzar la responsabilidad ambiental ya que esto afecta a la población, por ejemplo en la alza de precios, ya que dueños de predios, comercios y demás, informan que es necesario para cubrir gastos que se provocan por el daño de los visitantes.

Al respecto, Colombia realizó su plan de negocios del sector turístico en el año 2014 con una visión a corto, mediano y largo plazo, con una meta al 2032 de generar alrededor de USD 6.3 Millones, para esto es importante que se analicen las diferentes estrategias y potencializar las ventajas competitivas que tiene el país y minimizar las dificultades que presenta frente a los países que lideran la lista de destinos de salud (Colombia Productiva, Colombia productiva, 2014) , de acuerdo a las estadísticas por parte de SIGIL Consulting group, se tiene, bajo índice de infraestructura, inseguridad y bilingüismo, pero pese a esto se continua en crecimiento, siendo un

sector que genera oportunidades a todos los actores de la cadena de valor , permitiendo dinamizar todo el sistema de bienestar y salud (ANDI, 2010).

Por lo tanto, teniendo en cuenta las oportunidades de mejora del sector turístico en Colombia presentadas anteriormente, sumada a las actuales situaciones de contexto social a nivel mundial por la pandemia de COVID 19, surge el siguiente cuestionamiento de investigación.

¿Qué estrategias de negociación permiten dinamizar el desarrollo del sector turístico de bienestar del eje cafetero?

Objetivos

Objetivo general

Identificar las acciones que permiten dinamizar el desarrollo del sector turístico de bienestar del eje cafetero

Objetivos específicos

Diagnosticar el subsector de turismo de bienestar en Colombia.

Identificar los factores potenciales del subsector de bienestar en el portafolio de servicios del eje cafetero.

Establecer acciones que permitan visibilizar el potencial del turismo de bienestar en el eje cafetero.

Justificación

Es importante identificar oportunidades que tiene el sector turístico de bienestar y como potencializarlo en la zona del eje cafetero de Colombia, teniendo en cuenta que es una zona donde se vive la experiencia turística de campo, pero también con gran potencial en otros atractivos, que ofrece más alternativas que disfrutar, como, por ejemplo, los termales de Santa rosa y gran cantidad de hostelería donde brindan los diferentes servicios de relajación.

Teniendo en cuenta lo anterior, el 84.5% de los turistas del eje cafetero lo hacen por vacaciones, recreo y ocio, entre turistas nacionales y extranjeros, adicional la UNESCO declaró en el año 2011 el paisaje cafetero como patrimonio de la humanidad, esto exige brindar mejor calidad y portafolio en los servicios para los visitantes, resaltando que hay municipios que resaltan por la recepción de personas, Pereira, Manizales, Salento, Armenia, Santa Rosa de Cabal, Quimbaya y Finlandia (SITUR, 2018), según el índice de competitividad en turismo regional en Colombia, Risaralda representa el 6.01% Quindío 5.62% y Caldas 5.46%, ubicados en las posiciones, quinto, sexto y noveno puesto de los 32 dptos del país. (Cotelco, 2019).

Es importante éste estudio para obtener información y conocer sobre el sector turístico de bienestar de la zona, de esta forma de que forma se podría intensificar y diversificar estos servicios, ya que las personas siempre buscan sentirse mejor física, mental y socialmente.

En el ámbito social es favorable esta investigación, porque permite identificar oportunidades de mejora en el portafolio de servicios turisticos y de esta manera como se podría mejorar la economía y hacer partícipes a todos aquellos que tienen sitios disponibles para ofrecer al público actividades de relajación, meditación, contacto con la naturaleza, baños en paisajes natrales y todo aquello que le de tranquilidad y satisfacción al turística, con tradiciones que se mantienen y vuelven a revivir, sabiendo que son experiencias inolvidables que conectan al cuerpo y alma.

El desarrollo tecnológico debe permitir a nacionales y extranjeros conocer la diversidad de los sitios disponibles de bienestar del eje cafetero, generando nivel de competitividad, apostando por un aumento en los clústeres de turismo que contribuyan a la internacionalización de servicios en pro al aumento de turistas extranjeros y beneficios que esto conlleva para la población de sector, siendo base para futuras investigaciones sobre las oportunidades de negocio del sector turista de bienestar.

Marcos de referencia

Marco conceptual

Comercial internacional.

El comercio internacional de acuerdo a la historia se viene desarrollando desde los pueblos mediterráneos, con todos los excesos que tenían de sus producciones comenzaron a intercambiar con otros artículos y en los siglos XVII y XVIII iniciaron con características que a hoy se conocen, y se dieron las primeras teorías de internacionalización (Huesca, 2012).

De la misma manera, el comercio internacional es toda aquella transferencia de bienes y servicios entre diferentes países y sus residentes, por consiguiente, aquellas exportaciones invisibles, como lo es el turismo, donde el bien se consume en el mismo país receptor de los demandantes turísticos y se generan pagos internacionales de divisas (Porto, 2004).

En cuanto a los fundamentos del comercio internacional, están relacionados con el abastecimiento de satisfactores a menores costos y sus principios sirven para orientar las políticas comerciales, los resultados para un país son óptimos económicamente si se utiliza una teoría óptima a cada circunstancia (Torres, 2005).

De acuerdo a lo anterior, se puede concluir que el comercio internacional tiene historia en la humanidad y se dio por la necesidad de intercambiar bienes y servicios entre diferentes pueblos, con el paso del tiempo dio lugar para establecer teorías de internacionalización y que estas logren un avance y crecimiento de los factores productivos.

Turismo.

El turismo es tan antiguo como el hombre, comenzando desde el hombre nómada, que se trasladaba por cambios climáticos en busca de alimento y vestido; luego a domesticar animales, sembrar la tierra y desplazarse para intercambio de excedentes, eran desplazamientos por supervivencia; siglos después los griegos y romanos comenzaron a desplazarse hacia aguas termales y medicinales para recuperarse de las guerras; entre el siglo XVI y XIX se establecieron las bases del turismo moderno y los factores que impulsaron actividades como la prosperidad, la paz, las comunicaciones, el tiempo libre, nuevos deseos y gustos de las personas (Morillo, 2011).

En otra fuente académica, el turismo es definido como un fenómeno social que surge como consecuencia al progreso que ha adquirido la humanidad, su evolución se ha visto ampliamente favorecida por el desarrollo de las comunicaciones y el transporte, el aumento del nivel de vida de la sociedad, la disponibilidad de tiempo libre y las vacaciones pagadas, mencionando una de las

formas de turismo que van relacionadas con la presente investigación, el turismo receptor (el de los NO residentes que viajan dentro de un país (Acerenza, 2006).

Adicional, el turismo es definido como toda aquella actividad de desplazamiento que realizan las personas a un lugar diferente de su residencia por un tiempo determinado y un motivo de visita, por ejemplo, recreativo, profesional, de salud, entre otros (Agüí, 2015).

De acuerdo a lo anterior se puede concluir que el turismo es un hecho social, económico y cultural, relacionado con el desplazamiento de las personas de un lugar a otro, por motivos personales o de negocios las cuales implican un gasto en el lugar de destino.

Turismo de bienestar.

Algunos autores como Mueller y Kaufmann definen el turismo de bienestar como subcategoría del sector salud, los que brindan servicios para personas sanas sin alguna condición médica específica, Revichandran y Sureh lo definen como prestación de servicios holísticos para la prevención de enfermedades. (De la Hoz correa & Muñoz, 2016), según la firma McKinsey, resalta que el turismo de bienestar resalta el enfoque integral entre mente, cuerpo y espíritu, siempre se busca una plenitud o mejorar la calidad de vida. (De la puente, 2015).

Se puede concluir que el turismo de Bienestar hace parte del turismo de salud, con el objetivo principal de realizar todas aquellas actividades y/o tratamientos para la relajación de todo el ser, logrando un descanso y sentirse bien, lo servicios al turista siempre deben brindar experiencias transformadoras a una mejor calidad de vida.

Antecedentes

Para la investigación que plantea este proyecto y conocer el estado actual del turismo cafetero, se revisaron diferentes fuentes académicas para revisar el panorama en general e identificar estrategias y oportunidades sobre el turismo de bienestar, a *nivel internacional* se encuentran los siguientes trabajos:

En primer lugar está la investigación titulada *Desigualdad, turismo y bienestar: Análisis regional y por estados, según estrato urbano y rural*, desarrollado en México, 2017 por Adrialy Perez Gaxiola, cuyo objetivo es demostrar como el turismo mejora las condiciones de pobreza a poblaciones rurales, generado con una metodología mixta, entre los resultados esta demostrar la importancia del turismo como herramienta a favor de los más vulnerados y la oportunidad de generar negocio con todas las tradiciones y cultura en las zonas rurales, con el aprovechamiento de los paisajes y actividades que se pueden realizar en la zona (Perez, 2017).

Así mismo, está el trabajo titulado *Análisis de los determinantes de la predisposición a visitar un destino de turismo de bienestar: Tipologías del turista potencial*, desarrollado en España por Andrea de la Hoz y Francisco Muñoz, con el objetivo de analizar los criterios sociológicos como la motivación y familiaridad, aquellos que influyen en los turistas para elegir su destino, metodología cualitativa, entre los resultados se resalta la importancia de crear paquetes para la relajación de turistas y dar a conocer con planes de marketing los beneficios que está buscando el turista, los cuales deben satisfacer sus necesidades (De la Hoz & Muñoz, 2016).

De igual forma, está la investigación titulada *Medicina ancestral como recurso para potenciar el desarrollo del turismo de salud y bienestar: caso comunidad Shuar, Ecuador*, desarrollado por Marjorie Villegas, con el objetivo de determinar las buenas prácticas ancestrales y los beneficios que trae a la salud, con esto lograr un desarrollo en el turismo, trabajo desarrollado desde una metodología cualitativa, entre sus principales resultados se destaca la tendencia e importancia de las tradiciones autóctonas y que esto debe ser incluido en los programas y tours que ofrecen las diferentes agencias y el ministerio de turismo para dar a conocer los lugares con tratamientos ancestrales para el bienestar. (Villegas, 2018).

En este mismo sentido, está el libro titulado *Turismo pos-Covid-19* publicado en España, por la Universidad La Laguna, elaborado por Jose Antonio Fraiz Brea, Edgar Tarrés Falcón y Noelia Araújo Vila, trabajo desarrollado bajo metodología cualitativa, documental que tiene como fin, recolectar las reflexiones, retos y oportunidades del turismo por causa de la contingencia, demostrando la importancia de la dimensión sanitaria, la movilidad, economía y cambio en el comportamiento de los turistas para la evolución del turismo (Simancas, Hernandez, & Padron, 2020).

También se encuentra la investigación titulada *Plan de negocios para la creación de un hotel enfocado al turismo de salud y bienestar en el distrito metropolitano de Quito en la provincia de Pichincha*, elaborado por Jessica Alejandra Andrade en el 2020, cuyo objetivo es la creación de un hotel enfocado al turismo de salud y bienestar para brindar servicios de relajación y mejorar la salud, trabajo desarrollado bajo metodología mixta, entre sus principales resultados está que el mayor perfil de turismo son los extranjeros y se deben manejar los paquetes con planes incluidos y un cronograma de actividades que los guíe al disfrute desde la llegada hasta la salida de su destino (Andrade, 2020).

Es importante también dar a conocer las investigaciones del turismo de bienestar a *nivel nacional*, y demostrar la capacidad con la que cuenta el país para aprovechar las ventajas para ofrecer servicios de bienestar a turistas

Al respecto, está el trabajo de grado titulado *turismo de bienestar en el sector salud de la ciudad de Pereira, en cuanto a las variables de infraestructura, bilingüismo e internacionalización* con el objetivo de realizar un diagnóstico sobre el turismo de bienestar, bajo una metodología cualitativa, entre sus principales resultados esta la identificación de las ventajas competitivas que tiene el sector, obteniendo que es de la zonas más turísticas del país por la cultura cafetera, y se está innovando cada vez en el sector de bienestar y en clúster de turismo (Arias, Castrillon, & Fernandez, 2017).

Así mismo, está el trabajo denominado *Turismo en santa rosa de cabal como factor clave del desarrollo económico realizado* por Yuri Viviana López, con el objetivo de analizar las políticas que permiten el fortalecimiento del turismo, bajo una investigación cualitativa, descriptiva, mostrando entre sus resultados, lo positivo frente a la normatividad y la voluntad de mantener certificaciones como destino turístico sostenible y la importancia del apoyo de los entes del estado (Lopez, 2019).

También, está el trabajo denominado *Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio*, desarrollado por Maria Alejandra Pineda y Paola Liliana Falla, cuyo objetivo es analizar la oferta de termales y aguas medicinales como alternativas que pueden tener un potencial para el turismo en Colombia, desarrollado bajo metodología de investigación cualitativa exploratoria, dando como resultados la importancia que tiene para el turista colombiano y extranjero el termalismo como alternativa del turismo de bienestar, reconociendo estas aguas como una gran oportunidad de curación, bienestar y ocio, por ende la necesidad de enmarcar el potencial de estos recursos naturales. (Pinea & Falla, 2017).

Al revisar las anteriores investigaciones se tiene un panorama general en aspectos sociales, políticos y económicos, dando a conocer el potencial de la región, soportando el turismo de bienestar en el eje cafetero, las ventajas competitivas y las oportunidades dentro del sector turístico de bienestar.

Marco teorico

Teoría de negocios internacionales.

Teniendo en cuenta que esta investigación se enfoca en la internacionalización de servicios, basada en el turismo de bienestar en la zona del eje cafetero, toma como referencia entre el conjunto de teorías relacionadas con negociación internacional, la teoría de *ventaja competitiva* de Michael Porter.

Teniendo en cuenta que existen varias teorías de internacionalización entre las que se encuentra: Tabla 1.

Teorías de Internacionalización

Teoría	Perspectiva de la internacionalización	Autor	Concepto
Teoría de la ventaja comparativa	Económica	David Ricardo (1817)	Esta enfocada en la especialización del trabajo, aquella en la que se resulte más productivo y se obtenga una mayor ventaja relativa.
Teoría de la ventaja competitiva	Económica	Michael Porter (1990)	Tiene un enfoque para la toma de decisiones de una empresa y que esta logre una diferenciación frente a su competencia
Teoría Modelo Uppsala	De proceso	Johanson y Wiedersheim-Paul (1975)	Este modelo está enfocado en el crecimiento gradual de una compañía y el conocimiento de nuevos mercados; a través de la experiencia que va adquiriendo se va internacionalizando en el extranjero.

Teoría Modelo Way Station	De proceso	Yip y Monti (1998)	Tiene como punto de partida el modelo Uppsala, continuando con información recopilada por entrevistas de experiencia y así poder plantear estrategias de planeación y estudios de mercadeo.
------------------------------	------------	--------------------------	---

Nota. Adaptado de Teorías de Internacionalización (Cardozo, Chavarro, & Ariel, 2007) y Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas (Trujillo, Diego, Guzman, & Gisele, 2006).

Finalmente para el desarrollo de esta investigación, se ha seleccionado la teoría de la ventaja competitiva, Michael Porter menciona que la competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación, donde son diferenciadores aspectos como la sofisticación de las operaciones, estrategias de una compañía y la calidad del ambiente de los negocios donde las compañías compiten. Se debe entender que la competitividad es vital para la política económica nacional (Porter, 1991).

Además de lo anterior, Porter también popularizó el modelo de Cadena de valor, que permite analizar las actividades internas que realiza una empresa y las relaciones que existe entre estas, identificando las fuentes de generación de valor agregado al cliente (Quintero, 2006).

De otra parte, entendiendo que la cadena de valor es la integración de diferentes procesos para ofrecer satisfacción al consumidor final, también aplica en el turismo, es decir, lograr la alianza de diferentes compañías dedicadas a ofrecer diferentes actividades a los turistas en un único sistema o portafolio, se distingue las actividades básicas, como por ejemplo servicios de transporte, actividad turística, servicios adicionales en cada sitio visitado, paquetes con todo incluido, acompañamiento de guías, entre otros y las actividades de apoyo que permiten que estas se desarrollen, por ejemplo, la infraestructura de los diferentes lugares, desarrollo de productos y servicios, innovaciones de las diferentes empresas, sistemas de información y tecnología, el abastecimiento, entre otros (Flores, 2020), teniendo en cuenta que la competitividad se desarrolla es a través de los diferentes stakeholders de la cadena de valor.

Por consiguiente, es importante analizar si los operadores turísticos están integrando a los diferentes actores de la región, ya que el recurso que deja el turista no deben quedar solo en manos

de las grandes cadenas hoteleras, por lo tanto es importante revisar que se integren las fincas y cabañas donde tienen servicios de relajación en medio del paisaje cafetero, así como a los diferentes artesanos y transportistas, de esta manera logrando una suma de esfuerzos de la región que represente una experiencia de valor para el turista.

Al revisar la globalización y como la internacionalización se ha vuelto indispensable para visibilizar el portafolio de servicios. En el caso del turismo de bienestar, es importante ya que permite al país, ofrecer servicios que capte demanda no solo local sino extranjera, ya que este sector está en condiciones de ofrecer un portafolio con variedad de actividades para la salud de los turistas por su diversidad en paisajes y tratamientos para el descanso y relajación, adicional, que hace parte del plan de negocios de clase mundial (Puerto, 2010).

Marco legal

Toda actividad económica que se lleva a cabo dentro del territorio nacional debe estar regulada por las diferentes normatividades, de esta misma forma, cualquier actividad de turismo debe estar contemplada en alguna regulación para el proteccionismo de los diferentes paisajes y recursos naturales.

1. Ley 1558 de 2012, por el congreso de la república, la cual modifica la ley 300 de 1996 y la ley 1101 de 2006, teniendo como objeto el fomento, desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales. (Congreso de la República de Colombia, 2012).
2. Decreto Número 2646 de 2013, por el ministerio de hacienda y crédito público, que considera la exención del impuesto sobre los servicios turísticos prestados a residentes en el exterior. (Ministerio de Hacienda y Crédito Publico, 2013).

Marco geográfico

Se analizará las oportunidades que tiene el turismo de bienestar en el eje cafetero, en los departamentos del Quindío, Risaralda y Caldas.



Figura 1. Mapa Eje cafetero. MinCit (2020).

El eje cafetero se ubica en el centro occidente de Colombia integra 47 municipios de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca. En ese sentido, algunos municipios que hacen parte son Chinchiná, Villamaría, Palestina, Neira, Cartago, La Virginia, Dosquebradas, Santa Rosa de Cabal, Calarcá, Circasia, La Tebaida, Pijao, Salento, Filandia, Montenegro y otros (Gaviria, 2019).

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo, que se define como la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar las preguntas investigativas, se caracteriza por expandir la información e interpretarla para conocer el contexto, con el método descriptivo documental, que es la búsqueda específica de propiedades, características y aspectos importantes del tema a analizar, es decir la recolección de información (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010) lo anterior para identificar las oportunidades de negocio en el turismo de bienestar.

Esta metodología, permite encontrar y unificar una amplia variedad de datos de distintas fuentes de información, que dan respuesta a los objetivos planteados en ésta investigación, para ello, se tendrá en cuenta en el desarrollo de la investigación algunas etapas para establecer parámetros e identificar las estrategias de negociación internacional para potencializar el sector turístico de bienestar del eje cafetero.

Tabla 2.

Metodología

Etapas	Gestiones
<i>Reconocimiento Documental:</i> Diagnosticar el subsector de turismo de bienestar.	Revisión bibliográfica: manejar material sobre la temática, involucrando investigaciones realizadas por expertos académicos.
<i>Análisis de la investigación.</i> Identificar factores potenciales del subsector Turismo de bienestar en la región cafetera.	Organizar la información recolectada del espacio cibernético para identificar las oportunidades de internacionalización de los servicios turísticos identificados y potenciales de la región
<i>Entrega de resultados:</i> Reconocer las oportunidades en la zona, que permitan la internacionalización de servicios del turismo de bienestar.	Socializar los resultados hallados, presentando las estrategias de internacionalización acorde con la información recolectada.

Nota. Elaboración propia.

Para lograr un resultado exitoso en esta investigación se accederá a las diferentes investigaciones académicas y datos de las diferentes entidades de turismo, adicional al portafolio

de prestadoras de servicio de turismo de bienestar en la zona cafetera, de esta forma, identificar el potencial en el subsector de salud y las oportunidades de mejora.

Capítulo 1. Diagnóstico del subsector de bienestar en Colombia

El presente capítulo abordará sobre el subsector de bienestar en Colombia, para luego enfocarse en la región específica del eje cafetero.

El turismo de bienestar se enfoca en tratamientos de alternativos y terapeuticos, como subsector del turismo de salud y Colombia tiene la oportunidad de atraer turistas tanto nacionales como internacionales por la tendencia de autocuidado y estilos de vida saludable; la visión que tiene el país al año 2032 según Colombia productiva es que el turismo de bienestar se convierta en uno de los motores del desarrollo social y económico en las diferentes regiones que cuentan con el potencial para poder hacerlo (Colombia productiva, 2020).



Figura 2. Clasificación turismo de bienestar. Tomada del Plan de negocios para el subsector del turismo de bienestar 2013, Colombia productiva (2013).

Pero, ¿Cuáles han sido las causas del mercado de bienestar? El envejecimiento prematuro por estrés, insomnio, dolores en el cuerpo, mayor interés por estilos de vida saludables y preventivos.

De acuerdo a lo anterior, los productos que ofrece el turismo de bienestar son los siguientes:

Tabla 3.

Productos del Turismo de bienestar

Producto de bienestar	Contexto
Talasoterapia	<p>Considerada como terapia alternativa. Centros relacionados siempre con hoteles, donde se adaptan lugares con diferentes elementos del mar, ofreciendo servicios como: duchas, baños de lodo, algas, barros, entre otros.</p> <p>Tiene efectos relajantes y beneficios médicos, como la estimulación del sistema inmunológico, problemas circulatorios, condiciones respiratorias.</p>
Termalismo	<p>Es la práctica terapéutica del uso de aguas minerales y termales, su principal característica es el balneario.</p> <p>Actúa de forma preventiva y rehabilitación a patologías como dermatología, cardio-arteriales, problemas en el aparato urinario y digestivo.</p> <p>Adicional, es importante porque dentro de los centros de termalismo se ofrecen otras actividades para la recreación (lúdicas, culturales, deportivas, socialización)</p>
Spas	<p>Lugar dedicado al bienestar general que promueven la renovación del cuerpo, mente y alma, adicional de tratamientos estéticos, siendo los 4 pilares de los spas, enfocados en la relajación con tratamientos secos o húmedos con el uso de técnicas indígenas, medicinas alternativas y tradicionales.</p>

Nota. Elaboración propia, adaptado de Plan de negocios para el subsector del turismo de bienestar (2013).

Por la biodiversidad con la que cuenta Colombia, cada vez crece más el porcentaje de los turistas extranjeros que llegan al país buscando portafolios de servicios de bienestar, que les permita un descanso pleno y salir de sus rutinas diarias, adicional poder aprovechar el contacto con lo natural y las diferentes tradiciones ancestrales; el turismo de bienestar o también llamado “Wellness” ha tenido un crecimiento del 37,3 del año 2013 a 2017 a nivel global de acuerdo al estudio que realiza el instituto Ostelea (Revista Semana, 2019).

Así mismo, se puede validar el crecimiento del turismo en general en el país, de acuerdo a las estadísticas del Centro de información Turística de Colombia.

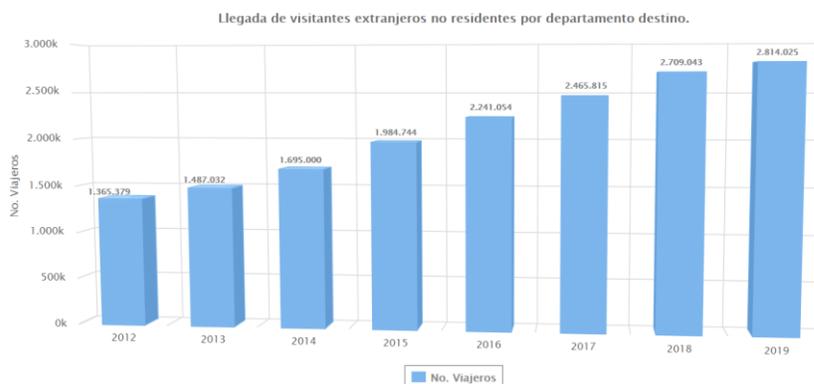


Figura 3. Llegada viajeros extranjeros a Colombia. Adaptada con datos de Migración Colombia (2020-06) CiTur (2020).

De acuerdo a la clasificación por departamento en el año 2019 el eje cafetero presentó la siguiente manera: Valle del Cauca 198.848 (7,1%), Risaralda 29.398 (2%), Quindío 16.791 (0.6%) y Caldas 9.609 (0,4%) visitantes (CiTur, 2020).

Ahora bien, es importante mencionar el crecimiento con el que contaba el sector turístico en Colombia, de esta manera en la siguiente tabla se analizarán el número de extranjeros que han visitado el país:

Tabla 4.

Visitantes extranjeros no residentes

2016	2017	2018	2019	2020
2.241.054	2.465.815	2.709.043	2.814.025	791.673

Nota: Tabla construida a partir de datos de Citur (2020).

En términos económicos, según MinCIT (2019), el sector tuvo un crecimiento del 4,7% frente al año anterior; además, en términos del PIB, el turismo tuvo una participación del 3.87%.

Hasta 2019 se tenía un crecimiento positivo de extranjeros no residentes, sin embargo, por la emergencia sanitaria Covid-19 y las restricciones a nivel mundial que se generaron, causó un declive en el número de visitantes para el año 2020, lo cual implica un efecto negativo en el ingreso económico del país.

En Colombia, el turismo brinda un aporte importante en el PIB, tras la llegada del virus Covid-19, el gobierno nacional tuvo que adoptar medidas sanitarias, económicas y sociales, para mitigar los efectos de éste; sin embargo se perdió el 41% de los empleos que este gremio generaba, según

ANATO y COTELCO, que son organizaciones que representan el gremio turístico, quienes además han presentado preocupación por la caída del sector (La República, 2020).

De otro lado, es clave el replanteamiento del turismo después del covid-19, pues, hay que adaptar estrategias para brindar confianza y garantías a los viajeros, ANATO se capacitó sobre los destinos que se deben adoptar para garantizar la seguridad de los clientes, así mismo, creó una página web denominada todoslosdestinos.com, para dar a conocer las ofertas de los paquetes turísticos ofertados por las organizaciones (Castaño, 2020).

Teniendo en cuenta lo anterior, ANATO continua con la programación de la vitrina de turismo mas importante del país y de latinoamérica para lograr contratos tantos nacionales como internacionales, ya que pese a la preocupación de la asociación también se ha logrado mostrar un progreso paulatino en la reactivación del turismo con todos los protocolos de bioseguridad (Anato, 2021)

Por otro lado, COTELCO implementó un sello para que brinde confianza en los visitantes, lo que implica que si el hotel cuenta con dicho sello es porque éste cuenta con las medidas de bioseguridad estrictas, por ejemplo, en Bogotá, ya cuentan con el sello el Hotel Tequendama, Tequendama Suites and Hotel, GHL Hotel Capital, Holiday Inn Bogotá Airport y Hotel Black Tower Premium (Castaño, 2020).

Además de ello, COTELCO, Viva Air, la Asociación Colombiana de Atracciones y Parques de Diversiones (Acolap), y otras organizaciones envían un mensaje directo a las organizaciones y es #teestamosesperando, tratando de dar a conocer que se están realizando acciones para brindar seguridad a los visitantes y que es necesario que las personas tomen los servicios para que se pueda dar una reactivación económica positiva (Castaño, 2020); por último, desarrolló un marketplace bajo la marca hotelesencolombia.travel, donde se consolida la oferta de alojamiento de varias regiones del país, allí participan hoteles afiliados y no afiliados al gremio, esto con el fin de brindar apoyo en la reapertura al gremio (Castaño, 2020).

Competidores internacionales, líderes de turismo de bienestar

Dentro de los competidores internacionales se tienen países que lideran el turismo de bienestar, donde se encuentran: Alemania, Francia, Rumania, Túnez, India y Argentina, a continuación se hará una descripción de cada uno teniendo en cuenta diferentes contextos como lo es su participación en el turismo de bienestar, desarrollo de capital humano, marcos normativos, promoción, innovación e infraestructura.

Benchmarks	Alemania	Francia	Romania	Túnez	India	Argentina
El Turismo de bienestar	<ul style="list-style-type: none"> Turismo interno dominante en el país 350 centros de curas Varios tipos de centros: termalismo, talasoterapia, Kneipp, Felke.... 	<ul style="list-style-type: none"> Primer país turístico del mundo Primer destino mundial de talasoterapia 108 estaciones termales 	<ul style="list-style-type: none"> Tradición de turismo termal medico importante 70 centros termales, spa y centros de balneoterapia 	<ul style="list-style-type: none"> Túnez es el segundo destino mundial de talasoterapia El país cuenta con centros de talasoterapia, termalismo y hammams 	<ul style="list-style-type: none"> Parte integrante de la cultura local 30% de los ingresos del turismo provienen del Turismo de bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> Regiones especializadas en talasoterapia y termalismo 40 centros de termalismo
Desarrollo del capital humano	<ul style="list-style-type: none"> 2,9 millones de empleos directos 350.000 en el turismo de bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> Empleos directos del turismo: 1 millón de personas Talasoterapia: 3.017 Termalismo: 13.800 	<ul style="list-style-type: none"> Inversión de 6,5M de Dólares de la Unión Europea para la formación de los empleados del TB 	<ul style="list-style-type: none"> La formación profesional nació en 1976 Hoy hay 350.000 empleados del sector hotelero 	<ul style="list-style-type: none"> Los 2.359 spas del país emplean 22.175 trabajadores 	<ul style="list-style-type: none"> La Red Federal de Turismo de Salud trabaja sobre el desarrollo de carreras especializadas
Marco normativo y regulaciones	<ul style="list-style-type: none"> Una ley de definición de las características de cada centros de bienestar Esta ley define también las instalaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Los centros de termalismo, de talasoterapia y los spas deben cumplir con el código de salud pública, el reglamento de piscinas y de baño colectivo y con el reglamento sanitario de la aguas (HACCP) 	<ul style="list-style-type: none"> Plan de desarrollo del Turismo de Spa en 2009 Plan de acción 	<ul style="list-style-type: none"> Existe una legislación para la talasoterapia: una para la explotación y una para la creación de centros 	<ul style="list-style-type: none"> El Ministerio de Turismo es el encargado del desarrollo y de la promoción del sector Un departamento del gobierno es el encargado de la legislación del sector 	<ul style="list-style-type: none"> El termalismo tiene una regulación: Directrices Termas Argentinas El sector del turismo de salud es muy poco regulado
Promoción y la innovación	<ul style="list-style-type: none"> Promoción del turismo de bienestar omnipresente en las paginas web del destino de las regiones Proyecto de innovación del turismo de salud en 2011 	<ul style="list-style-type: none"> Promoción del turismo de bienestar de Atout France Promoción nacional de la asociación de termalismo 	<ul style="list-style-type: none"> Promoción nacional e internacional del sector a través de la asociación de Spa 	<ul style="list-style-type: none"> Promoción de la talasoterapia enfocada en el mercado francés 	<ul style="list-style-type: none"> El Ministerio de Turismo finanza 67% de las campañas de marketing del sector 	<ul style="list-style-type: none"> Promoción del sector a nivel nacional y regional
Infraestructuras y la sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> Varios proyectos de desarrollo de hoteles de spa, de termas y de centro de lodoterapia 	<ul style="list-style-type: none"> Certificaciones francesas o europeas de sostenibilidad 	<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura antigua y no al nivel de los estándares internacionales 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de una estación de desalinización para alimentar los centros turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Oferta hotelera de alta gama (5 y 4 estrellas) Oferta de spa es un nicho 	<ul style="list-style-type: none"> Oferta de spa muy localizada (Costa Atlántica, Patagonia, Norte del país)

Figura 4. Benchmarks de países líderes en Turismo de Bienestar. Adaptado de Plan de negocios para el subsector del turismo de bienestar, Colombia productiva (2013).

De acuerdo a lo anterior si se realiza una comparación, se puede reconocer a Argentina, debido a su ubicación, que como destino turístico también se encuentra en latinoamérica, como un competidor potencial en el tema de termalismo, ya que Colombia cuenta con fuentes naturales de aguas medicinales que tienen alrededor de 10 compuestos minerales que alivian dolencias y estrés, donde las termas de Santa Rosa de Cabal son de los principales balnearios del país, Tierra viva en Manizales, termas de San Vicente en Pereira, entre otras que están en el paisaje cafetero. (Procolombia, 2020).

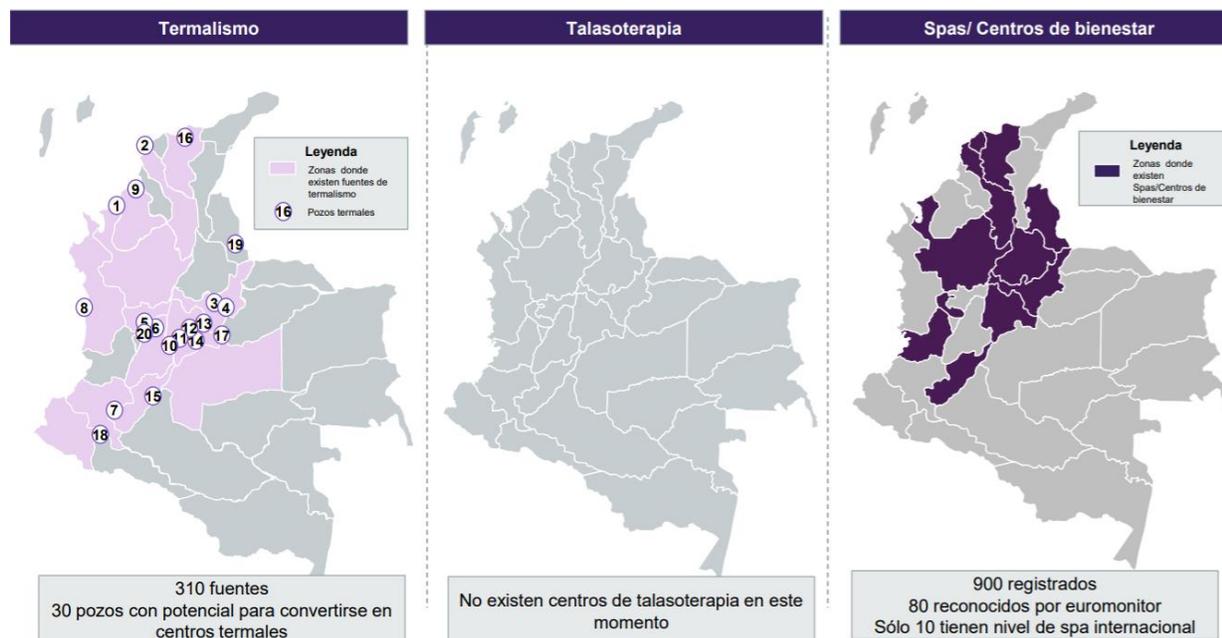


Figura 5. Turismo de bienestar en Colombia. Adoptado de Plan de negocios para el subsector del turismo de bienestar, Colombia productiva (2013).

El turismo de bienestar se caracteriza por representar un potencial de mercado significativo en comparación por ejemplo al turismo médico, su éxito se debe a la necesidad de la población en prevenir, debido a la progresión de enfermedades, interés por mejorar el estilo de vida, cambio de mentalidad donde en lugar de cuidar y realizar tratamiento, es mejor el enfoque de espíritus y cuerpos sanos.

Al respecto, Colombia se destaca por tener varias regiones dedicadas al turismo de bienestar, dentro de las que se encuentra el eje cafetero con su paisaje Cultural Cafetero, Cundinamarca y Boyacá, ya que cuentan con numerosas fuentes de aguas termales, que potencializan la oferta exportadora de servicios turísticos de bienestar (ProColombia, 2017).

En éste mismo sentido, el Gobierno colombiano, con el fin de aumentar la competitividad del sector de servicios ha elegido al turismo de bienestar como uno de los sectores que tienen el potencial de transformar la economía del país. De esta manera, se plantea una estrategia de internacionalización guiados al termalismo y spa (ProColombia, 2017).

En Colombia, se ha evidenciado un crecimiento en el porcentaje de extranjeros que viajan al país por motivos de salud, atención médica y temas enfocados a el turismo de bienestar, lo anterior se puede evidenciar en la siguiente tabla:

Tabla 5.

Salud y atención médica

Año	2017	2018	2019	2020
Salud y atención médica	0,65	0,74	0,76	0,91

Nota: Tabla adaptada a partir de datos proporcionados por Migración Colombia- Cálculos OEE- MINCIT(2020).

Las oportunidades que tiene Colombia en el sector de turismo de bienestar es la demanda, destino de calidad en temas de talosoterapia, generación de criterios para obtener el reconocimiento internacional, posible combinación de productos de bienestar, creación de una entidad propia para el desarrollo de un programa de bienestar colaborando con etnias locales, entre otras (Colombia productiva, 2013).

Ahora bien, los retos que tiene el país en el turismo de bienestar son las pocas capacitaciones sobre bienestar, infraestructura y estándares internacionales, además la carencia de identidad propia y explotación de recursos (Colombia productiva, 2013).

Por otra parte, es pertinente mencionar la organización a nivel nacional y regional, según, “a nivel nacional, la estrategia debe ser organizada y planificada para el destino entero. El gobierno y sus organizaciones de planificación deben apoyar los destinos regionales y locales en la implementación de un plan de desarrollo del Turismo de Bienestar” (Colombia productiva, 2013).

De otra parte, existe un plan de negocio del turismo de bienestar el cual cuenta con 30 acciones principales a fin de alcanzar las proyecciones establecidas en la estrategia sectorial.

Acciones principales a fin de alcanzar las proyecciones (Colombia productiva, 2013).

Creación de un capítulo del consejo consultivo de Turismo para planificar y liderar el desarrollo sostenible del turismo de bienestar.

Definir y promover la implementación de lineamientos que garanticen la calidad de los servicios de turismo de bienestar en particular a nivel internacional.

Formalizar el sector de bienestar ya que existe en el país como los spas, centros de bienestar y los centros termales.

Fomentar el interés en el sector de bienestar.

Organizar y desarrollar la capacidad del sector del turismo de bienestar.

Desarrollar un marco de certificación por competencias.

Favorecer la innovación y la investigación en el sector del bienestar en colaboración con los operadores de bienestar.

Promover y favorecer la inversión en bienestar a nivel nacional.

Gestionar y desarrollar mecanismos para la atracción de inversión extranjera directa.

Promover la cooperación entre la industria cosmética las universidades y el turismo de bienestar.

Coordinar y fomentar la cooperación entre las poblaciones indígenas y el sector de turismo de bienestar.

Desarrollar una marca para promocionar el turismo de bienestar.

Promocionar y mercadear el sector del turismo de bienestar a nivel nacional e internacional.

Reforzar los programas de apoyo para acreditaciones internacionales con el fin de facilitar el reconocimiento del sector en el extranjero.

Reforzar los programas de apoyo para acreditaciones internacionales con el fin de facilitar el reconocimiento del sector en el extranjero.

Fortalecimiento de la oferta de spas.

Promover el desarrollo de infraestructuras hoteleras de bienestar.

Promover el desarrollo de las infraestructuras termales y creación de estación termal.

Promover el desarrollo de la oferta de talasoterapia.

Fortalecimiento de la conectividad aérea y por tierra.

Promover la adecuada infraestructura de spas centros de bienestar de acuerdo a estándares internacionales.

Definición de un plan de gestión sostenible de los recursos para los centros de bienestar.

Promover la adecuada infraestructura de centros termales de acuerdo a estándares internacionales.

Promover la adecuada infraestructura de talasoterapia de acuerdo a estándares internacionales.

Sostenibilidad transversal los puntos promover la sostenibilidad económica social medio ambiental en la implementación del plan de negocio de turismo de bienestar.

Desarrollar infraestructura tecnológica e intangible.

Promover la creación y actualización de estadísticas del sector.

Fortalecimiento de la seguridad en la zona de turismo de bienestar.

Creación de colaboración del sector público privado.

Creación de asociaciones profesionales de bienestar e implicación en el plan de desarrollo del sector de bienestar.

Separación entre turismo de salud y turismo de bienestar.

También, existen 6 acciones prioritarias del plan de negocio del sector del turismo de bienestar en Colombia:

Tabla 6.

Acciones prioritarias del plan de negocio del sector

Ejes de trabajo	Acciones prioritarias
Marco normativo	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un capítulo dentro del Consejo consultivo de Turismo para planificar y liderar el desarrollo sostenible del Turismo de bienestar. • Definir y promover la implementación de lineamientos que garanticen la calidad de los servicios de turismo de bienestar en particular a nivel internacional.
Capital Humano	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y desarrollar la capacitación del sector del turismo de bienestar.
Fortalecimiento, promoción e innovación	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar y desarrollar mecanismos para la atracción de inversión extranjera directa. • Promocionar y mercadear el sector del turismo de bienestar a nivel nacional e internacional.
Generales	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de colaboración del sector público y privado.

Nota: Datos proporcionados por Colombia productiva (2013).

Al respecto de las acciones mencionadas anteriormente, a continuación se presentan algunos ejemplos donde se relacionan la aplicación de dichas acciones prioritarias.

Ejemplos de empresas que le apuestan al turismo de bienestar en Colombia Sindamanoy:

Centro de bienestar en Santander que realiza, prácticas de medicinas alternativas en espacios de naturaleza y ofrece a los viajeros experiencias para serenar la mente y revitalizar el organismo. Según Pro Colombia, “Sus actividades se desarrollan entre lodos, vapores, preparaciones con plantas medicinales, sarcófagos de piedra que se calientan a través de la luz solar para generar efectos relajantes en el cuerpo, caminatas, alimentación sana y meditaciones activas”.

Wellness Trip Colombia: Es una experiencia que se puede vivir en Cundinamarca con la comunidad Muisca en Chocontá que incluye actividades de desintoxicación, limpieza espiritual, armonización, según Pro Colombia, se realiza: “A través de medicina ancestral con plantas del territorio y acompañamiento e interacción con las personas locales. Estando allí se hace una visita a tres lugares sagrados naturales acompañados por un médico tradicional Muisca y la abuela del territorio”.

Capítulo 2. Identificar los factores potenciales del subsector de bienestar en el portafolio de servicios del eje cafetero

El aporte significativo de este capítulo en el proyecto se centra en la recopilación de información acerca de los factores potenciales del subsector de bienestar en el portafolio de servicios del eje cafetero, es decir, que la documentación permitirá conocer las cualidades que posee el eje cafetero desde los servicios que ofrece.

Por lo tanto, se identificaron servicios de la región, los cuales se detallan en la tabla 7, es el resultado de la investigación explorativa documental, en páginas web de los diferentes productos de turismo de bienestar.

El turismo de bienestar en el Eje cafetero

En el anterior capítulo se mencionó que, el turismo de bienestar de forma general se basa en termalismo, spa, terapia holística y talasoterapia, sin embargo, lo único que no se encuentra en el país aún, es la talasoterapia.

Luego de la recopilación de información de servicios de bienestar presentes en el Eje Cafetero, se sintetiza la información en la siguiente tabla:

Tabla 7.

Servicios de bienestar catalogados por departamentos del Eje Cafetero

Departamento del Eje cafetero	Característica de bienestar	Empresas/Lugares/ Hoteles que ofrecen el servicio en el departamento
Risaralda	Termalismo	San Vicente Reserva Termal y Termales de Santa Rosa.
	Spa y terapia Holística	Hotel SPA la Colina, Zaita & Uaia Hotel Wellness Spa, Armonía y Vida - Centro de Meditación y Terapia Holística.
Caldas	Termalismo	Hotel Termales del Ruiz.
	Spa	Natura Spa Centro Estético Natura Spa.
Quindío	Termalismo	No Aplica

		Spa y terapia holística	Hotel campestre Los lagos, Hotel Campestre Rancho California (Terapia Holística), Tisuué Spa Armenia, Tisuué Spa Montenegro.
Valle del Cauca	Termalismo	Spa y terapia Holística	Temazcal las heliconias. Plenitud Spa, Chakana Spa Natural. Sherezada Casa Holística Del Ser.

Nota: Tabla construida a través de datos proporcionados por (Territorio Aventura, 2019), (Tripadvisor, 2021) y (Eje Cafetero, 2019).

Termalismo.

Termales Santa Rosa de Cabal: es un lugar que brinda comodidades exclusivas para el descanso, se destaca el hotel y balneario, ambos con piscinas termales y cascadas de agua fría provenientes de fuentes naturales. De igual manera, se disfrutan de caminatas entre las montañas, planes románticos y spa.

La ubicación de estas aguas termales es el Risaralda en el municipio Santa Rosa de Cabal, es apatecido por turistas por las montañas y nacimientos de agua en medio del Paisaje Cultural Cafetero (Risaralda Comfort Health, 2018).

También se destaca, pues, es de los atractivos turísticos mas importantes del Departamento de Risaralda, y en general del Eje cafetero. La historia de dichas aguas termales se debe al descubrimiento que realizó el señor Enrique Arbeláez aproximadamente en el año 1930, debido a que estaban en su propiedad que al principio adquirió por temas ganaderos. Pero luego de ese descubierto, convirtió su terreno en un templo natural. Cabe resaltar que el hotel cuenta con piscinas termales recientemente remodelado en el año de 2020, generando una de las mejores ofertas de hoteles en el eje cafetero. (Turismo Quindio, 2021). (Ver anexo A).

La Reserva Termal San Vicente: se conoce como un santuario natural donde hay un inmenso bosque de los Andes colombianos, está ubicado en Risaralda en Santa Rosa de Cabal esta alberga aproximadamente 250 géiser de agua termal para el bienestar de los visitantes en 472 hectáreas llenas de fauna y flora únicas. Cuenta con hotel, spa, restaurante y la experiencia termal en 11 termas naturales con pH alcalino, cargadas de minerales benéficos para el organismo que entran al torrente sanguíneo dándole al cuerpo una gran cantidad de beneficios desde la liberación de

estrés hasta mejorar nuestra capacidad inmunológica (Risaralda Comfort health, 2018). (Ver anexo B).

Spa.

Perinatal Care: en esta ocasión el spa es dirigido a mujeres embarazadas, esta institución es pionera y líder en la región en atención especializada en medicina materno-fetal, con tecnología de punta, cumpliendo los estándares de calidad, con excelentes profesionales, con una atención humanizada a todas nuestras pacientes (Risaralda Comfort Healt, 2018). (Ver anexo C).

Hotel Boutique San Simón: son un hotel que cuenta con 24 habitaciones insonorizadas distribuidas entre Estándar, Confort y Suite desde 23m2 hasta 45m2, allí se puede experimentar sobre PNL (Programación neurolingüística) que llevará al visitante a descansar a otro nivel a través de novedosas herramientas: Body Spa, Sound Spa, Mind Spa y Visual Spa.

Su ubicación es en Pereira frente a la plaza de Bolívar y a unos pasos de la catedral, a solo 10 minutos del Aeropuerto Internacional Matecaña, rodeados de las principales entidades financieras, centros comerciales, teatros, restaurantes, entre otros. (Ver anexo E).

Esta entidad hotelera ofrece a sus visitantes un salón de juntas con capacidad hasta 10 personas y el Gran Salón Simón Bolívar con capacidad hasta para 160 personas, dotados con ayudas audiovisuales de última generación que garantizan el éxito de tus reuniones empresariales y/o sociales. (Ver anexo D).

Visus Hotel Boutique & Spa: su ubicación es en Pereira Risaralda. Consta de un Petit Hotel de 7 habitaciones lujosas, en la premium Suite Romancis se denota un paisaje sobre el Valle del Risaralda desde los altos de la Hacienda Malabar, ubicada en el segundo nivel de la Casa Visus, cuenta con comedor, sala y hamaca, vestier, tina con hidromasaje y ducha en el lujoso cuarto de baño.

En general sus habitaciones se caracterizan por lo lujosas que son, por los detalles del mobiliario, la iluminación, la decoración y los cuartos de baño, son exclusivos, de esta manera se cree que el ambiente es para descansar, cabe resltar que su actividad principal y más apetecida son los spa. (Ver anexo E).

Recinto del pensamiento.

Su nombre es alusivo a mantener activo el interés y el pensamiento por el desarrollo y el bienestar de todos, sin exclusiones ni particularismos. Siempre guiado por los objetivos de la región y de la comunidad (Recinto del pensamiento, 2015). (Ver anexo F).

Sus funciones son crear consciencia, vigilando la formación de recursos humanos e institucionales, convocando a actores del pensamiento regional, manteniendo debate sobre ideas, tesis, diagnósticos y propuestas; dar soporte a la formulación de políticas y estrategias.

Pijao.

Este municipio se ubica dentro de la subregión de la Cordillera Central Andina, en esta parte se evidencian montañas, piedemontes y valles. Se evidencian una producción favorable de: banano, café, granadilla, habichuela, limón, maíz, mandarina, naranja, papaya, soja, piña, plátano, tomate y yuca, siendo el café más cultivado, por lo cual el municipio hace parte de la declaratoria del PCC (Mansanta, 2019). (Ver anexo G).

Ahora bien, es un caso particular e importante para el eje cafetero debido a que es la primera ciudad lenta de Latinoamérica, ingresó a la lista de “CittaSlow” en 2014. Ahora bien, el modelo propuesto aplicado al municipio se orienta hacia un turismo slow y sostenible, esto se sostiene con la conservación de su arquitectura tradicional, el paisaje urbano y rural, artesanías y gastronomía local, fiestas populares, entre otros según (Mansanta, 2019).

En la actualidad existe una “Fundación Pijao CittaSlow”, donde un grupo de personas trabajan por la conservación del patrimonio arquitectónico y del entorno ambiental de los municipios de la cordillera del Quindío y área de influencia. Esta entidad trata de impulsar un proyecto del pueblo del buen vivir (Mansanta, 2019).

Para vivir este tipo de turismo Slow, se puede según (Mansanta, 2019):

Reconocer la fauna y la flora típicas del bosque nublado, y también la vida rural de las familias con sus granjas y la agricultura familiar. Por tanto el turismo bajo esta nueva concepción y gestión responsable comprometida con los valores locales, podría ser una herramienta estratégica que pueda recuperar esa identidad cafetera (pp. 18-19).

El turismo de bienestar está presente en la zona, con variedad de lugares naturales y hoteles que visitar, para obtener servicios de termalismo, spa o terapia holística, como por ejemplo, las siguientes empresas, que ofrecen diferentes servicios turísticos para disfrutar de los lugares que tiene la región, que permiten una guía, descanso y relación.

Asoatur Quindío: Ofrece el servicio a hoteles termales en Santa Rosa de Cabal, en termales de Rio, termales de cascada, las montañas. De estos planes turísticos, el costo varía según los días de estadía y los planes de comida por persona (Asoatur Quindío, s.f).

Finca turística el descanso: Se ofrecen servicios de spa, zonas húmedas como piscina, jacuzzi y juegos en parques infantiles con canchas múltiples, cabe resaltar que se destaca el parque del café y Panaca (Finca turística el descanso, s.f).

Hotel campestre los lagos: En sus planes aporta una charla sobre el bienestar y salud de la persona interesada, las comidas son netamente balanceadas, cuenta con batidos de desintoxicación del cuerpo, valoración médica integral, fogata de integración, terapias alternativas como sueroterapia, brinda caminatas por senderos, sesiones de yoga, masajes y terapia anti-envejecimiento.

Por último, se entiende que el eje cafetero cuenta con diversas opciones en el turismo de bienestar, guiado a la estabilidad del visitante, concentrándose en su bienestar y en que esté pasando un rato agradable, así mismo, la ubicación y paisajes naturales con los que cuenta la región hacen que sea característico dicho turismo y que sea posible realizarse de manera efectiva.

Capítulo 3. Establecer acciones que permitan visibilizar el potencial del turismo de bienestar en el eje cafetero

El aporte de este capítulo en el proyecto se basa en la creación de acciones, teniendo en cuenta la teoría de ventaja competitiva de perspectiva económica propuesta por Michael Porter, que de manera general busca lograr una diferenciación frente a la competencia. Lo anterior se realiza con el fin de mostrar el potencial que tiene el eje cafetero en cuanto a turismo de bienestar y la manera de visibilizarlo.

Ahora bien, al entender que la competitividad se basa en las estrategias, y para que un sector sea competitivo, se deben crear planes estratégicos concretos y asertivos dependiendo la meta que se quiere lograr, en este caso se pretende la visibilización del potencial de turismo de bienestar en el eje cafetero. Por lo cual, las acciones acorde con la revisión del sector realiza en esta zona, permite identificar por un lado que van ligadas con los objetivos específicos de ecoturismo que menciona Jiménez (2010), los cuales son:

1. Establecer que las áreas naturales son un hogar para todos, tanto para residentes como extranjeros.
2. Guiar un plan que minimice los impactos negativos al medio ambiente.
3. Mejorar vínculos en comunidades locales, y mejorar en acciones que contribuyan positivamente en las áreas protegidas.
4. Establecer beneficios de diferentes índoles para los habitantes locales, guiándolos a la participación del turismo.
5. Promover la interacción entre visitantes y anfitriones, de igual manera, fomentar el interés por el desarrollo sostenible y la protección de áreas naturales.
6. Complementar prácticas tradicionales con el fin de fortalecer la economía local.
7. Brindar oportunidades a los habitantes locales con el fin de utilizar de manera sostenible el área.

Por lo tanto y en coherencia con lo anterior, se plantean las siguientes acciones para promover el turismo de bienestar:

Generar alianzas estratégicas entre las diferentes clúster que intervienen de manera directa o indirecta en el turismo de bienestar en la zona, por ejemplo: cosméticos, universidades, restaurantes, hoteles, spas, y demás.

Fomentar la creación de una aplicación, página web y publicidad donde se encuentren los motores turísticos de bienestar de la región.

Certificar competencias, como el servicio al cliente donde es necesario el bilingüismo en idiomas variados como: inglés, francés, alemán y demás. De manera que puedan interactuar fácilmente con turistas extranjeros que visiten la región.

Como parte del plan de turismo que deben tener todas las alcaldías locales, realizar alianza con los operadores turísticos de la región a fin de crear productos con los cuales se resalten los diferentes atractivos del entorno como caminatas y charlas históricas donde se involucre directamente a la población local, para que se rescate el conocimiento inmaterial y ancestral que tienen las personas a nivel gastronómico, histórico y cultural.

Coordinar la cooperación entre las poblaciones indígenas.

Desarrollar productos como circuitos turísticos que involucren las familias, donde el turista pueda interactuar in situ, para que este aprenda a realizar objetos, platos gastronómicos, bailes y otras costumbres características de la región.

Fomentar la realización periódica de ferias artesanales de la región, bajo el amparo de las alcaldías, la duración del evento, los actos artísticos que se realizarán como: bandas de música tradicional, grupos de baile, grupos indígenas y demás actos.

Realizar alianzas con asociaciones profesionales de turismo y turismo de bienestar, quienes involucren a la región, específicamente a las personas que hacen parte del eje cafetero, dando a conocer la cultura diferenciadora que presenta la región.

Las acciones que se plantearon se centran en humanizar la región, permitiendo que el turista pueda conocer una cultura ancestral, que se basa en la historia, costumbres, hábitos, actividades propias del país, bailes, música típica y demás características atractivas al viajero; esto se realiza para generar una experiencia más allá de lo tangible, es decir, una experiencia que conmueva las emociones.

Adicional, se pretende que el turismo de bienestar sea un ecosistema donde la comunidad este alineada para brindar una experiencia grata al turista que visite la región, donde éste sienta que en verdad obtuvo una experiencia de valor, donde conecte mente, cuerpo y emociones, igual que en purificar el alma, conociendo positivamente una cultura solidaria que históricamente tiene mucho que enseñar.

Ahora bien, para implementar dichas acciones, según Jiménez (2010), se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- a) Paisajes atractivos a los visitantes.
- b) Ecosistemas grandes.
- c) Comunidad local consciente de oportunidades.
- d) Estructuras potenciales.
- e) Peligros inexistentes para la cultura y tradiciones.
- f) Evaluación que determine una demanda potencial y un mercado que pueda acceder a estar.

Por consiguiente, es pertinente mencionar que el eje cafetero cuenta con todas las características para implementar de manera efectiva las acciones propuestas, logrando así mayores beneficios a la región, enfocando esfuerzos en visibilizar el turismo de bienestar, como una experiencia de valor única, que logra despertar emociones de felicidad y curiosidad por los innumerables datos, vivencias y enseñanzas que brindan los habitantes.

Conclusiones

Este proyecto, desde la perspectiva de negocios internacionales refleja que el Eje cafetero sobresale con actividades como el termalismo y terapias holísticas (spas). En ese sentido, se evidenció un crecimiento turístico a través de los años (del 0,65 en 2017 al 0,91 en 2019), demostrando que las actividades de la zona son una oportunidad para el desarrollo económico. excepto el año 2021 por la pandemia del Covid19, mostrando reducción del 49.1 % al PIB del país, siendo de vital importancia la participación de las entidades de turismo y asociaciones para la reactivación con todas las medidas de bioseguridad, que han demostrado favorabilidad, lo que permite un ingreso paulatino de divisas importantes para el 2021 por visitantes extranjeros.

De igual manera, en el Eje Cafetero se crearon acciones para promover, planificar y liderar el turismo de bienestar con el fin de brindar actividades de calidad para el turista.

En ese sentido, se encontró que el turismo de bienestar cuenta con lugares emblemáticos en el Eje cafetero, tales como: Termales Santa Rosa de Cabal, La Reserva Termal San Vicente, Hotel Boutique San Simón, Recinto del Pensamiento y El caso Pijao.

Así mismo, aunque existan estrategias para visibilizar la zona y muchas de estas se centren en cadenas hoteleras, sobresalen nuevas estrategias planteadas, donde están enfocadas en continuar y reforzar el trabajo de pequeños hoteles y fincas cafeteras que brindan confianza a los turistas, enfocados en la perspectiva humanitaria, forjando objetivos clave de negociación internacional como: expansión de ventas, obtención de recursos (crecimiento de presencia de extranjeros) y minimización de riesgos.

En general, las acciones planteadas buscan llamar la atención frente al desarrollo que trae el turismo y la relevancia de la negociación internacional, los cuales no se puede quedar solo en las grandes cadenas hoteleras, debe ser un pilar de desarrollo en la región, que involucre la población local teniendo en cuenta la conexión de las personas, los ancestros, las tradiciones y la cultura. Además, es de vital importancia la participación de las diferentes entidades de turismo para el progreso y economía del país.

Finalmente, para desarrollar con éxito la visibilidad del turismo de bienestar en el eje cafetero, es importante la implementación de las acciones, evaluadas con las personas competentes como la población local, alcaldías y entidades que fomenten el turismo, donde se puedan lograr acuerdos, conociendo los puntos de vista de los mencionados, para dar lugar al direccionamiento del cómo

se pretende vincular las estrategias en la región, y por último, se atienden los aspectos como demanda de turistas internacionales.

Es decir, que fomentar la visibilidad del turismo de bienestar del Eje cafetero desde la teoría de negociación internacional que desarrolla ésta investigación, se basa en obtener alianzas prometedoras entre los habitantes de la región, comerciantes y entidades de turismo, lo cual se fundamenta con la teoría de Michael Porter, enfocándose en Stakeholders de la cadena de valor, logrando una diferenciación frente a la competencia, adicional que el turismo de bienestar es un eslabón importante que relaciona varios sectores de la economía.

Por otro lado el aplicar las diferentes acciones, para sofisticar el portafolio de servicios de los operadores logísticos y la humanización, lo cual logra una buena calidad en el ambiente entre los diferentes actores del turismo, una adecuada capacitación, infraestructura, promoción y publicidad de las actividades que se pueden programar en la zona, llegaría a reflejar de manera efectiva un crecimiento exponencial del turismo de bienestar, sobresaliendo de otros mercados internacionales.

Referencias

- Acerenza, M. A. (2006). *Conceptualización, origen, y evolución del turismo*. Mexico: Trillas.
- Agüí, J. (2015). *Instituto de sitios turísticos*. Obtenido de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/412>
- Anato. (2021). *Anato*. Obtenido de <https://anato.org/noticias/2021-el-ano-de-la-recuperacion-del-turismo/>
- ANDI. (2010). *ANDI*. Obtenido de <http://proyectos.andi.com.co/cssa/Documents/Mayo%2024%20Semana%20de%20Centroam%C3%A9rica%20.pdf>
- Andrade, J. (2020). *Repositorio digital de la universidad de las Américas*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/12216/1/UDLA-EC-TLAEHT-2020-08.pdf>
- Arias, A., Castrillon, N., & Fernandez, D. (2017). *Repositorio Universidad Catolica de Pereira*. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/4751/3/DDMNI10.pdf>
- Asoatur Quindío. (s.f). *Hotel Termales Santa Rosa de Cabal - Balneario - Piscinas - Aguas Termales - SPA - Pasadía en Termales*. Obtenido de <https://www.asoaturquindio.com/santa-rosa-de-cabal-termales-336-30>
- Cardozo, P., Chavarro, A., & Ariel, C. (2007). *Dialnet*. Obtenido de [Dialnet-TeoriasDeInternacionalizacion-4780130.pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6692322)
- Castaño, M. (2020). *Viajar en Colombia, sinónimo de desarrollo económico y social*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/mundo-destinos/turismo-en-colombia-asi-avanza-su-reactivacion/>
- Causado, E., Mojica, A., & Charris, A. (2018). *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6692322>
- CiTur. (2020). *CiTur*. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2#gsc.tab=0
- Citur. (2020). *Estadísticas Departamentales*. Obtenido de <http://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental#gsc.tab=0>
- Colombia productiva. (2013). Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/sectoriales/publicaciones-turismo-de-bienestar/plan-de-negocios-2013>

- Colombia Productiva. (2014). *Colombia productiva*. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/historico/turismo-salud>
- Colombia Productiva. (2020). *Colombia productiva*. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-sectores/servicios/turismo-bienestar>
- Congreso de la República de Colombia. (2012). *MinCit*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-de-recursos-fisicos/leyes/ley-1558-de-2012-4.aspx#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por,atractivos%20tur%C3%ADstico s%20nacionales%2C%20resguardando%20el>
- Cornejo, E. (2012). *Comercio Bolvi*. Obtenido de <http://comerciobolvi.blogspot.com/>
- Cotelco. (2019). *Cotelco, Centro de pensamiento turístico Colombia*. Obtenido de <https://cptur.org/publicaciones/PfWPoywPSNTrbBR>
- De la Hoz correa, A., & Muñoz, F. (2016). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582016000200010
- De la puente, M. (2015). *EUMED, Turismo y desarrollo*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/19/spa.html>
- Eje Cafetero. (2019). *Termales en el eje cafetero*. Obtenido de <http://ejecafeterotodoincluido.com/termales-en-el-eje-cafetero/>
- El Espectador. (2018). *Histórico fallo ordena proteger a Pijao de desastres ambientales*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/medio-ambiente/historico-fallo-ordena-proteger-a-pijao-de-desastres-ambientales/>
- Finca turística el descanso. (s.f). *Planes Todo Incluido*. Obtenido de http://plan.fincaturisticaeldescanso.com/?gclid=Cj0KCQjwrsGCBhD1ARIsALILBYqtBcTyTIQNiJVwDWokO_XCOsyPmldg7BzykMwWEO7bI_CdFu1FFegaArJoEALw_wcB
- Flores, D. (2020). *Eumed*. Obtenido de <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/dfr/La%20cadena%20de%20valor%20del%20sector%20turistico.htm>
- Gaviria, M. (2019). *Territorialidades en la ciudad-región Eje Cafetero, Colombia*. Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/xml/357/35762653002/index.html>
- González, C. (2020). *Un fin de año en Pijao, el pueblo más silencioso de Colombia*. Obtenido de https://revistadiners.com.co/viajes/74500_pijao-asi-vive-el-fin-de-ano-el-pueblo-mas-silencioso-de-colombia/

- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Obtenido de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Huesca, C. (2012). *Comercio Internacional*. México: Red tercer milenio.
- Jiménez, L. (2010). *Ecoturismo. Oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogotá: Eco Ediciones.
- La nota económica. (8 de Mayo de 2019). *La nota económica*. Obtenido de <https://lanotaeconomica.com.co/economia/colombia-abre-sus-puertas-al-turismo-de-salud.html>
- La República. (2020). *El 85,8% de las empresas del sector turismo del país ya reactivaron sus operaciones este mes*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/economia/el-858-de-los-establecimientos-del-sector-turismo-del-pais-ya-reactivaron-operaciones-3104959>
- Lima De Morais, L. (2013). *Estudios en turismo*. Obtenido de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V23/N01/v23n1a08.pdf>
- Lopez. (2019). *Repositorio Universidad Catolica de Pereira*. Obtenido de <https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/5958/1/DDMECO17.pdf>
- Lopez, J. L. (2015). *Deficiones Turismo - Turista*. Obtenido de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/412>
- Mansanta, G. (2019). *Repositorio Universidad Nacional de La Plata. El caso del Quindío en el "Paisaje cultural cafetero Colombiano" (PCCC)*. Obtenido de <http://jornadasgeografia.fahce.unlp.edu.ar/front-page/actas/ponencias/GliemmoMansanta.pdf>
- Metodología de la Investigación*. (2010). Mexico: The McGraw-Hill .
- Migración Colombia- Cálculos OEE- MINCIT. (2020). *Estadísticas Nacionales - Turismo Receptor*. Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_motivo_viaje/all/6#gsc.tab=0
- Mincit. (2019). *Mincit, Ministerio de comercio, industria y turismo*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/mincomercio-pone-en-marcha-la-iniciativa-reip>
- Mincit. (2020). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/se-incentiva-la-inversion-en-infraestructura->

- turis?fbclid=IwAR2JZCRlvSqMpAeHOr5yN0r2811iwzUllb8p1_OipcXz2aKfwhK4MV
AzFZo
- MinCit. (2020). *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/infografias/historico-infografias/2016/corredor-turistico-del-eje-cafetero>
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. (2013). *MinCit*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/normatividad-turismo/revise-las-leyes,-decretos-y-resoluciones-en-mater/2013/decreto-2646-de-2013-por-el-cual-se-reglamenta-la/decreto-2646-de-2013,.pdf.aspx>
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2011). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Morillo, M. (2011). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Paisaje Cultural Cafetero. (2017). *Ciudad sin prisa*. Obtenido de <http://paisajeculturalcafetero.org.co/contenido/ciudad-sin-prisa>
- Perez, A. (2017). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000100008#B28
- Pinea, M., & Falla, P. L. (2017). *Equidad y desarrollo La Salle*. Obtenido de <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1219&context=eq>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Vergara.
- Porto, N. (2004). *Depeco, Universidad Nacional de La Plata*. Obtenido de <https://www.depeco.econo.unlp.edu.ar/wp/wp-content/uploads/2017/09/tesis-doctorado-porto.pdf>
- ProColombia. (2017). Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/colombia-es-destino-turistico-de-bienestar>
- ProColombia. (2018). *Colombia, un destino con potencial para el turismo de bienestar*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/colombia-un-destino-con-potencial-para-el-turismo-de-bienestar>
- Procolombia. (2020). *Procolombia*. Obtenido de <https://www.colombia.co/turismo-colombia/que-hacer-en-colombia/revive-tu-espíritu-en-las-aguas-termales-colombianas-mas-relajantes/>
- Puerto, D. (2010). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/646/64615176009.pdf>

- Quintero, J. (2006). *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>
- Recinto del pensamiento. (2015). *Nuestra historia*. Obtenido de <https://recintodelpensamiento.com/Recinto/Pages/Historia.aspx>
- Revista Semana. (2019). *Revista Semana*. Obtenido de <https://www.semana.com/contenidos-editoriales/salud-buen-pronostico-/articulo/turismo-de-bienestar-en-colombia-es-atractivo-para-extranjeros/643475/>
- Risaralda Comfort Healt. (2018). *Perinatal Care*. Obtenido de <https://www.risaraldacomforthealth.com/miembros/perinatal-care/>
- Risaralda Comfort Health. (2018). Obtenido de <https://www.risaraldacomforthealth.com/miembros/termales-santa-rosa-de-cabal/>
- Risaralda Comfort Health. (2018). *Hotel Boutique San Simón*. Obtenido de <https://www.risaraldacomforthealth.com/miembros/hotel-boutique-san-simon/>
- Risaralda Comfort health. (2018). *San Vicente Reserva Termal*. Obtenido de <https://www.risaraldacomforthealth.com/miembros/san-vicente-reserva-termal/>
- Risaralda Comfort Health. (2018). *Visus Hotel Boutique & Spa*. Obtenido de <https://www.risaraldacomforthealth.com/miembros/visus-hotel-boutique-spa/>
- Rutas del paisaje cultural cafetero. (s.f). *Pijao*. Obtenido de <https://rutasdelpaisajeculturalcafetero.com/planifica-tu-viaje/quindio/pijao/>
- Santander, C. (2019). *Cluster Santander*. Obtenido de <http://clustersantander.com/media/1315b89f9c353b70641a8d4b43f777fb326feca1.pdf>
- Simancas, M., Hernandez, R., & Padron, N. (2020). *Dialnet*. Obtenido de El turismo de bienestar y mindful travel en el nuevo escenario pos-COVID-19: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7506877>
- SITUR. (2018). *SITUR, Sistema de información turística del paisaje cultural cafetero*. Obtenido de <https://siturpcc.com/wp-content/uploads/2019/02/Informe-para-Min-V3.pdf>
- Termales. (2021). *Termales Santa Rosa de Cabal Un lugar para volver a nacer*. Obtenido de <https://www.termales.com.co/>
- Territorio Aventura. (2019). *Hotel Campestre Los lagos & Hotel Campestre Rancho California*. Obtenido de <http://territorioaventura.com.co/wp-content/uploads/2019/11/Terapias-y-servicios-Territorio-Aventura.pdf>
- Torres, R. (2005). *Teoría del comercio Internacional*. Mexico: Siglo XXI Editores.

- Travelgrafia. (s.f). *Termales San Vicente*. Obtenido de <https://travelgrafia.co/blog/termales-san-vicente/>
- Tripadvisor. (2021). *Spas termales en Departamento de Valle del Cauca*. Obtenido de https://www.tripadvisor.co/Attractions-g2021548-Activities-c40-t255-Valle_del_Cauca_Department.html
- Trujillo, M., Guzman, A., & Gisele, B. (2006). *Repositorio Universidad del Rosario*. Obtenido de <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf;jsessionid=21BA536A5A95DF0EFFF23CCE5788F4A3?sequence=1>
- Turismo Quindio. (2021). Obtenido de <https://www.turismoquindio.com/termales-en-el-eje-cafetero/>
- Viaja Colombia. (2004-2020). *Recinto del pensamiento*. Obtenido de https://www.viajaporcolombia.com/sitios-turisticos/caldas/recinto-del-pensamiento_40/
- Villegas, M. (2018). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27609>

Anexos

Anexo A. Termales Santa Rosa de Cabal. Fotografía de (Termales, 2021).



Anexo B. Termal San Vicente. Fotografía de (Travelgrafia, s.f).



Anexo C. Perinatal Care. Fotografía de (Risaralda Comfort Healt, 2018).



Anexo D. Visus Hotel Boutique & Spa. Fotografía por (Risaralda Comfort Healt, 2018).



Anexo E. Visus Hotel Boutique & Spa. Fotografía por (Risaralda Comfort Healt, 2018).



Anexo F. Recinto del pensamiento. Fotografía de *(Viaja Colombia, 2004-2020)*.



Anexo G. Caso Pijao. Fotografía por: *(El Espectador, 2018)*, *(Paisaje Cultural Cafetero, 2017)*, *(Rutas del paisaje cultural cafetero, s.f)* y *(González, 2020)*.

