

**PROPUESTA DE DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO, COMO ESTRATEGIA DE APROPIACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO CTEI, CAUCA REGIÓN DE CONOCIMIENTO.**

**PRESENTADO POR**  
YINETH ALEXANDRA OMEN QUINAYÁS

**PROGRAMA ACADÉMICO**  
TURISMO

**ASESORA ACADÉMICA**  
Esp. DIANA MARCELA GÓMEZ ORDÓÑEZ

**ASESORA EMPRESARIAL**  
LUZ STELLA PEMBERTHY GALLO – PROYECTO ECoS-CTei.

**UNIVERSIDAD DEL CAUCA**  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

POPAYÁN  
2023

## **Nota de aceptación**

La asesora académica y empresarial han leído el presente trabajo, han escuchado la socialización por su autora y lo encuentran satisfactorio.

---

Asesora académica  
Esp. Diana Marcela Gómez Ordoñez.

---

Asesora Empresarial  
Mg. Luz Stella Pemberthy Gallo.

## **DEDICATORIA**

*Estas líneas se las dedico a dos personas quienes fueron el pilar fundamental en este proceso de formación profesional, y aunque ya no están en este mundo, sus recuerdos continúan en mi corazón y su legado vivirá por siempre.*

*A mi abuela y segunda mamá, Reineria Ijaji, quien me sacó adelante, y me brindo sus consejos llenos de sabiduría, sin ella no hubiera logrado lo que hoy soy. A mi abuelo, Luis Ángel Quinayás cuyo amor por mí no conocía límites y quien me enseñó el valor del trabajo duro.*

*A ellos, por sostener mi mano para dar mis primeros pasos y dejar huella para siempre...*

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, doy gracias a Dios, por sus infinitas bendiciones a lo largo de este proceso. En segundo lugar, a mi madre Lucía Quinayás quien me ha brindado su apoyo incondicional, y ha estado compartiendo mis alegrías y angustias a lo largo de mi formación profesional, por enseñarme sobre el valor y el coraje para enfrentar cualquier adversidad.

Un agradecimiento profundo a mis asesoras académicas Diana Marcela Gómez y Luz Marina Ardila, por su calidad humana acompañando este proceso y por compartir sus conocimientos técnicos, por el soporte y discusión crítica que permitió culminar con éxito este trabajo.

A mis compañeras y amigas de la Universidad del Cauca: Karen, Andrea, María Fernanda, Maribel, Alexandra y Dayana, por ser esa voz de aliento en momentos de agobio y por enseñarme el valor de la hermandad.

A mi compañera y amiga Karen, con quien durante toda la carrera compartimos experiencias de aprendizaje para el crecimiento en el ámbito profesional y personal, a ella infinitas gracias por enseñarme el verdadero significado de la amistad y la hermandad.

A los actores y comunidad de Santander de Quilichao quienes me abrieron las puertas de su bello territorio y me permitieron conocer las dinámicas de trabajo de sus iniciativas.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>AGROTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA LA APROPIACIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO. ....</b>	<b>3</b>
<b>2.1</b>	<b>Problematización.....</b>	<b>3</b>
<b>2.2</b>	<b>Justificación.....</b>	<b>4</b>
<b>2.3</b>	<b>Objetivos.....</b>	<b>6</b>
2.3.1	Objetivo general:.....	6
2.3.2	Objetivos específicos: .....	6
<b>2.4</b>	<b>Metodología .....</b>	<b>6</b>
<b>2.5</b>	<b>Desarrollo teórico conceptual: una relación entre agroturismo y apropiación social del conocimiento .....</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE LA LÍNEA DE AGROTURISMO EN EL PROYECTO ECoS-CTei.....</b>	<b>17</b>
<b>3.1</b>	<b>Actores aliados del proyecto .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2</b>	<b>Posibles actores directos identificados desde el proyecto.....</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>PROPUESTA DE DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO.....</b>	<b>23</b>
<b>4.1</b>	<b>Metodología para el diseño de producto turístico.....</b>	<b>23</b>
<b>4.2</b>	<b>Implementación de la metodología.....</b>	<b>28</b>
4.2.1	Fase 1: situación actual del agroturismo en el territorio.....	28
4.2.1.1	Análisis de tendencias asociadas al turismo en espacios rurales. ....	32
4.2.2	Fase 2: Estructuración de la idea.....	35
4.2.2.1	Mapa Mental .....	35
4.2.2.2	Mapa de empatía: ¿Quién es mi cliente? .....	37
4.2.3	Fase 3: Diseño conceptual del producto agroturístico.....	42
4.2.3.1	Descripción - caracterización.....	43
4.2.3.2	Propuesta conceptual: Agroturismo pedagógico experiencial para el municipio de Santander de Quilichao.....	52
4.2.4	Fase 4: Estrategias de asociatividad.....	53

<b>5</b>	<b>ESTRATEGIA PARA LA DIVULGACION DE RESULTADOS. ....</b>	<b>63</b>
	<b>5.1 Participación en espacios de divulgación de resultados, desde el conocimiento técnico en turismo.....</b>	<b>64</b>
	<b>5.2 Propuesta de un poster para divulgar los resultados: .....</b>	<b>66</b>
	<b>5.3 Intereses de los actores directos del proyecto.....</b>	<b>69</b>
<b>6</b>	<b>CONCLUSIONES. ....</b>	<b>73</b>
<b>7</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>75</b>
<b>8</b>	<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>76</b>
<b>9</b>	<b>ANEXOS.....</b>	<b>80</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Actores Aliados del Proyecto ECoS-CTei.....	18
<b>Tabla 2:</b> Posibles actores identificados desde el proyecto ECoS-CTei para la propuesta de agroturismo. ....	19
<b>Tabla 3:</b> Comparación de metodologías para el diseño de productos turísticos.....	24
<b>Tabla 4:</b> Metodología para el desarrollo de la propuesta. ....	27
<b>Tabla 5:</b> Tendencias que giran en torno al turismo en espacios rurales.....	32
<b>Tabla 6:</b> Caracterización del tipo de turista que visita el municipio de Santander de Quilichao.....	38
<b>Tabla 7:</b> Clasificación de líneas productivas. ....	43
<b>Tabla 8:</b> Explicación de criterios de selección.....	44
<b>Tabla 9:</b> Explicación de puntaje para los criterios de selección. ....	45
<b>Tabla 10:</b> Ficha de la propuesta del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao – Cauca. ....	54
<b>Tabla 11:</b> Cronograma para la participación en el programa "Turismo sin Límites" .....	65
<b>Tabla 12:</b> Comités y actividades para el desarrollo del evento. ....	71

## CONTENIDO DE ILUSTRACIONES.

<b>Ilustración 1:</b> Mapa mental, estructuración de la propuesta del producto agroturístico.	36
<b>Ilustración 2:</b> Mapa de empatía. ....	40
<b>Ilustración 3:</b> Agroturismo para el municipio de Santander de Quilichao.....	42
<b>Ilustración 4:</b> Mapa de experiencias turísticas para el Municipio de Santander de Quilichao.....	46
<b>Ilustración 5:</b> Nube oferta de conocimientos, Santander de Quilichao – Cauca .....	47
<b>Ilustración 6:</b> nube demanda de conocimientos, Santander de Quilichao – Cauca.....	49
<b>Ilustración 7:</b> Representatividad de Santander de Quilichao. ....	52
<b>Ilustración 9:</b> Socialización del producto agroturístico en la emisora de Unicauca estéreo. .....	65
<b>Ilustración 8:</b> Participación en el webinar diseño de un producto agroturístico, como estrategia de apropiación social del conocimiento.....	65
<b>Ilustración 10:</b> Respuesta estrategia de divulgación. ....	69

## 1 INTRODUCCIÓN

Fortalecer el Ecosistema de Ciencia Tecnología e Innovación para facilitar los procesos de uso del conocimiento en los sectores sociales y productivos, se convierte en el mayor reto del proyecto Ecos-CTei, en tal sentido se han identificado algunos sectores claves como factor de desarrollo que, además permiten reducir las brechas del uso y producción del conocimiento entre los diferentes actores involucrados. Entre estos sectores, el turismo implica mayor número de actores y genera impacto significativo en el cierre de brechas de los sectores estratégicos para el desarrollo regional, aporte principal del proceso de investigación desarrollado en trabajo de grado.

El desarrollo de la propuesta plantea tres capítulos. El primero presenta una problemática a resolver, donde también se exponen las causas y consecuencias que se originan a raíz del problema, posteriormente, se argumenta la importancia de la contribución al cierre de esas brechas para el uso y producción del conocimiento, en la cual se ve inmersa la “Propuesta de diseño de un producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao”. En ese sentido, los objetivos, tanto general como específicos hacen parte de la estructura de este documento, que va a permitir tener un horizonte para el desarrollo de la propuesta mencionada. Por otro lado, y a lo largo de este documento también se desarrolla el marco teórico que permite una mayor comprensión de las diferentes categorías de análisis y los abordajes del mismo desde diferentes autores y perspectivas, a saber: apropiación social del conocimiento, desarrollo local, agroturismo, producto turístico, entre otros.

En el segundo capítulo se realiza una aproximación diagnóstica del estado actual en la que se encuentra la línea de agroturismo en el proyecto ECoS-CTei, que permitirá una contextualización del proceso y sentar bases para el diseño de la propuesta del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao. Adicionalmente, se identifican los actores y elementos involucrados que hacen parte del proyecto con los cuales se elaborara la propuesta.

En el tercer capítulo, se ve inmersa la contextualización metodológica, se describe la ruta que se traza para el desarrollo de la propuesta, incluyendo técnicas e instrumentos que se utilizarán para un mejor análisis. Algunos referentes fundamentales para la propuesta constituyen un esfuerzo conjunto entre la Institucionalidad departamental y nacional. Y por último, se define la estrategia

para la divulgación de los resultados obtenidos a partir de las diferentes dinámicas de trabajo en conjunto con los actores directos que hacen parte del proyecto ECoS-CTei.

## **2 AGROTURISMO COMO ESTRATEGIA PARA LA APROPIACIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO.**

En este primer capítulo, se plasma la problematización en la cual se centra la propuesta, se proponen los objetivos, se concreta la propuesta metodológica para el alcance de esos objetivos y para dar soporte a la propuesta, se establece una aproximación teórico conceptual, una relación entre agroturismo y apropiación social del conocimiento, con el fin de tener bases que permitan dar un enfoque al producto de agroturismo con todos sus elementos y características que lo conforman, y además permita dar respuesta a esas necesidades y sentires de los actores involucrados identificados desde el proyecto ECoS-CTei.

### **2.1 Problematización.**

Considerado como un sector estratégico para el desarrollo y el crecimiento regional, el turismo, en sus diferentes modalidades o tipologías, se ha convertido en foco de interés, no solo para las comunidades locales, sino también para el mundo de la ciencia y la tecnología. En este sentido, son múltiples los espacios que se abren para integrarlo a las dinámicas de la producción de conocimientos, especialmente en territorios que hoy cuentan con una importante trayectoria en la construcción de líneas de trabajo, vinculados con la gestión y la apropiación social del conocimiento, como es el caso del Departamento del Cauca, que hoy cuenta con iniciativas, como el proyecto ECoS-CTei que busca fortalecer el Ecosistema de Ciencia Tecnología e Innovación para facilitar los procesos de uso del conocimientos en los sectores sociales y productivos.

Uno de los aportes más significativos de esta iniciativa ha sido la identificación de una brecha entre la oferta y demanda del conocimiento en el departamento del Cauca, a raíz de esta desconexión los factores determinantes, se encuentran enfocados en aspectos como: la falta de gobernanza, es decir, de soporte institucional, normas y mecanismos para definir las políticas para promover la CTeI; las limitaciones del sector productivo para innovar, al carecer de referentes apropiados para la transferencia y uso del conocimiento. Si bien, desde la perspectiva del proyecto, existe una oferta de conocimiento en la línea de agroturismo, no se han implementado acciones concretas en torno a la creación y gestión de productos que integren a los diferentes actores y las dinámicas intelectuales de sus procesos productivos, para que los actores hagan uso efectivo del

conocimiento existente, logrando así, una desconexión entre los diferentes actores del sector productivo, social e institucional, vinculados directa e indirectamente con el agroturismo en el municipio de Santander de Quilichao, causando de esta manera una escasa apropiación social del conocimiento, el cual no es valorado como fuente de bienestar social y crecimiento económico.

En este orden de ideas, surgen algunas causas y consecuencias enmarcadas en la línea de agroturismo y enfocadas en las redes colaborativas existentes, evidenciando que estas redes no han hecho uso efectivo, profesional y de innovación de dicho conocimiento, desencadenando una desconfianza por parte de la comunidad al compartir sus saberes a personas externas, ya que se pueden mercantilizar y no beneficiarlos directamente, sin brindar garantías de que los trabajos investigativos contribuyan al desarrollo social y económico a través del turismo, avanzando hacia ventajas competitivas provenientes del conocimiento y la innovación. De igual forma, los territorios con vocación turística, han centrado sus esfuerzos en promover los atractivos tangibles, dejando de lado los saberes y prácticas propias que tienen las comunidades para desarrollar su actividad productiva. Si bien, todo lo anterior puede ser atractivo por un tiempo, al no implementar la innovación pueden tornarse habituales, propiciando que la oferta de servicios o productos se vuelvan obsoletos y rutinarios. Además, no se concentra en una demanda con intereses específicos, considerando que: según (OMT, 2022), las tendencias de la demanda a nivel mundial buscan destinos donde sus vivencias sean más experienciales, sumergiéndose en las culturas de las comunidades locales.

## **2.2 Justificación.**

En el contexto en el que se enmarca el problema a resolver, surge la necesidad de generar estrategias para divulgar y fortalecer productos, servicios, capacidades locales, conocimientos y saberes de los actores que participan en la línea productiva del agroturismo en el municipio de Santander de Quilichao, es por ello que, como alternativa se propone el diseño de un producto de agroturismo, que aporte a la articulación, cooperación y creación de redes de conocimiento y confianza, que permita visibilizar y dar reconocimiento al capital intelectual como factor de desarrollo local, bienestar social y crecimiento económico para las comunidades, y que hoy, permite a las organizaciones y procesos locales, considerar alternativas de recuperación a los efectos de la pandemia generados por el COVID 19.

Ahora bien, vinculando la vocación de la actividad agrícola del municipio con las necesidades y las nuevas tendencias desencadenadas entre otras circunstancias por la pandemia del Covid-19, se encuentra que los viajeros buscan un enriquecimiento de su experiencia en el que encuentren más flexibilidad, descubrimiento, aprendizaje y contacto con los pueblos, comunidades y sus tradiciones, lo cual obliga al sector a repensar el turismo desde unas condiciones considerablemente diferentes y nuevas, donde la creatividad e innovación son los pilares claves para generar servicios que satisfagan la demanda actual. Es ahí donde la propuesta cobra valor, ya que por medio del agroturismo es posible satisfacer en gran medida los requerimientos de la demanda, puesto que de acuerdo a la literatura consultada y analizada a lo largo del documento, el agroturismo se ve inmerso dentro del turismo cultural con dimensión científica, en cuyo proceso ambas partes, tanto turistas como agricultores, intercambian conocimientos sobre prácticas agrícolas y sustentables que resultan en un ejercicio para generar nuevas ideas para aplicar en el campo y aumentar su sostenibilidad.

Por otro lado, la propuesta se respalda y tiene sustento en las acciones adelantadas en el marco del proyecto, donde existe una línea base que da cuenta de los requerimientos técnicos para la selección de los territorios con potencial en la línea del agroturismo, en los que se lleva a consideración el municipio de Santander de Quilichao. Adicionalmente, el municipio cuenta con un inventario de atractivos turísticos, con una identificación de los actores involucrados y con organizaciones que vienen desarrollando iniciativas en cuanto al agroturismo. Todo esto facilita la obtención de información, conocimiento, cercanía y comunicación con los actores para el desarrollo de la propuesta.

Por lo anterior, se pretende contribuir a cerrar la brecha en torno a la producción y uso del conocimiento, entre los actores productivos, institucionales y la demanda vinculados con el agroturismo en el municipio. Además, se incentivará a la comunidad a realizar turismo de proximidad, logrando dinamizar la economía de los actores involucrados, de igual manera, se pretende aportar a la apropiación social del conocimiento, permitiendo a la sociedad, actor fundamental en la construcción de los conocimientos, hacer uso de ellos a partir de los saberes de las comunidades y territorios.

## 2.3 Objetivos.

### 2.3.1 *Objetivo general:*

Proponer el diseño de un producto agroturístico en el municipio de Santander de Quilichao, como estrategia de apropiación social del conocimiento, en el marco del proyecto ECoS-CTei, Cauca Región de Conocimiento.

### 2.3.2 *Objetivos específicos:*

- Analizar el estado actual de la línea de agroturismo a partir de la información generada del proyecto ECoS-CTei y los diferentes actores involucrados.
- Definir la metodología para la estructura del producto agroturístico que privilegie el uso del conocimiento.
- Definir una estrategia de divulgación de los resultados obtenidos y aprendizajes identificados con las comunidades participantes de la propuesta.

## 2.4 Metodología

**Acción Participación:** Para el desarrollo de este trabajo se propone la metodología Acción Participación (IAP) el cual es un método que combina dos procesos, el de conocer y el de actuar, implicando en ambos a la población cuya realidad se aborda. La IAP proporciona a las comunidades un método para analizar y comprender mejor la realidad de la población, pues permite identificar sus problemas, sus necesidades, capacidades y recursos y a la vez permite planificar acciones y medidas para transformarla y mejorarla (Universidad del País Vasco, 2006). En ese sentido para el desarrollo metodológico de la propuesta de diseño del Producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao, se determinan una serie de etapas con sus respectivas herramientas o instrumentos de investigación que permiten la interacción entre expertos y la comunidad con el ánimo de planificar acciones y medidas reales a partir de la vocación del territorio y por ende de los conocimientos, saberes y tradiciones de los actores involucrados directos del proyecto ECoS-CTei.

***Etapas 1. Análisis del estado actual del proyecto ECOS-CTei en torno a la línea de agroturismo:***

Para esta etapa inicial, se realizó un análisis documental de la información existente, generada desde el proyecto y registrada en fuentes secundarias como: redes sociales y página web. Igualmente, se recopiló información desde fuentes primarias, a partir de técnicas de investigación como la entrevista y cuestionarios, los instrumentos de recolección de datos fueron fichas de lectura y entrevistas semiestructuradas. **(Véase anexo 1 y 2).**

***Etapa 2. Definición la metodología para la estructura del producto agroturístico que privilegie el uso del conocimiento:***

En primer lugar, se realizó un barrido documental para definir la metodología de diseño de producto turístico que mejor se adaptara en el contexto en el cual se trabajó, una vez definida la metodología, la información recolectada para el diseño del producto se levantó mediante trabajo de campo y documental, tomando técnicas de investigación como entrevistas, talleres y observación directa. Se acudió al uso de diario de campo, registros descriptivos, guía de preguntas. Asimismo, se usaron herramientas de participación y construcción con la comunidad el mapeo de actores, que permitió validar la información existente de proyectos anteriores, para conocer más a fondo la distribución geográfica donde se encuentran las zonas de producción agrícola y pecuaria, también poder identificar las principales vías de acceso y otros elementos importantes para la consolidación de la idea principal. Otras de las herramientas e instrumentos que se utilizaron para el desarrollo del diseño de producto fue el análisis FODA, que permitió comprender el entorno y contexto en el que se desarrollará el producto, y a vincular las fortalezas y debilidades del producto con aquellas que son propias del entorno, para potenciar el emprendimiento y fortalecer la toma de decisiones. De igual forma, para el diseño del producto se tomó en cuenta, el mapa mental para definir con mayor precisión la idea principal y sus atributos, también, se hizo uso del mapa de empatía, para identificar al turista potencial.

***Etapa 3. Definición de una estrategia para la divulgación de los resultados obtenidos y aprendizajes identificados con las comunidades participantes de la propuesta:***

Para esta etapa y como cierre de la práctica profesional, se desarrolla un trabajo articulado con las comunidades a través de talleres participativos que permitieron evidenciar los resultados obtenidos y los horizontes de trabajo para agendas comunes en el mediano y largo plazo.

## **2.5 Desarrollo teórico conceptual: una relación entre agroturismo y apropiación social del conocimiento**

Uno de los aspectos fundamentales en un proceso de desarrollo turístico se concentra en el producto, de aquí la importancia de su abordaje conceptual y de tipologías.

**Las concepciones sobre producto turístico** son diversas. Su naturaleza tiene relación directa con la competitividad del destino turístico al ser un elemento de importancia para el desarrollo y el fortalecimiento de los lugares encaminados, mediante la implementación de programas federales hacia el fomento e impulso del turismo. Para Smith (1994) citado por (Shaid , Pulido, & Rodríguez, 2017), señala que el producto turístico es considerado un producto genérico, es decir, un producto que conlleva un proceso de producción como lo necesita cualquier producto elaborado en una industria, ya que su dinámica de manufactura involucra elementos tangibles e intangibles que actúan como insumos primarios e intermedios hasta generar un resultado final que se refleja en la experiencia final que tuvo el turista. Smith (1994) también considera que el producto turístico no se limita a una conjunción de equipamiento, infraestructura y servicios, sino que, además, es fundamental la experiencia que viven las personas, no es solo una cuestión de comodidad, sino también de interacción humana, de libertad y de deleite.

Para el Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de la Habana (2006), un producto turístico constituye una combinación de prestadores y elementos tangibles que ofrecen determinados beneficios al cliente como respuesta a ciertas expectativas y motivadores, asimismo ofrece al consumidor un conjunto de utilidades funcionales que satisfacen las necesidades básicas y otras psicológicas que se relacionan con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida y al valor social frente a los grupos de referencia. (Salinas & Medina, 2009). Se define entonces al Producto turístico como la sumatoria de atractivos turísticos, servicios de planta turística y accesibilidad que, puestos en un mercado, satisfacen necesidades y motivaciones de los turistas (Barbosa, 2007).

Para Boullón (2003) citado por (Morillo, 2011), el producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y algunos bienes no turísticos. En otras palabras, la oferta son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y en un periodo dado. respecto

a los bienes que conforman la oferta o producto turístico. Ningún bien puede ser considerado propiamente turístico (los bienes perecederos de duración limitada y permanentes, la playa turística como bienes de capital) por cuanto ninguno de ellos es de consumo exclusivo del turista, sino también de consumo y distribución de la comunidad local. Del mismo modo Cárdenas (2001) y Ramírez, C. (2006) definen al producto turístico como el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en combinaciones de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los turistas. Dichos bienes y servicios pueden estar destinados al confort y disfrute material o espiritual de los visitantes.

Como preámbulo a la definición y caracterización de los elementos que conforman el producto turístico, y de acuerdo con Santana (1997) citado por (Barbosa, 2007), se hace necesario recordar que, al iniciar el proceso de creación del producto, se debe conocer y analizar en primer lugar al núcleo receptor o destino. Todo lo anterior, considerando que el destino se caracteriza a través del análisis de la estructura demográfica, situación ambiental, estructura económica, organización política, nivel de desarrollo, estructura social y organización. Estos elementos, además de concretar la condición del destino, permitirán, a su vez, clarificar y orientar los beneficios sociales y económicos que se espera genere la actividad turística.

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, los cuales son ofertados por diferentes actores, pero que el turista califica y evalúa como componentes de uno solo. Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones, pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino, Gurría-Di Bella (2000) citado desde (Riveros & Blanco, 2003).

Para Ramírez, C. (2006), citado por (Moreno & Coromoto, 2010) la misma dinámica del fenómeno turístico ante las exigencias de la globalización y los valores de la modernidad y recreación, hacen que la concepción del producto turístico sea una compleja red de elementos que responden a las exigencias y cambios del mercado con esfuerzos financieros, humanos y técnicos, Complejidad con la que coincide (Boullón, 2003), que considera que el producto turístico está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. En un período dado, que

determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento. (Moreno & Coromoto, 2010) que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.

Ahora bien, el turismo se asume como una gran categoría de análisis que nos permite establecer relaciones con diferentes campos de conocimiento, a la vez facilita la operatividad en el campo de la producción. Uno de estos espacios es el sector agrícola, , para lo cual se aborda desde la relación con turismo.

De acuerdo con diferentes actores como Bowen et al. (1991), Torres (2003), Ciervo (2013), Ugurlo (2014) y Anderson (2018) citados por (Rodrigues & Sánchez, 2021), el turismo puede influir en la agricultura mediante numerosas interacciones, entre las que destacan el incentivo para la producción agrícola sostenible y tradicional, la apuesta por sistemas biológicos y de baja huella de carbono, con productos comercializados en circuitos de proximidad o el fortalecimiento de los productos agroalimentarios locales y endógenos, principalmente los que puedan posicionarse como una marca del destino turístico, atrayendo así a más visitantes e impulsando la sostenibilidad económica a medio y largo plazo. De forma recíproca, la agricultura genera impactos importantes en el sistema turístico mediante la oferta de nichos de productos turísticos con elevado valor añadido, que disponen de una identidad gastronómica basada en productos agroalimentarios y tradicionales de calidad contrastada, incluso a través de la oferta de actividades turísticas que promuevan experiencias alternativas, como la participación en las tareas agrícolas, el disfrute del paisaje y de la gastronomía o el aprendizaje de formas de cultivo tradicional.

Considerando que el concepto de **agroturismo** es un concepto nuevo y en ocasiones suele confundirse con el turismo rural, siendo el primero un segmento del segundo, el modelo teórico creado por Phillip et al. (2010), citado por (Rodrigues et al., 2021), presentó el concepto de agroturismo basado en tres criterios dependiendo de si el escenario era una finca activa, si se promueve el contacto con la actividad agrícola (pasiva, directa o indirecta) o si la experiencia era auténtica. A partir de ello, definió una tipología dividida en distintas clases, desde el agroturismo agrícola no productivo (cuando se disfruta del paisaje agrícola que ya no está en producción), hasta

el agroturismo agrícola productivo, auténtico, de contacto directo, que es la tipología que comprende la implicación directa del turista en las actividades agrícolas con la posibilidad de pernoctar en las fincas.

Por lo anterior, el agroturismo debe ser entendido como una faena realizada en el campo, y que al mismo tiempo ofrece variedad de productos agrícolas y actividades pecuarias, optando por procesos agrícolas, ecológicos y responsables; sin duda alguna las actividades agrarias, tiene estrecha relación con la gastronomía local y en especial con la comida tradicional (Andrade & Ullari, 2015).

Considerado como una de las modalidades del turismo en espacios rurales, en el que también se incluyen el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros. De acuerdo con la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), citada por (Barrera 2006), el agroturismo es la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios. Si bien, como lo mencionan Riveros y Blanco (2003) citado por (Sánchez, & Insuasti 2018), esta tipología de turismo especializado, tiene como eje de su oferta las actividades propias de las explotaciones rurales, tales como: cosecha, ordeña, rodeo, trilla, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales. Estas actividades se combinan con otras recreativas (caminatas por los alrededores de la finca, avistamiento de aves, cabalgatas, paseos en bote y visitas a los alrededores a pie o en carreta, entre otras. Se tiene entonces un conjunto de relaciones humanas resultantes de la visita de turistas a comunidades campesinas, donde se ve inmerso el aprovechamiento y disfrute de sus valores naturales, culturales y socio productivos.

Según Riveros & Blanco (2003), la modalidad de turismo conocida como agroturismo consiste en viajar al campo para aprender sobre prácticas tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de la artesanía y la cultura local, Por otra parte, el agroturismo se constituye en una opción de diversificación de las actividades agrícolas, y agroindustriales, además de la gastronomía con lo cual se benefician no solo los propietarios de esos emprendimientos, sino también otros pobladores rurales que, por este medio tienen nuevas fuentes de empleo e ingresos y argumentos adicionales para permanecer en los espacios rurales en los que han nacido y se han criado. Los beneficios del Agroturismo

trascienden la actividad turística como mera oferta para un segmento de mercado específico. Es importante entenderlo como una herramienta de desarrollo que colabora con la organización comunitaria, valoriza prácticas y saberes tradicionales que se reflejan en un fortalecimiento de la identidad local y permite la generación de oportunidades para que los jóvenes no migren a las grandes ciudades. Por otro lado, también es necesario que las iniciativas de agroturismo inviertan en adaptaciones mínimas de las fincas o las parcelas existentes, pues, estas deben ser pequeñas o medianas y conservar técnicas de producción y cosechas tradicionales, funcionales, para ofrecer recorridos, exhibición y venta de derivados del producto principal, así como también servicios de restauración y alojamiento.

De acuerdo con Szmulewicz y Álvarez, (2007), Boucher y Reyes, (2011) citados por (Gómez, Acosta, & Rodríguez, 2012), el agroturismo se considera una alternativa económica viable al estar inserto en los principios del turismo sustentable, integrando de manera coherente y armoniosa algunos aspectos como: la conservación de los recursos naturales, la participación de las comunidades rurales, el fortalecimiento de su identidad cultural, entre otros.

Ahor bien, como se indicó previamente, el agroturismo se convierte en esta propuesta de diseño de producto en un vehículo para generar procesos de **apropiación social de conocimiento**, aspecto fundamental, teórica y prácticamente. Algunos abordajes se presentan a continuación:

En Colombia, la política de Apropriación Social del Conocimiento, aborda el concepto como un proceso de base a través del cual se pueden generar las condiciones de acceso, participación, intercambio y uso intencionado de saberes y conocimientos científicos y tecnológicos, para la resolución y transformación de situaciones de interés territorial; acciones que, a su vez posibilitan el fortalecimiento de capacidades en investigación y desarrollo, así como la construcción de una cultura en ciencia, tecnología e innovación en constante interrelación entre el Estado, la sociedad, la empresa y la academia (Minciencias, 2021). Es necesario entender que, en un ámbito restringido, se relaciona con otras denominaciones como es la popularización, comunicación pública de la ciencia y la tecnología, divulgación científica o vulgarización.

Es necesario tener en cuenta que la apropiación social aplica una diversa gama de objetos, desde prácticas culturales, actividades económicas o ideas políticas. Para referirse a apropiación social del conocimiento propiamente, es necesario remitirse a Mattelart, (1983) citado desde (Pabón, 2017), quien fue uno de los primeros autores en señalar la imperiosa necesidad de mejorar la comunicación de la información científica. el autor que no solo es uno de los primeros en señalar esta necesidad, sino que es, también, de los primeros en utilizar el término de Apropiación Social del Conocimiento propiamente asegura que “para hacer investigación efectiva, las relaciones entre creación cultural y la producción de información deberían ser concebidas de forma que tomen en consideración a artistas, periodistas y mediadores de las nuevas tecnologías”.

en Colombia, en el proceso de Apropiación Social del Conocimiento, se resalta la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento. Este proceso entonces, genera un encuentro de saberes, modos de ver el mundo y las visiones de vida de las personas, colectivos y grupos sociales para que más allá de su quehacer, lugar de residencia, origen o condiciones específicas, participen en la creación o fortalecimiento de alternativas y soluciones que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida en sus territorios; por ello, se considera como un proceso intencionado para el diálogo de saberes y conocimientos, el intercambio de experiencias, prácticas y la instalación de capacidades para la gestión, uso y aplicación de la Ciencia y la Tecnología. (MINCIENCIAS, 2021). La apropiación social del conocimiento, genera las condiciones para que todos los saberes y experiencias sean integrados a los procesos de CTeI, y para que la ciencia sea un elemento permanente del crecimiento, desarrollo y toma de decisiones en cualquier ámbito. En otras palabras, según Chaparro, (2003), en la apropiación social del conocimiento, todo su proceso se convierte en bienes públicos que, al acumularse e interrelacionarse pasan a formar parte del capital social, con el que puede contar una empresa, una organización, una comunidad, una institución social o la misma sociedad. Es sobre esas bases donde las organizaciones e instituciones pueden responder a las oportunidades y desafíos que el nuevo entorno brinda.

Según el foro “Apropiación Social del Conocimiento” organizado por el Instituto Distrital de Ciencia, Biotecnología e Innovación en Salud (IDCBIS), en mayo del 2021, se plantea que desde el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, se han diseñado unos instrumentos que permiten hacer apropiación social del conocimiento, donde se pueda dar respuesta a esas

necesidades y sentires, que están inmersos en la población. Uno de esos programas es “Ideas Para el Cambio”, el cual tiene como objetivo apoyar ideas de soluciones innovadoras que desde la ciencia y la tecnología contribuyan a mejorar la calidad de vida de comunidades pobres y vulnerables en Colombia. También se encuentra “A ciencia Cierta”, donde se resalta la importancia de los conocimientos tradicionales y saberes ancestrales que poseen las comunidades y cómo estos al trabajar de la mano con expertos que aportan conocimientos científicos y tecnológicos, pueden transformar sus realidades, mejorar su calidad de vida y desarrollo humano. Por otro lado, se encuentran “Los Centros de Ciencia” los cuales se conciben como espacios idóneos para el intercambio, la comprensión y el uso contextualizado y democrático de la ciencia y la tecnología por parte de la sociedad. En ellos se busca construir lenguajes comunes entre diferentes actores para entablar diálogos abiertos, plurales y diverso alrededor de la ciencia, la tecnología y la innovación. Potencian el acceso ágil a la información y al intercambio de conocimientos de un modo inspirador y entretenido, pero sin perder el rigor científico en ningún momento (MINCIENCIAS, 2021).

Desde diciembre del 2021 Colombia cuenta con una política pública de CTeI cuyo objetivo es incrementar la contribución de la Ciencia, Tecnología e Innovación al desarrollo social, económico, ambiental y sostenible del país, con un enfoque diferencial, territorial y participativo, para contribuir a lograr los cambios culturales que promuevan una sociedad del conocimiento. Esta iniciativa avanza en el departamento del Cauca con el apoyo y acompañamiento del proyecto ECoS-CTei, desde las dinámicas del componente de Gobernanza de la CTeI, buscando que sea un proceso de construcción participativo que incluya las voces de los diferentes actores del Ecosistema de CTeI del Cauca en la definición de requerimientos en cada uno de los ejes estratégicos definidos por la política nacional.

Por otro lado, y para el desarrollo de la propuesta, es importante considerar términos como la ciencia, la tecnología y la innovación ya que han cobrado creciente relevancia en los últimos años y se han transformado en un determinante fundamental de las posibilidades para crecer y competir en un mundo globalizado.

La ciencia, entendida como un proceso y un cuerpo de conocimiento, cuyo propósito es la búsqueda del conocimiento y la comprensión del mundo natural y social siguiendo una metodología sistemática basada en la evidencia. La ciencia estudia hechos poco conocidos,

insuficientemente explicados o carentes de información aceptada. La búsqueda de solución para esas, y otras, incógnitas es el campo de lo que por consenso se denomina investigación científica. Ésta se basa en el método hipótesis-deducción/inducción, complementándose la mayoría de veces por limitantes en la información disponible con cálculos estadístico probabilísticos para resolver sus hipótesis, formular nuevos factores de interrelación o nuevas teorías (Ramirez, 2009).

Por su parte, según (Bijker, 2005) en el nivel más básico, “tecnología” se refiere a un conjunto de objetos físicos o artefactos, tales como computadoras, autos, o máquinas para votar. En el siguiente nivel, también se incluyen actividades humanas, tales como en “la tecnología de voto electrónico”, donde también se hace referencia al diseño, la fabricación y el manejo de este tipo de máquinas. Finalmente, y más cercano a su origen griego, “tecnología” refiere a conocimiento: se trata tanto de aquello que la gente conoce como de lo que hace con las máquinas y los procesos de producción relacionados.

Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de una empresa o sociedad, con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. Las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen a la innovación. Se consideran tanto las actividades que hayan producido éxito, como las que estén en curso o las realizadas dentro de proyectos cancelados por falta de viabilidad (Jansa, 2010).

Por el anterior contexto, es importante mencionar aquí el desarrollo local, el cual se considera como una estrategia que busca el progreso social y el desarrollo sostenible, también es una estrategia que se basa en la mejora continua de los recursos disponibles y particularmente de los recursos naturales y del patrimonio histórico y cultural, ya que con ello se contribuye a aumentar la ventaja competitiva de un territorio y el bienestar de la población. (Vásquez, 2009). El desarrollo local es un nuevo paradigma de desarrollo "de tipo endógeno, territorial, auto centrado, realizado por las bases sociales, opuesto a los modelos de que vienen de arriba, pues este nuevo paradigma contribuye a la emergencia de nuevas formas de producir y compartir las

riquezas, de reavivar la participación ciudadana, de hacer crecer la democracia, para que cada persona tenga al mismo tiempo de qué vivir y razones para vivir (Carpio, 2000)

Por otro lado, el desarrollo local se define como estrategia política que busca dar respuesta a nuevas o viejas necesidades que lo global perjudica o no atiende. Como proceso endógeno exige la acción de sus ciudadanos; por tanto, la participación ciudadana se vuelve elemento clave que induce a la identificación de actores y agentes como sujetos emergentes que trabajan para la transformación del entorno, en búsqueda de una mejor calidad de vida. Para Arocen (1995), el desarrollo local implica una valoración de las comarcas desde enfoques productivos, sociales y de conocimiento, con el objetivo de otorgar bienestar a todos los ciudadanos que la integran (Cienfuegos & Pompillo, 2011)

Autores como Farsari, Butler y Szivaz (2011) citados por (Echeverri & Vieira, 2022) revelan la complejidad del sector turístico y advierten que el desarrollo local y sostenible no ha sido convenientemente abordado por los gestores y los formuladores de políticas en los destinos, lo cual puede generar impactos no favorables en las comunidades receptoras donde se realiza la actividad turística, sin embargo, la investigación actual sobre el desarrollo del turismo ha comenzado a integrar conceptos relacionados con la sostenibilidad, Incluso en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas se destaca la necesidad de que la investigación, las políticas y la práctica sobre el desarrollo del turismo incorporen las dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental (Echeverri & Vieira, 2022).

Por otro lado, Vera et al. (2001) citados por (López & López, 2008), asumen que el desarrollo turístico sostenible es un proceso de cambio cualitativo derivado de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo. Por su parte, Cardoso (2007), añade que es responsabilidad de la gente receptora de turismo y el turista en primer término, así como de los empresarios y la administración pública, de manera que todos en conjunto trabajen para formular planes estratégicos bajo un enfoque de desarrollo turístico sostenible, priorizando la creación de códigos de ética o conducta para cada actor involucrado

Dado que la actividad turística puede generar a sus destinos una serie de problemas sociales, culturales, económicos y ambientales se hizo necesario que las empresas busquen formas de minimizar los impactos que causan. Por lo tanto, según Ferreira et al., (2019) citado por (Cardoso de Santana, Maracajà, & De Araujo Machado, 2021), en turismo, la sostenibilidad es definida como la actividad que satisface las necesidades de los visitantes y las necesidades socioeconómicas de las regiones receptoras, pero manteniendo los aspectos culturales, la integridad de los entornos naturales y la diversidad biológica para el futuro.

Por último, y para entender los efectos del turismo en el desarrollo económico y social es necesario conectar el turismo con la sostenibilidad; tal conexión ha sido un aspecto central en las discusiones y en los debates sobre la configuración del turismo como fenómeno complejo, al respecto, Swarbrooke (2000) añade que el turismo puede considerarse sostenible cuando las comunidades locales participan en la planificación y gestión de la actividad turística, ya que el turismo sostenible solamente puede entenderse a partir de la percepción de múltiples actores, y en ese sentido también se hace ese intercambio de conocimientos que permiten generar un desarrollo local sostenible y por medio de la propuesta del diseño de producto agroturístico se tengan en cuenta esas diferentes percepciones.

### **3 ANÁLISIS DEL ESTADO ACTUAL DE LA LÍNEA DE AGROTURISMO EN EL PROYECTO ECoS-CTei.**

En relación con el objetivo del proyecto, surge la propuesta de un producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao, donde es importante inicialmente considerar algunos aspectos que den un horizonte para aterrizar la idea en un contexto más específico, es por ello que en este capítulo, se desarrolla el primer objetivo específico OE1 donde se realiza un diagnóstico situacional del estado actual de la línea de agroturismo, de los avances que se vienen adelantando desde el proyecto ECoS-CTei, donde además, se identifican los actores y elementos involucrados en el municipio de Santander de Quilichao, con lo cual se logre consolidar puntos claves para tener en cuenta en la propuesta de diseño del producto agroturístico como estrategia de apropiación social del conocimiento.

Para lo anterior, se presenta el análisis a partir de la información recopilada de fuentes primarias tales como la gestión del equipo líder del proyecto y fuentes secundarias desde las redes sociales y de comunicación, en ese contexto se encuentra lo siguiente:

### 3.1 Actores aliados del proyecto

En el marco de las dinámicas adelantadas desde el proyecto, se han identificado actores aliados y beneficiarios, cada uno de los actores tiene un rol importante que desempeñar porque todos hacen parte del Ecosistema Regional de CTeI, que en general son sistemas que permiten el desarrollo de capacidades locales de innovación.

Para el desarrollo del proyecto, se cuenta con el respaldo y compromiso de los siguientes aliados donde se identifican las instituciones del sector académico, empresarial, estatal y social que actualmente conforman el Ecosistema Regional de CTeI del Cauca. Según el proyecto ECoS-CTeI, estas instituciones son las que se encuentran en la siguiente tabla.

*Tabla 1: Actores Aliados del Proyecto ECoS-CTeI.*

<b>Estado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Gobernación del Cauca</li> <li>● Sistema General de Regalías.</li> </ul>
<b>Academia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Universidad del Cauca</li> <li>● Uniautónoma del Cauca</li> <li>● Universidad Antonio Nariño</li> <li>● Institución Universitaria Colegio Mayor del Cauca</li> <li>● Fundación Universitaria de Popayán</li> <li>● Universidad Cooperativa de Colombia</li> <li>● Corporación Universitaria Comfacauca</li> <li>● Universidad Nacional Abierta y a Distancia</li> </ul>
<b>Sector Productivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fundación INNOVAGEN</li> <li>● ACOPI Cauca</li> <li>● Corseda</li> <li>● Cámara de Comercio del cauca</li> </ul>
<b>Centros tecnológicos e instituciones interfaz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Creativ</li> <li>● Tecnicafé</li> <li>● Centro Regional de Productividad e Innovación del Cauca.</li> <li>● Agroinnova</li> </ul>

---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Universidad, Estado, Empresa Cauca.</li> </ul>
<b>Sociedad civil organizada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Corporación para la sostenibilidad de la subcuenca del Río Palo.</li> </ul>

---

*Nota: Elaboración propia con datos tomados del documento técnico del Proyecto ECoS-CTei.*

Según información levantada a partir de una entrevista con los líderes del proyecto, se resalta que en cuanto a los socios del proyecto, hacer más dinámica su participación ha sido un reto, pues es difícil incluirlos a todos debido a que cada uno tiene sus propias dinámicas, lo cual ha hecho que su participación sea débil, por lo que se busca vincularlos en diferentes espacios y consolidar estrategias para trabajar bajo el principio sinergia, donde se logre identificar las necesidades de demanda de conocimiento, que estos aliados puedan aportar a los demás actores beneficiarios y de esta manera hacer un poco más dinámica su participación de acuerdo a las estrategias formuladas desde el proyecto.

### **3.2 Posibles actores directos identificados desde el proyecto.**

A continuación, se presenta el listado de los posibles actores directos identificados desde el proyecto ECoS-CTei a partir de las diferentes dinámicas de encuentros, eventos y reuniones que se han realizado.

*Tabla 2: Posibles actores identificados desde el proyecto ECoS-CTei para la propuesta de agroturismo.*

N°	NOMBRE	LÍNEA PRODUCTIVA	SECTOR	RELACIÓN
1	Alcaldía Municipal de Santander de Quilichao	Café Agroturismo TIC	Estado	Actor directo
2	Ruta ecoturística lo nuestro	Agroturismo	Sociedad	Actor directo
3	finca / Escuela Oasis	Cafés especiales, agroturismo, TIC.	Sociedad	Actor directo
4	UNAD	Academia	productor, investigador	
5	<b>Cooperativa Cafiorte</b>	Cafés especiales	Empresa	Actor directo

---

6	Café Florencia	Cafés especiales	Sociedad	Actor directo
7	Café orgánico del campo.	Cafés especiales	sociedad	Experiencia significativa
8	Finca Villa Valentina	Cafés especiales y agroturismo	Sociedad	Actor directo
9	Quilichao Mágico	Agroturismo	Sociedad	Actor directo
10	Finca la Esperanza	Cafés especiales y agroturismo	Sociedad	Actor directo
11	Café San Francisco	Cafés especiales	Sociedad	Actor directo
12	Presidenta de la Junta Turco ligada a ruta lo nuestro	Cafés Especiales	Sociedad	Actor directo

*Nota: Elaboración propia con datos tomados del informe del equipo técnico del componente cultura de innovación del proyecto ECoS-CTei.*

Esta información procede de la primera etapa correspondiente a la socialización de la temática “identificación de intereses y acuerdos en las zonas de Popayán, Cajibío, Silvia y Santander de Quilichao” que realizó el equipo técnico del proyecto del componente Cultura de Innovación.

En un primer momento, desde el documento técnico del proyecto, se identifica que para fortalecer acciones estratégicas para el uso de conocimiento al interior de las redes y para apoyar la sostenibilidad del trabajo en red se desarrollan tres experiencias en tres líneas productivas estratégicas para el Departamento del Cauca; estas líneas son: cafés especiales, agroturismo y TIC para el desarrollo. En ellas se pretende realizar una identificación detallada de las demandas de conocimientos caracterizar la oferta de conocimiento existente en el subsistema científico y tecnológico y que sea pertinente con las demandas identificadas, siendo este el primer paso para propiciar los procesos de uso del conocimiento. En ese contexto, desde el desarrollo de la práctica profesional se logró caracterizar las iniciativas que hacen parte del proyecto, identificando así esa

oferta de conocimientos y la demanda de conocimientos que se necesitan fortalecer en cada una de las iniciativas.

A partir de las diferentes dinámicas que se realizaron en una primera etapa desde el proyecto por parte del equipo técnico del componente Cultura de Innovación, se obtuvieron alianzas y se identificaron algunos posibles actores para trabajar directamente y además se lograron identificar a través de un análisis DOFA tendencias en temas de café, turismo, innovación e identidad territorial, a través de esto, se canaliza información que es relevante en términos de necesidades para los actores y al mismo tiempo se busca devolver un valor agregado. Desde el proyecto se propone desarrollar un portafolio de productos, enfocados específicamente en el conocimiento que hay detrás de cada servicio de esas tendencias o procesos identificados.

En general, según el informe generado por el equipo técnico del proyecto, en el marco de las actividades del diseño y despliegue de una estrategia de marketing territorial, en estos espacios de socialización, identificación y participación entre los diferentes actores y líderes del proyecto se generaron diálogos logrando que los actores compartan sus expectativas y necesidades que como sector esperan resolver, esto permite tener un panorama de sus principales intereses por participar en el proyecto, además de percibir el entusiasmo para trabajar articuladamente por el desarrollo de sus líneas productivas.

En estos espacios se logran destacar las siguientes expectativas que permiten aportar al desarrollo de las dinámicas que se esperan realizar en el municipio de Santander de Quilichao:

- Interés de visibilizarse como territorio y mostrar la riqueza que tiene el municipio; pues Santander de Quilichao cuenta con productos, servicios, actividades que aún no son reconocidas como potencial, y que requiere que la sociedad tenga conocimiento de ello.
- Lograr el empoderamiento en las personas sobre las capacidades y el conocimiento que tienen para el desarrollo de sus líneas. Se requiere mejorar y apoyar a los actores que están empezando a emprender en el municipio de Santander de Quilichao en relación a cafés especiales y agroturismo.
- Apoyar al crecimiento de la comunidad Quilichagueña en torno a las líneas productivas de cafés especiales y agroturismo. Santander de Quilichao necesita que

las personas conozcan el territorio y compartan las experiencias y saberes de los Quilichagueños que están detrás de los productos, servicios y capacidades locales del territorio reconociendo este municipio como la tierra de oro.

Por otro lado, a partir de las diferentes dinámicas generadas desde el proyecto, se han logrado identificar necesidades particulares por cada uno de los emprendimientos o iniciativas, tales como el fortalecimiento de habilidades blandas, el servicio al cliente, el marketing digital, la producción sostenible, la formulación de proyectos que permitan captar recursos y la articulación entre diferentes actores. Una vez identificadas esas necesidades se han hecho eventos Ciencia Industria, para conectar esos emprendimientos con los posibles actores que puedan ayudar a dar solución a esas necesidades identificadas, además de tejer redes de confianza en alianza con otros actores.

Considerando que son aproximadamente 12 actores participantes identificados en una primera etapa, y aunque existe una buena respuesta por su parte, desde el proyecto se espera que esas proyecciones de los planes de acción se sostengan en el tiempo, que se generen procesos de sostenibilidad en el tiempo para afianzar esos aprendizajes, que se apropien de esas dinámicas y bases que se forjaron desde un inicio y continuar gestando dinámicas de desarrollo y apropiación social del conocimiento. También es un reto la réplica de los diferentes conocimientos que obtienen los actores para que se vaya generando esa masa crítica y tengan las bases en la formulación de proyectos encaminados a su propio desarrollo teniendo en cuenta y dando valor a sus prácticas y saberes.

Es necesario resaltar que la mayoría de los emprendimientos no son formales y además no se cuenta con una amplia información de cada una de estas iniciativas. Sin embargo, desde el proyecto se ha interactuado con algunos actores, pero no se han llevado a cabo dinámicas para la caracterización de las líneas productivas a trabajar, por lo tanto, es necesario que dentro de la propuesta del diseño del producto agroturístico, se deje una base de datos con la respectiva caracterización de los emprendimientos que hacen parte de la línea de agroturismo, y de esta manera generar un enfoque de acuerdo a la vocación del municipio para consolidar el producto agroturístico y aportar a ese portafolio de productos que se ha planteado desde el proyecto.

Finalmente, y a partir de la información recolectada proveniente del proyecto en su segundo año de ejecución, se puede afirmar que: la situación actual de la línea de agroturismo, se encuentra

en un estado incipiente, pues, aunque se han identificado actores que realizan estas prácticas y sus necesidades en el sector, no se cuenta con suficiente información en torno a datos, estadísticas, segmentos de mercado, u otras variables que permitan dar un enfoque concreto al diseño de la propuesta, con lo cual, al no tener un diagnóstico previo para el diseño de la propuesta, es posible que queden algunos vacíos a la hora de identificar con claridad las necesidades y potencialidades del territorio para fortalecer la línea de agroturismo en el marco del proyecto ECoS-CTei.

#### **4 PROPUESTA DE DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO.**

En este capítulo se desarrolla el segundo y tercer objetivo específico (OE2 y OE3) donde se define la metodología para estructurar el diseño de la propuesta del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao. Se hace uso de metodologías y herramientas que permiten a los actores directos del proyecto su participación en la planificación de la propuesta a partir de sus diferentes percepciones, conocimientos y saberes.

Para el diseño de la propuesta se tuvieron como referencia elementos integradores de distintas metodologías que permitieron consolidar una propuesta pertinente y adecuada para el contexto en el que se va a trabajar.

Por otro lado, también se define la estrategia para la divulgación de los resultados obtenidos a partir de las diferentes dinámicas de trabajo realizadas de manera participativa con los actores del proyecto ECoS.CTei.

##### **4.1 Metodología para el diseño de producto turístico.**

Por lo anteriormente planteado y para el desarrollo de este objetivo, inicialmente fue necesario realizar una documentación de diferentes metodologías para el diseño de un producto turístico; a continuación, se presenta una tabla comparativa de las metodologías que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de la propuesta.

*Tabla 3: Comparación de metodologías para el diseño de productos turísticos.*

Metodologías	Descripción	Fases para el diseño del producto
<b>Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados de Chile.</b>	La Guía de desarrollo de Productos Turísticos Integrados (con un discurso narrativo común) está dirigida a los actores del sector turismo, ya sean potenciales como existentes: Entre ellos se consideran a emprendedores y empresarios turísticos, junto a los gestores locales, ya sea desde el ámbito público (Municipios o reparticiones estatales), como del privado (asociaciones, gobernanzas de destinos, gremios), considerando que también puede ser una herramienta útil para el trabajo que realizan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generación de la idea, se nombran los atributos servicios del producto, su valor agregado y alianzas, se identifica el turista potencial y sus necesidades.</li> <li>2. Diseño conceptual del producto turístico, se definen sus beneficios funcionales, simbólicos y vivenciales</li> <li>3. Diseño de un modelo de negocios.</li> <li>4. Implementación.</li> <li>5. Testeo y retroalimentación.</li> </ol>
<b>Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local</b>	Esta propuesta realiza una revisión de diferentes metodologías o propuestas de planificación de productos turísticos, retomando algunas generadas desde la academia, consultorías y entes gubernamentales, entre las que se evidencia una incipiente participación e integración de la comunidad local como un actor principal. (Hernández, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudio de mercado: análisis de las demandas para el mercado.</li> <li>2. Estudio de la oferta: evaluación de los atractivos con los que cuenta la comunidad local.</li> <li>3. Desarrollo del producto: generación de ideas y generación de la idea central del producto turístico.</li> <li>4. Estrategias de marketing: acciones para la promoción y venta del producto.</li> <li>5. Prueba de mercado: se realiza una prueba piloto antes de lanzar el producto turístico al mercado.</li> </ol>

<b>Desarrollo del producto turístico del Huila FNT – 156 - 2016</b>	El desarrollo del producto turístico para el departamento del Huila, enmarcado en sus potencialidades y ventajas comparativas, es un esfuerzo conjunto entre la Gobernación del Huila, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Mincit y el Fondo Nacional de Turismo - FONTUR, para brindar herramientas a los actores locales que les permita fortalecer la competitividad turística del destino	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Seguimiento: actividades para dar seguimiento por parte de los gestores.</li> <li>7. Sensibilización de la comunidad local: dar a conocer a la comunidad en general los elementos positivos y negativos que trae el trae el turismo.</li> <li>8. Mapeo de actores: identificación de actores para la gestión del producto.</li> <li>9. Forma de participación de la comunidad local.</li> </ol>
<b>Manual para la planificación de productos turísticos de Perú.</b>	Es un proceso metodológico para la planificación de productos turísticos, en coordinación permanente con los gobiernos locales. Constituye una herramienta para la etapa inicial en el desarrollo de productos turísticos y propone además una serie de instrumentos de apoyo que facilitan el desarrollo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnóstico, encaminado a analizar oportunidades y perspectivas del sector turismo.</li> <li>2. Selección de atractivos focales, complementarios y de apoyo.</li> <li>3. Conceptualización del producto turístico.</li> <li>4. Diseño del producto turístico, propuesta de una ficha que permite visualizar los principales componentes del producto para ser ejecutado</li> <li>5. Plan de implementación.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis del destino</li> <li>2. Conceptualización del producto turístico.</li> <li>3. Diseño del producto turístico.</li> <li>4. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.</li> <li>5. Validación e Implementación, comercialización y marketing.</li> </ol>

---

del proceso metodológico.

---

**Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba.**

Esta investigación se basa en el análisis de metodologías para el desarrollo de nuevos productos y en la experiencia de esta actividad en el sector. Se parte de las nuevas tendencias del mercado y de su repercusión en la evolución del marketing inverso. También ofrece un modelo que integra los atractivos, los componentes del destino y su autenticidad con las nuevas tendencias del mercado internacional para elevar el desarrollo turístico.

1. Búsqueda y análisis de información de las demandas del mercado y las tendencias futuras.
  2. Diseño del producto, definición de atributos y conceptos claves.
  3. Definición del precio del producto.
  4. Posicionamiento – desarrollo mix de comunicación.
  5. Distribución del canal de distribución.
  6. Retroalimentación.
- 

*Nota: elaboración propia.*

En el proceso de comparación de las anteriores propuestas, se permitió determinar aspectos fundamentales para el desarrollo de la idea, por lo que se realizó un ejercicio ecléctico a partir de las fases que proporcionan las metodologías. En ese sentido, se tomaron elementos de el “Manual para la planificación de productos turísticos” iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú, este manual propone una serie de instrumentos de apoyo que facilitan el desarrollo del proceso metodológico bajo la participación de los actores involucrados. Por otra parte, también se decidió trabajar con el “manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados” de SERNATUR, pues, este manual integra aspectos para el diseño de una oferta turística acorde a una demanda exigente y en constante evolución, en una perspectiva de desarrollo local, entendiendo que ambas confluyen en el diseño de una experiencia auténtica, en la diversificación y en la especialización de la oferta y en la rentabilidad del desarrollo turístico, además, estos manuales disponen de información práctica para la creación y desarrollo de productos turísticos integrados. Unido a lo anterior, también se tomaron elementos como

referencia del informe de desarrollo del producto turístico del Huila FNT .150.2016, el cual es un esfuerzo conjunto entre la Gobernación del Huila, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Mincit y el Fondo Nacional de Turismo - FONTUR, que propone la realización de una ficha para visualizar de manera muy concreta los principales componentes del producto agroturístico para ser ejecutado, además propone unos criterios de evaluación para la selección de atractivos focales, complementarios y de apoyo.

Se decide trabajar bajo estas metodologías, teniendo en cuenta que el contexto donde se pone en marcha la propuesta se requiere de un trabajo conjunto y articulado, donde la intención sea construir un amplio tejido de redes con actores locales, empresariales y públicos, que sean eficientes, sustentables y que conserven el carácter auténtico de sus recursos y atractivos a través de la apropiación social del conocimiento. En ese sentido, estas metodologías contienen una serie de fases similares y complementarias para adaptar en el desarrollo de la propuesta de un producto agroturístico.

En la propuesta metodológica se integran pasos, actividades y herramientas, considerando las necesidades y las características del contexto en el que se va a trabajar, y se concreta mediante tres fases expuestas en la siguiente tabla:

*Tabla 4: Metodología para el desarrollo de la propuesta.*

<b>FASES</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>HERRAMIENTAS / INSTRUMENTOS</b>
<b>1. Análisis Situación actual del territorio.</b>	1.1.Recolectar información/diagnóstico de la actividad turística del municipio. 1.2.Análisis de la demanda turística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis FODA (o DAFO)</li> <li>• Tabla de comparación.</li> </ul>
<b>2. Estructuración de la idea.</b>	2.1. Determinar los diferentes atributos y servicios que presta el producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa mental</li> <li>• Mapa de empatía.</li> </ul>

---

	2.2. Analizar el valor agregado que ofrece al turista	
	2.3. Identificar posibles alianzas, personas y/o productos complementarios	
	2.4. Analizar a quién quiero llegar: el turista potencial y sus necesidades.	
<b>3. Concepto y estructura del producto.</b>	3.1. Caracterizar los conocimientos más relevantes que se puedan encontrar en cada una de las iniciativas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matriz de caracterización y matriz de selección de criterios.</li> </ul>
	3.2. Identificar las necesidades de conocimiento de los actores de turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nube de oferta y demanda de conocimientos (Mentimeter)</li> </ul>
	3.3. Realizar el diseño conceptual del producto (Ideas de fuerza + beneficios).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de estructura.</li> </ul>

---

*Nota: elaboración propia.*

## **4.2 Implementación de la metodología.**

### ***4.2.1 Fase 1. Análisis situación actual del territorio- situación actual del agroturismo en el territorio.***

Para tener un contexto más claro sobre la situación del agroturismo en el municipio, inicialmente se obtiene información adelantada desde el diseño y despliegue de la estrategia de marketing o identidad territorial que se viene trabajando desde el proyecto desde el componente cultura de innovación, liderado por Luz Stella Pemberty y por la investigadora Valentina Viveros.

Una de las dinámicas que se trabajaron por parte del equipo del componente cultura de innovación, fue la implementación de una matriz DOFA, en la cual se ejecutaron dos (2) donde

se analizaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas desde diferentes criterios que son insumo clave para el desarrollo de la propuesta del producto agroturístico; en cuanto a la primera fase se hace un análisis en relación al tema de promoción del territorio, aspectos que se han identificado desde los saberes, conocimientos y experiencias de los actores vinculados a las líneas productivas presentes en el municipio de Santander de Quilichao.

En la segunda fase, se realizó la construcción de la DOFA en relación a las líneas productivas de cafés especiales y agroturismo. En esta dinámica se agruparon los actores según la línea productiva que comparte, con la iniciativa de generar un escenario de diálogo y construcción colectiva, aportando a conocer las perspectivas, intereses, inquietudes, conocimientos y saberes que cada uno de los actores tienen en relación a las líneas productivas que representan. Se identifican aspectos internos y externos presentes en las líneas productivas de cafés especiales y agroturismo que para el análisis de la situación actual del turismo en el territorio y para el desarrollo de la propuesta lo hace imprescindible.

A partir de la información obtenida desde las anteriores dinámicas, se puede considerar que el municipio de Santander de Quilichao está ubicado estratégicamente debido a que la vía Panamericana permite una fácil conexión, hacia el norte, con el departamento del Valle del Cauca, específicamente hacia su capital, Santiago de Cali y hacia el sur, se encuentra Popayán, la capital del departamento del Cauca; esto convierte a Santander en un escenario idóneo para la afluencia de visitantes y turistas que permitan el desarrollo de actividades enfocadas en las diferentes modalidades de turismo. Aunado a lo anterior, se resalta que el municipio de Santander de Quilichao, es un territorio pluriétnico, pues aquí convergen comunidades campesinas, indígenas y afrodescendientes; además se caracteriza por ser un territorio biodiverso, se encuentran diferentes pisos térmicos, y que gracias a ello cuenta con una diversidad de cultivos y procesos productivos en: Caña Panelera, Cannabis Medicinal, Frutas exóticas, Apicultura, Rallandería, y además se resalta los reconocimientos de cafés especiales y se destaca la diversificación del sector cafetero; Por otro lado, se logra identificar que hay una gran potencialidad para la implementación de procesos de aviturismo.

Todos estos procesos productivos y potencialidades del territorio son claves para vincularlos dentro de las iniciativas de agroturismo con la cual se pueda generar un valor agregado a través del reconocimiento que hay detrás de cada proceso; es decir, reconocer el potencial del

territorio haciendo visible las historias y el valor que tienen los actores que están detrás de cada actividad y producto que se encuentra en el Municipio de Santander de Quilichao y para ello hace falta organizar y planificar con los actores involucrados los productos, servicios y actividades que se pueden ofrecer y aunado a ello, responder a las necesidades de un mercado turístico

Por otro lado, también se logra identificar que, aunque la infraestructura vial y de comunicaciones es adecuada y está cerca a los centros de gran actividad económica, para la zona rural se dificultan algunas conexiones y accesibilidad a los espacios donde se desarrollan las diferentes iniciativas en torno a cafés especiales y agroturismo.

También, de acuerdo con los actores del turismo, se logra identificar que la información disponible sobre el sector de turismo en el municipio es escasa; pues no se tienen estudios recientes sobre el estado de la demanda y la oferta del sector, situación que propone un escenario de incertidumbre para la toma de decisiones por parte de los diferentes agentes económicos que integran este mercado. Además, el apoyo institucional que se brinda a los empresarios del sector es débil. Sumado a lo anterior, los factores de orden público como los paros o protestas sociales y el cierre de las vías por parte de diferentes grupos en el territorio nacional, afectan el desarrollo local y la seguridad por lo cual la imagen del territorio es subvalorada afectando también el desarrollo del sector turístico.

También se resalta que los recursos naturales están siendo considerablemente afectados por factores externos, el calentamiento global, los cambios climáticos y el incremento de la minería ilegal están deteriorando el paisaje de la región a raíz de la contaminación y el agotamiento de las fuentes hídricas, situación que plantea una seria amenaza para la sostenibilidad económica de la región, en el sector del turismo y en las diferentes actividades agrícolas y pecuarias de las que dependen un número significativo de personas.

Por último, estos resultados también arrojan un panorama para cada una de las líneas productivas, donde se identifica y analiza que el nivel de madurez de las líneas productivas anteriormente mencionadas es diferente, es decir para la línea de cafés especiales se percibe un nivel de madurez mayor, lo cual le ha permitido el despliegue de dinámicas que generan mayor impacto a partir de la forma de llevar a cabo sus procesos, por ello se identifica la oportunidad desde el proyecto ECoS-CTeI para que se logre aprovechar los conocimientos, saberes y experiencia como referente de desarrollo para la línea productiva de agroturismo; generando un

proceso de retroalimentación entre líneas productivas presentes en el municipio de Santander de Quilichao.

Toda la información anterior se logró obtener gracias a los informes proporcionados desde el equipo técnico del proyecto, a partir de sus diferentes dinámicas del componente cultura de la innovación, sin embargo, también se resalta los espacios de diálogos desde la práctica profesional en el proceso de caracterización de las iniciativas, donde se encuentra información importante para considerar en el desarrollo contextual. Es ahí que también, que desde el conocimiento técnico en turismo se aporta en la propuesta de algunas estrategias enmarcadas dentro de la matriz DOFA para el municipio de Santander de Quilichao, éstas, se plantean a raíz de las necesidades planteadas por parte de los actores directos del proyecto, la propuesta de las estrategias son las siguientes:

**E. 1:** Realizar alianzas con centros educativos, universidades, semilleros de investigación o grupos de investigación para generar intercambio de conocimientos, que permitan dinamizar y sensibilizar sobre las actividades enfocadas en el agroturismo y en el diseño de experiencias turísticas y guiones tecnificados.

**E. 2:** Estructurar de un portafolio para visibilizar el conocimiento de las líneas productivas de cafés especiales y agroturismo

**E. 3:** Aprovechar alianzas con la alcaldía municipal para el uso de los tótems turísticos existentes en el municipio y hacer visible las dinámicas de agroturismo identificadas desde el proyecto ECoS-CTei.

**E. 4:** Aprovechar alianzas con la Universidad del Cauca y el programa de turismo para la implementación de la metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico del municipio de Santander de Quilichao y de esta manera gestionar proyectos de inversión.

**E. 5:** Junto con el gobierno nacional, departamental y municipal, concertar ideas de innovación donde la comunidad se vea inmersa para potencializar el turismo como dinamizador de paz territorial.

Lo anterior, no compromete al proyecto en su ejecución ni el desarrollo del desarrollo de la práctica profesional, pues, es un aporte que se hace desde la perspectiva de la academia y

conocimiento técnico en turismo para que los actores directos del proyecto consideren a través de la autogestión y la asociatividad su implementación.

Ahora bien, continuando con el desarrollo metodológico, otro factor fundamental en la definición de un producto agroturístico son las tendencias del turismo, veamos esta aproximación:

#### **4.2.1.1 Análisis de tendencias asociadas al turismo en espacios rurales.**

Inicialmente, se hace un barrido de información encontrada por diferentes autores que brindan un contexto con el objetivo de obtener una visión rigurosa sobre las actuales tendencias turísticas que existen y entender esos comportamientos de los consumidores para poder dirigir o planificar acciones acordes a sus expectativas.

En ese sentido, y considerando que el agroturismo es una modalidad de turismo rural, es necesario tener en cuenta cuáles son esas tendencias que se enmarcan en torno a la realización de turismo en espacios rurales; entendiéndolo que este tipo de turismo es un estilo de viaje que persigue la interacción con la naturaleza y el verdadero espíritu de un lugar que se encuentra principalmente en su comida y tradiciones. Se trata de recorrer pequeños pueblos con tradiciones aún intactas, donde su economía depende de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la conservación del medio ambiente y en general la cultura rural (Reviriego, 2021).

A continuación, se plasman las principales tendencias que giran en torno al turismo en espacios rurales.

*Tabla 5: Tendencias que giran en torno al turismo en espacios rurales*

<b>FUENTE</b>	<b>TENDENCIAS</b>
<b>Juan Pablo Alba Cruz, Profesional de Turismo CCMPC</b>	<p><b>Viajes educativos:</b> Nace el término Ed-Ventures, con el cual los padres toman el turismo como una alternativa de ocio educativo para sus hijos. También se encuentra en el radar de los nómadas digitales, quienes buscan la mezcla entre trabajo, viajes y tecnología.</p> <p><b>Slow travel:</b> Viajes de forma lenta y sin prisas, la prioridad es disfrutar de la experiencia más que del destino, los viajeros buscan huir de destinos con</p>

---

	<p>turismo masivo. Buscan lo espontáneo, cercano y natural y de relacionarse con los locales y sus tradiciones. (Cruz, 2022)</p>
<p><b>Airbnb</b></p>	<p>La plataforma Airbnb, según sus más recientes estudios, encuestas y análisis ha encontrado que las personas continuarán dispersándose a miles de pueblos y ciudades y permanecerán durante semanas, meses e incluso más.</p> <p>Cada vez más empresas permiten que los empleados trabajen de forma remota a tiempo completo o parte de cada semana. A nivel nacional, al momento de elegir el alojamiento, el 64% de los encuestados en la plataforma, busca quedarse en lugares únicos como cabañas y casas en los árboles. No obstante, el 58% de los colombianos considera como primer factor el precio, ya que gran parte de ellos son jóvenes viajeros aspiracionales que inician a costear sus propias experiencias, pero teniendo en cuenta cómo los afectará financieramente en el futuro (Airbnb, 2022).</p>
<p><b>OSTELEA TOURSM MANAGEMENT SCHOOL</b></p>	<p><b>Turistas sostenibles:</b> pasa por preocuparse y ocuparse de la protección de los sitios turísticos que se visitan, el respeto por las comunidades anfitrionas y el patrimonio cultural y natural del destino.</p> <p>Un informe de Booking reveló que el 60 % de los viajeros españoles tienden a escoger más los destinos eco-friendly. Por su parte, el 74 % de ellos está convencido que la sostenibilidad del turismo es una necesidad que vale la pena destacar</p> <p><b>Turismo nacional, desplazamientos cortos:</b> El centro de investigación IDITUR-Ostelea publicaba el informe sobre tendencias en viajes elaborado por el director del Máster en Gestión Turística Sostenible de Recursos y Destinos, Claudio Milano. El estudio destaca la opción live like a local y la toma de contacto con lo local. “Así como los turistas del tercer milenio tienden a elegir destinos y atracciones menos visitadas también suelen preferir una cierta cercanía con los residentes locales y las comunidades de acogida. Esta tendencia ofrece el sabor auténtico de experimentar la cultura local y vivir como los locales”. También analiza el fenómeno Peer to Peer y las opciones que ofrece la tecnología. (OSTELEA TOURSM MANAGEMENT SCHOOL, 2022)</p>
<p><b>OMT</b></p>	<p>Según un grupo de expertos en turismo de la OMT, el entorno económico sigue siendo el principal factor que lastra la recuperación del turismo internacional. El aumento de la inflación y la subida de los precios del petróleo se traducen en un incremento de los costes del transporte y el alojamiento, al tiempo que merman el poder adquisitivo y el ahorro de los consumidores. Los turistas, tienden cada vez más a ajustar sus presupuestos</p>

---

---

y viajar a lugares más cercanos a su lugar de residencia. Diversos factores económicos pueden influir en el modo de viajar de las personas en 2023, y la OMT prevé que la demanda de viajes internos y regionales siga siendo fuerte y ayude a impulsar la recuperación más generalizada del sector (OMT , 2023)

---

### **Booking**

2023 se presenta como un año donde se priorizará lo rural y la conexión con la naturaleza: el año de aprender herramientas de supervivencia durante las vacaciones. Tras la pandemia, son muchos los viajeros que buscan experiencias que les motiven a aprender y salir de su zona de confort.

Entre las habilidades que más llama la atención a este tipo de viajero están: cómo obtener agua potable, cómo encender un fuego, cómo buscar alimento en la naturaleza, e incluso cómo prepararse para un apocalipsis.

La mayoría de los viajeros tiene inquietud por vivir un choque cultural en 2023, ya sea viajando a algún lugar con experiencias culturales e idiomas completamente diferentes o recorriendo ciudades menos conocidas.

La búsqueda de un equilibrio sanador entre «mente, cuerpo y alma» crece aún más en 2023, donde los viajeros tratarán de buscarlo en escapadas de meditación.

Las predicciones de 2023 apuntan un aumento de los retiros de negocios donde el trabajo en equipo será el protagonista; todo esto, en un contexto de ocio que pretende potenciar la cultura de empresa: experiencias gamificadas, viajes temáticos o un retiro rural con actividades al aire libre. Por otro lado, también se enfatiza en las tendencias relacionadas en la automatización, es decir, la utilización de la tecnología de una forma adecuada a través de la digitalización en diferentes plataformas donde los clientes puedan hacer directamente sus reservas online y se muestra una gran variedad de lo que se va a encontrar en el destino. Además, hay un cambio notable en las dietas de los viajeros, es decir, que, en lugar de complacer a las comidas poco saludables, a quienes visitan las áreas rurales les encanta unirse al movimiento de alimentos orgánicos y seleccionar lugares que ofrecen estos alimentos altamente nutritivos, y también optan por participar en actividades rurales para adquirir una nueva habilidad. (Aldeando, 2021).

---

*Nota:* elaboración propia.

Por lo anterior, se permite obtener un contexto de cómo esas tendencias en el marco del turismo en espacios rurales, le apuntan a que los destinos y los gestores de los atractivos deben considerar en ofrecer experiencias que permita salir de la monotonía a los viajeros, donde encuentre ese intercambio de culturas pero no de una manera comercial sino más bien de una forma donde el turista se sienta verdaderamente sumergido en un ambiente rural, pues éste busca vivenciar las actividades diarias del ser campesino, busca disfrutar la experiencia más que el destino y pasa por preocuparse y ocuparse de la protección de los sitios turísticos que se visitan, el respeto por las comunidades anfitrionas y el patrimonio cultural y natural del destino; buscan un equilibrio sanador, este tipo de turistas son socialmente responsables, y los destinos deben tener en cuenta estos detalles, de proteger el entorno natural y ser auténticos en sus tradiciones. considerar también el uso de las nuevas tecnologías para que sea fácil el acceso a estos destinos y se muestre suficiente información para su elección.

Esta información, además permite orientar bases para tener en cuenta en el diseño de la propuesta de un producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao, encaminar sus características y atributos en el cumplimiento de esas expectativas de las nuevas tendencias y acoplarse según el contexto.

#### ***4.2.2 Fase 2: Estructuración de la idea.***

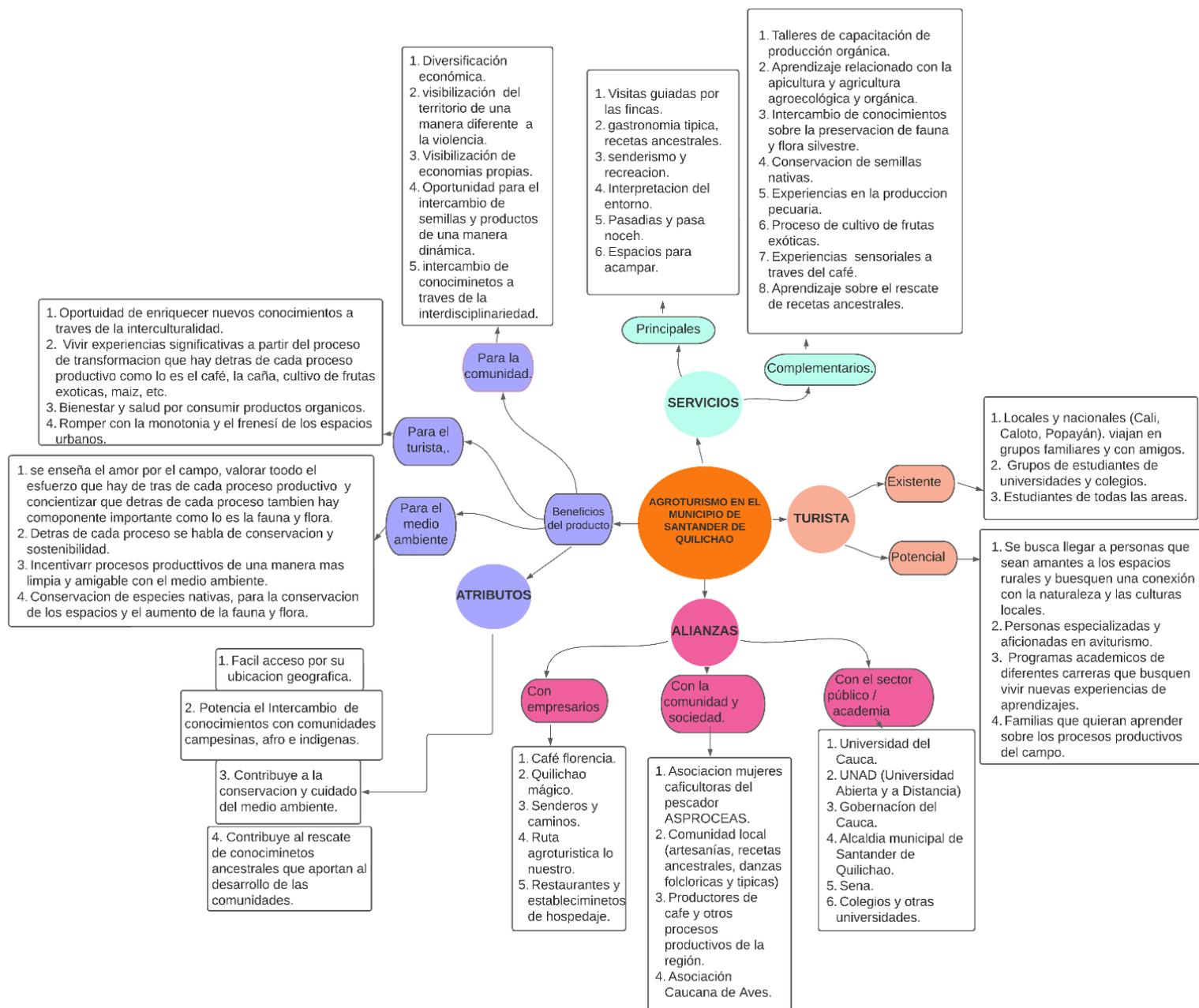
##### **4.2.2.1 Mapa Mental**

Con el propósito de reflexionar sobre algunos aspectos claves para el desarrollo de la propuesta del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao, inicialmente se elaboró un mapa mental en conjunto con los actores de agroturismo y cafés especiales identificados desde el proyecto ECoS-CTei, esto con el fin de encontrar y organizar información en torno a los siguientes componentes:

- Atributos y servicios que podría prestar el producto.
- Análisis del valor agregado que se ofrece al turista.
- Identificación de posibles alianzas personas y/o productos complementarios.

- Análisis del turista potencial y sus necesidades

**Ilustración 1:** Mapa mental, estructuración de la propuesta del producto agroturístico.



**Nota:** elaboración propia con datos proporcionados de los actores directos del proyecto ECoS-CTei.

En el anterior mapa mental se logran visualizar las principales características en las que se enmarca la propuesta del producto agroturístico, se definen algunos aspectos en los cuales son fuertes y que pueden generar un valor agregado entorno al aprovechamiento de estos procesos de una forma educativa, se busca que a través de la interdisciplinariedad se fortalezcan los diferentes procesos de producción en el campo, pues a través de este ejercicio se logró identificar que los actores vinculados en la línea de agroturismo y cafés especiales, arrojan resultados entorno a aprovechar sus iniciativas para un ámbito educativo, donde niños, adolescentes, jóvenes estudiantes e investigadores aporten desde la interdisciplinariedad en los diferentes procesos productivos y actividades complementarias, y a través de las actividades turísticas se implementen intercambio de conocimientos y saberes para lograr un mayor desarrollo en las comunidades.

Por otro lado, también se espera que a través del agroturismo se fortalezcan alianzas con centros educativos como colegios, universidades, ONG, y otros institutos educativos para generar dinámicas de aprendizaje enfocadas en las actividades agropecuarias de cada iniciativa, además se espera generar una visibilidad del municipio como un territorio de conocimiento a través de sus economías propias, sus potencialidades, su interculturalidad y diversidad en su fauna y flora.

#### **4.2.2.2 Mapa de empatía: ¿Quién es mi cliente?**

Una vez definido algunos atributos y ciertas características para el producto agroturístico, se continúa entonces en definir un perfil de un turista, para esto, se realiza un mapa de empatía que permita conocer el segmento al que se desea apuntar, además de visualizar los deseos y anhelos del cliente potencial.

Ahora bien, para conocer al cliente potencial, primeramente, habrá que pensar en el turista que ya visita el destino. Aquí es importante identificar si este turista visita a Santander de Quilichao como destino principal o destino secundario. Una vez conocido el tipo de destino, se podrá indagar en la motivación del viaje, y luego identificar con mayor claridad el perfil del turista, es decir, aquellos aspectos que lo caracterizan al momento de comprar o consumir servicios o actividades turísticas.

Para tener un acercamiento sobre el tipo de turista que ya visita a Santander de Quilichao, se hizo un ejercicio con los actores de agroturismo y representantes de dos agencias de viajes locales como lo son Quilichao Mágico y Senderos y Caminos; a partir de los datos recopilados

dependiendo sus dinámicas de trabajo de cada actor se logran identificar los siguientes aspectos relacionados con el tipo de turista que actualmente reciben.

**Tabla 6:** Caracterización del tipo de turista que visita el municipio de Santander de Quilichao.

<b>¿QUE EDAD TIENE EL CLIENTE?</b>	<b>¿DE DONDE VIENE?</b>	<b>¿CUAL ES SU GENERO?</b>	<b>¿CON QUIEN VIAJA?</b>
De 11 hasta 60 años - Profesores entre 50 y 60 años	A nivel regional del departamento del Valle del Cauca. Locales de Caloto, Popayán y otros municipios aledaños. Nacionales desde Bogotá, Internacionales de Estados Unidos, Noruega, Canadá, Perú. Ecuador, Italia, estos últimos viajan con fines de comercializar café de especialidad y se quedan para vivir una experiencia en la cultura cafetera de Santander de Quilichao.	No hay genero predominante, femenino y masculino por igual.	En familia, en pareja, grupos de amigos y solos. Grupos de estudiantes, y de organizaciones campesinas.
<b>¿CUAL ES SU SITUACION SOCIOECONOMICA?</b>	<b>¿QUE BUSCA CONOCER O VIVENCIAR EN SU VIAJE?</b>	<b>¿CUAL ES SU PROMEDIO DE GASTO?</b>	<b>¿EN QUE TIPO DE LUGARES SE ALOJA?</b>
Medio (personas asalariadas, estudiantes de colegios y universidades) ingresos medios.	llegar a destinos que están en imágenes, aventura, senderismo, gastronomía tradicional o ancestral cultura. Nuevos aprendizajes y salir de la monotonía de la ciudad. También buscan aportar a la conservación del medio ambiente y a aportar soluciones en el sector agropecuario.	De 100 mil a 150 mil en pasadías. Incluida alimentación, guianza y compra de productos a los lugareños.	En zonas rurales. En casas de familias. Los turistas quieren pasar un día con una familia rural. Buscan otras opciones como glamping y camping.

*Nota: elaboración propia.*

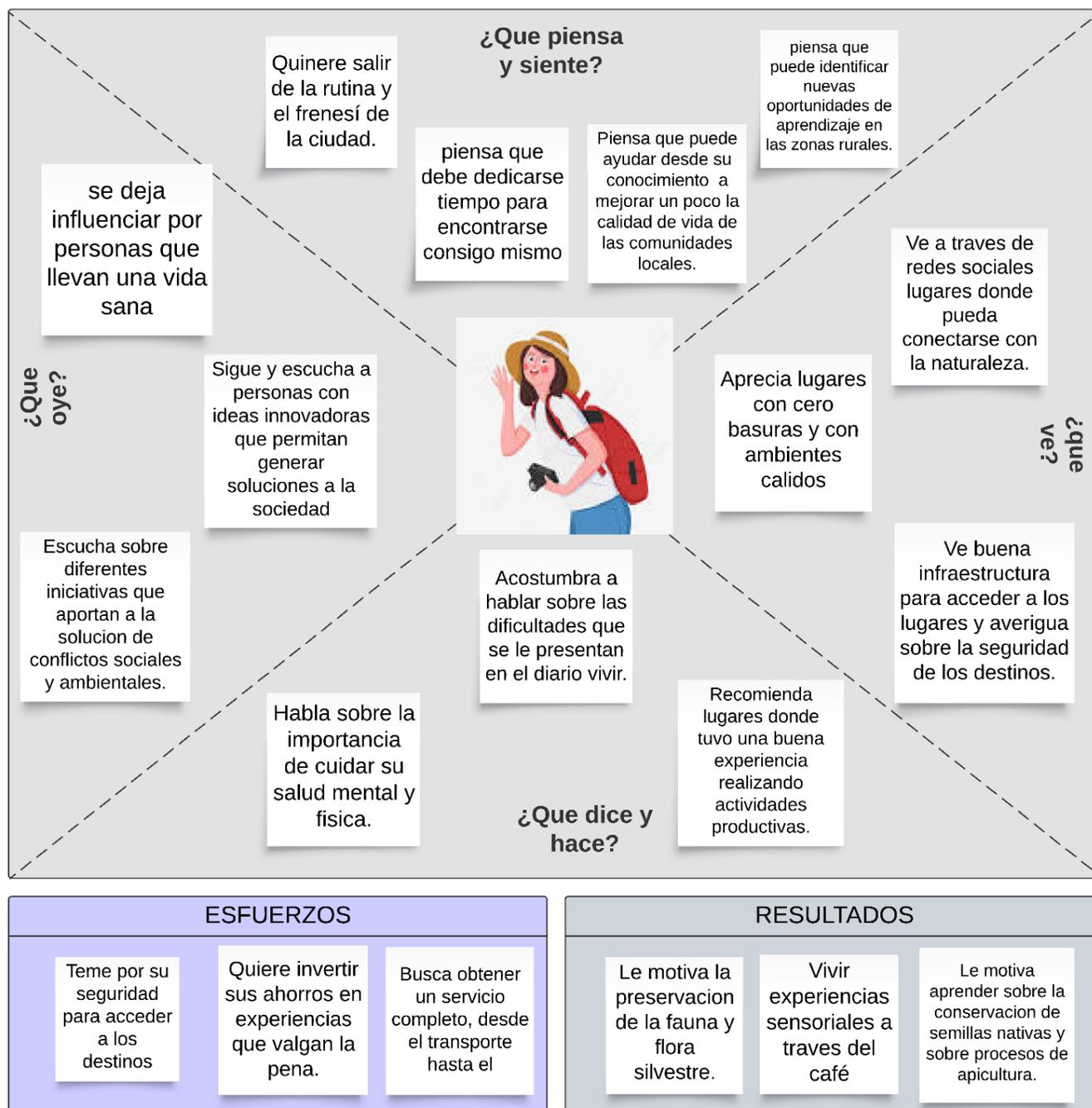
Los resultados de este ejercicio indican que las iniciativas que están dentro de la línea de agroturismo son visitadas por personas desde los 11 hasta los 60 años, segmentados por grupos de amigos, grupos de organizaciones campesinas, de estudiantes de colegios y universidades, familias

y parejas; todos ellos provenientes a nivel local de Caloto, Popayán y otros municipios aledaños, a nivel regional del departamento del Valle del Cauca, a nivel nacional provenientes principalmente de Bogotá. y, este tipo de turistas buscan alojarse en zonas rurales, en casas de familias, quieren pasar un día con una familia rural, aprender sobre el día a día como campesinos y sumergirse en una nueva cultura para vivenciar experiencias únicas. A nivel internacional son visitados desde Estados Unidos, España, Canadá, Noruega, Perú, Italia, Honduras, entre otros, y estos últimos viajan motivados en realizar alianzas comerciales con marcas de cafés especiales y se quedan para vivenciar el proceso productivo del café.

Ahora bien, para tabular la información de las variables que contiene el mapa de empatía, en un segundo momento, fue necesario validar información junto con los mismos actores de las iniciativas identificadas desde el proyecto, para que desde la perspectiva de cada uno aportara a su construcción. Es necesario resaltar que también se acudió a opiniones mediante una encuesta a 30 personas de diferentes áreas y profesiones que les interesa vivenciar experiencias rurales y de agroturismo; todo ello, con el ánimo de centrar ideas más precisas y poder plasmarlas en el mapa de empatía, con esta información obtenida también se puede concluir esta fase y los requerimientos a tener en cuenta para continuar con el diseño de la propuesta del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao.

A continuación, se presenta el mapa de empatía elaborado junto con algunos actores directos que pertenecen al proyecto ECoS-CTei.

*Ilustración 2: Mapa de empatía.*



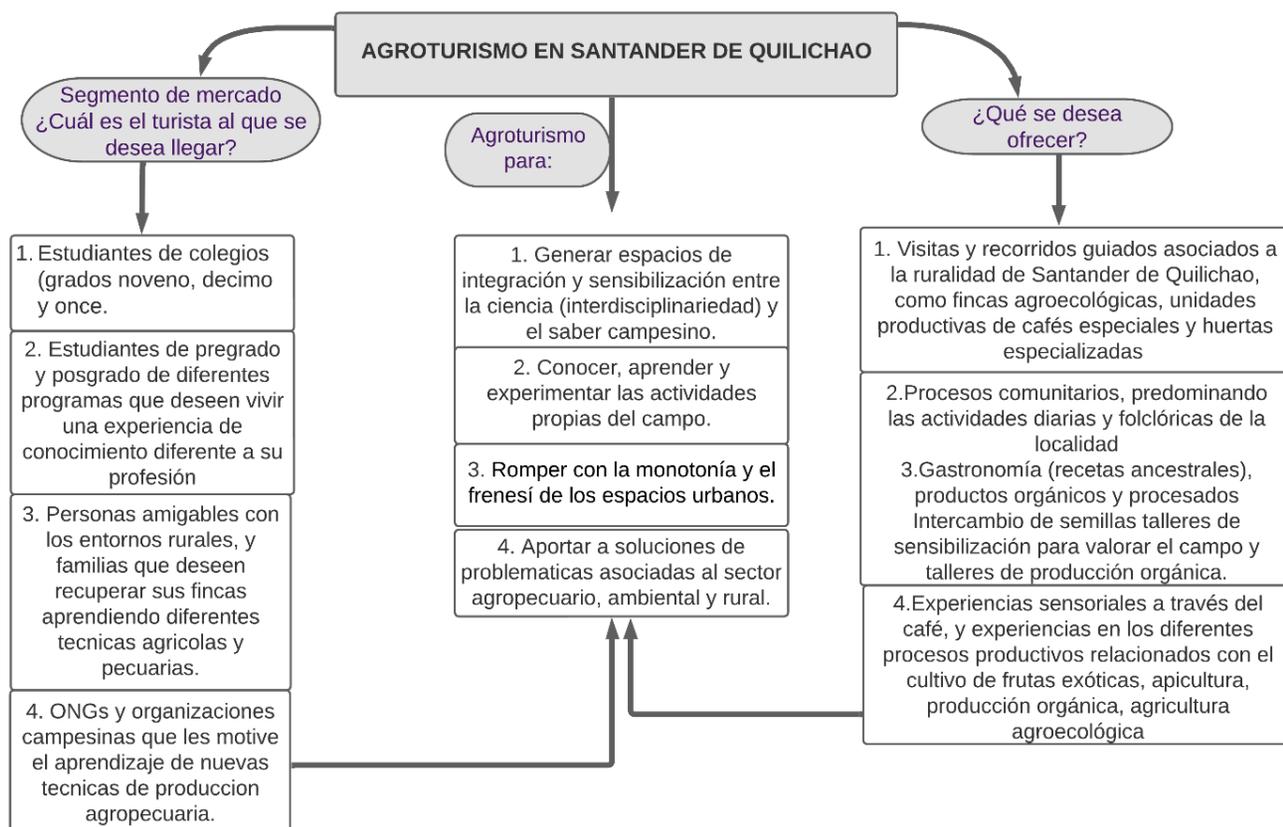
*Nota: Elaboración propia en conjunto con los actores directos del proyecto ECoS-CTei.*

Al realizar el mapa de empatía, se puede identificar que el agroturismo puede resolver necesidades de generar otras formas de aprendizaje a través de las dinámicas que se desarrollan en el diario vivir en el campo, pero más allá de ese aprendizaje es el intercambio de conocimientos a través de la interdisciplinariedad no solamente en las actividades agropecuarias sino con los diferentes procesos que se llevan a cabo tanto para la preservación de la fauna y flora silvestre, conservación de semillas nativas, el respeto y cuidado por el medio ambiente. es importante tener en cuenta que el cliente potencial exige:

- Ambientes sanos, libres de basura.
- Poder conectarse con la naturaleza
- Vivir una experiencia completa, es decir, que se ofrezcan ciertas comodidades o servicios como transporte, alimentación (bebidas y comidas típicas)
- Herramientas para vivir la experiencia de una manera más dinámica
- Medidas de protección adecuadas
- Guianza local
- Intercambio de productos agrícolas y semillas nativas
- Buena señalización, dinamismo en las diferentes capacitaciones donde los gestores de los diferentes establecimientos puedan compartir su conocimiento de una forma en la que sea fácil y comprensible.

Antes de finalizar esta fase, se hace un alto para hacer un cruce entre los resultados con el fin de dirigir y sintetizar estratégicamente el producto al perfil del turista identificado. Por lo tanto, en la siguiente ilustración se muestran algunos aspectos que se han logrado recopilar y que va dando forma al diseño de la propuesta a partir de esas variables identificadas.

**Ilustración 3: Agroturismo para el municipio de Santander de Quilichao.**



*Nota: Elaboración propia.*

### **4.2.3 Fase 3: Diseño conceptual del producto agroturístico.**

Luego de haber puntualizado la idea del producto agroturístico, y de definir el perfil del cliente al cual se va a dirigir, se procede entonces a centrar en el concepto, es decir, en una idea que sirva como base para el posicionamiento del producto agroturístico, esto con el fin de desarrollar y proyectar una imagen de producto que resulte atractiva para los públicos objetivo.

Ahora bien, para definir la idea central del producto, primeramente, para esta fase, se hace necesario tener en cuenta la caracterización de las iniciativas que están dentro de la línea de

agroturismo y cafés especiales para poder clasificarlas mediante el tipo de experiencia que ofrecen, sus servicios y productos que ofertan, las actividades que se pueden realizar, las dinámicas de sus líneas productivas y lo más importante, caracterizar esa oferta y demanda de conocimientos que son los que permiten posicionar por su vocación al municipio como un territorio de conocimientos a través del agroturismo.

#### 4.2.3.1 Descripción - caracterización

A través de una matriz de caracterización (**véase anexo 3**), se lograron identificar y caracterizar 20 iniciativas, perteneciendo cada una a diferentes líneas productivas distribuidas de la siguiente manera como se muestra en la siguiente tabla.

*Tabla 7: Clasificación de líneas productivas.*

SECTOR	TOTAL, DE INICIATIVAS	GRUPOS
<b>Agroturismo y cafés especiales.</b>	7	Focales
<b>Turismo agroecológico.</b>	2	Focales
<b>Corporación de Turismo de la región.</b>	1	De apoyo
<b>Corporación enfocada en la educación y cuidado ambiental a través de las aves</b>	1	De apoyo
<b>Operadoras de turismo de la región</b>	2	Complementario – de apoyo
<b>Asociaciones productoras de café.</b>	2	De apoyo
<b>Cooperativa de caficultores.</b>	1	De apoyo
<b>Emprendimiento de artesanías</b>	1	Complementario
<b>Emprendimiento de pulpa de frutas artesanales.</b>	1	Complementario
<b>Tratamientos capilares naturales y peinados ancestrales.</b>	2	Complementario

*Nota: Elaboración propia con datos obtenidos a partir de la caracterización de los actores pertenecientes al proyecto ECoS-CTei.*

A continuación, en la tabla 9 se explica brevemente los criterios de selección que se tuvieron en cuenta, dependiendo del contexto en el que se encuentran las iniciativas y como se ven inmersas para la propuesta del diseño del producto agroturístico.

**Tabla 8:** Explicación de criterios de selección.

<b>CRITERIO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Oferta de actividades turísticas</b>	Las iniciativas que cuya actividad esté vinculada en el sector turístico, rasgos únicos, características enfocadas en el turismo rural.
<b>Actividades experienciales organizadas</b>	Grado de organización de las actividades ofertadas, itinerarios, guiones.
<b>Oferta de conocimientos</b>	Rasgos intrínsecos que motiven al visitante a conocer la iniciativa, que cuente con espacios y actividades donde el turista pueda conocer, aprender, experimentar las actividades propias del campo.
<b>Manejo redes de comunicación</b>	Iniciativas que cuenten con medios digitales, contenidos publicitarios que ayuden a la visibilización y atracción de clientes para sus emprendimientos.
<b>Variedad de servicios complementarios</b>	Facilidad para la prestación de servicios de hospedaje y restaurante
<b>Variedad productos ofertados</b>	Facilidad para la venta de productos orgánicos y productos elaborados en sus fincas.
<b>Situación administrativa</b>	Gestión entre actores gestores de cada iniciativa para la coordinación de horarios de atención y tarifas para todo tipo de públicos.
<b>Identificación mercados turísticos</b>	Identificación del tipo de cliente que visita su iniciativa
<b>Seguridad</b>	Seguridad activa y posibilidad de asistencia inmediata en caso necesario: planos y protocolos de evacuación, medios de seguridad y vigilancia, personal entrenado y con formación en primeros auxilios, equipamientos (camillas, equipos antiincendios, entre otros); seguridad alimentaria en puestos de comida dependientes; cercanía a centros médicos, bomberos, policía.
<b>Accesibilidad</b>	Facilidad para acceder mediante vías de acceso adecuadas y señalizadas y para transitar
<b>Señalización</b>	Existencia de señalización interpretativa para los visitantes para que el turista pueda disfrutar de manera autónoma.

*Nota: elaboración propia, tomando como referencia los criterios de selección de atractivos del informe de Desarrollo del producto turístico del Huila FNT – 150 – 2016.*

Para la calificación de estas variables o criterios, fueron asignados puntajes de una escala de 0 a 3, siendo el 0 una puntuación baja y 3 una puntuación alta (**Véase anexo 4**). La suma total de estos puntajes permitió determinar la clasificación de las iniciativas en focales, complementarias o de apoyo. En la siguiente tabla se hace la explicación del puntaje para los criterios de selección.

**Tabla 9:** Explicación de puntaje para los criterios de selección.

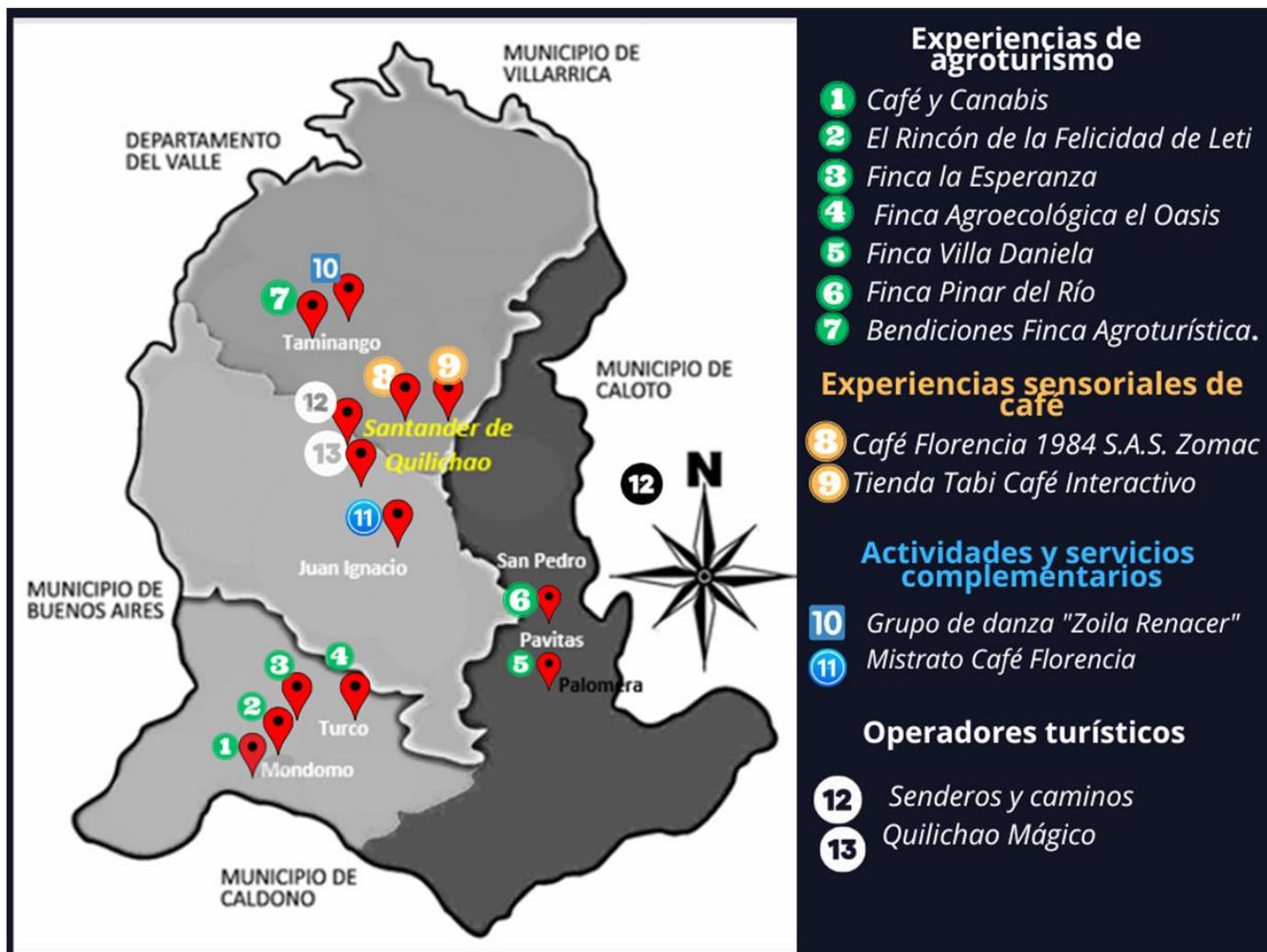
<b>INICIATIVAS FOCALES</b>	<b>INICIATIVAS COMPLEMENTARIAS</b>	<b>INICIATIVAS DE APOYO</b>
<b>Mas de 20 puntos. Aquellas iniciativas o atractivos que motiven el desplazamiento de los turistas desde su lugar de residencia y que estén en la capacidad de brindar experiencias auténticas enfocadas en el agroturismo.</b>	de 10 a 19 puntos. Aquellas iniciativas capaces de ofertar otros productos o servicios complementarios para enriquecer la experiencia de los turistas.	Inferior o igual a 9 puntos. Aquellas iniciativas que aporten en el fortalecimiento de otros campos de conocimiento para la diversificación de productos y servicios, Además de forjar alianzas que contribuyan a posicionar al municipio como un territorio de conocimientos que contribuyen al desarrollo local.
<b><i>Puntaje para cada criterio será de 0 a 3, siendo 0 un puntaje inexistente y 3 un puntaje elevado o alto.</i></b>		

**Nota:** elaboración propia, tomando como referencia los criterios de selección de atractivos del informe de Desarrollo del producto turístico del Huila FNT – 150 – 2016.

El proceso para la selección de criterios y las puntuaciones asignadas se toman como referencia desde el informe de Desarrollo del Producto Turístico del Huila FNT - 150 -2016, es de resaltar que se adapta al contexto en el que se encuentran actualmente las iniciativas que hacen parte del proyecto ECoS-CTei y de acuerdo con esto se procede a calificar.

A continuación, en la ilustración 4 se puede evidenciar las experiencias y otros elementos inmersos dentro del producto agroturístico identificadas a través de diferentes ejercicios y dinámicas en conjunto con los actores directos del Municipio de Santander de Quilichao que hacen parte del proyecto ECoS-CTei.

**Ilustración 4:** Mapa de experiencias turísticas para el Municipio de Santander de Quilichao.



*Nota: Elaboración propia.*

Una vez identificadas y plasmadas las experiencias e iniciativas que están dentro del proyecto, se proceden a caracterizar de una manera detallada la oferta y demanda de conocimientos de las iniciativas que hacen parte del proyecto ECoS-CTei. Para mostrar de manera gráfica, se utiliza la herramienta de Word Art, la cual es una aplicación que permite a través de una nube de palabras dinámicas visualizar los principales conocimientos.

En la ilustración 5 y 6, se presenta la nube de oferta y demanda de conocimientos presentes en los actores directos del proyecto.

*Ilustración 5: Nube oferta de conocimientos, Santander de Quilichao – Cauca*



*Nota: Elaboración propia en la herramienta de Word Art.*

Dentro de las iniciativas caracterizadas que hacen parte del proyecto ECoS-CTei, se logra identificar una gran oferta de conocimientos que es necesario resaltar para que el municipio se consolide como un territorio de conocimientos y sea valorado como fuente de bienestar social y crecimiento económico; que además, puedan ser evidenciados a través de las diferentes dinámicas del turismo, en ese sentido, y como resultado de las actividades realizadas en conjunto con la comunidad, se logra evidenciar que en el municipio predomina principalmente el ejercicio de la caficultura, donde se muestran procesos relacionados desde la semilla y siembra hasta la transformación del café; mediante estos procesos se imparten conocimientos sobre técnicas de siembra, procesos de fermentación, tueste artesanal del café, métodos de filtrados para la preparación de café, hasta la vivencia de experiencias sensoriales con el fin de incentivar una

cultura para consumir un buen café. También, existen procesos de innovación sobre el uso del cannabis medicinal con el café de especialidad, donde a través de la pedagogía se informa sobre el consumo del cannabis, sus propiedades y cómo a través de diferentes dinámicas de innovación se puede crear productos que enriquezcan el paladar de los clientes y aumento de otras fuentes de conocimiento acerca de las propiedades curativas de las plantas medicinales, el buen uso como plantas ancestrales y para la gastronomía tradicional.

Por otra parte, existen iniciativas donde se vivencia el manejo de las granjas integrales, desde cómo criar y alimentar a los animales mediante el aprovechamiento de los recursos naturales y la utilización de técnicas empíricas en el cuidado de las granjas; se imparten conocimientos de producción agroecológica, se promueve la agricultura limpia, la soberanía alimentaria y el buen vivir, se trata de incentivar a las nuevas generaciones en mantener una relación sana con los entornos naturales, de proteger la naturaleza como el mayor tesoro que tiene la humanidad y esto se hace a través de dinámicas de conexión en sitios que las comunidades denominan sagrados. Se generan espacios para dialogar sobre las diferentes problemáticas del sector agropecuario en lo ambiental y rural y cómo deben ser resueltas con el trabajo mancomunado de todas las disciplinas del conocimiento. Se generan prácticas de apicultura donde se aprende sobre el procesamiento de los productos de colmena y se genera concientización sobre la importancia de las abejas para la supervivencia en este planeta.

En cuanto a la producción pecuaria, se transmiten conocimientos sobre las diferentes técnicas que se han desarrollado en la ruralidad para generar valor agregado a sus productos y de esta manera satisfacer las necesidades de las comunidades, sin depender de las grandes industrias para abastecerse ; existe también el Conocimiento empírico en la agroindustria panelera, se muestran procesos de la transformación de la panela en diferentes presentaciones y otros procesos de innovación en las diferentes líneas productivas de cada una de las iniciativas. Por otro lado, se busca también fortalecer metodologías participativas en comunidad que aporten al desarrollo local y social y también generar concientización sobre el cuidado y respeto por el campo y los entornos naturales, incentivar procesos de reforestación para el cuidado y valoración del medio ambiente.

En general, todas estas iniciativas, están aprovechando las diferentes dinámicas del turismo para transmitir sus conocimientos empíricos o tecnificados y a través de esto se pueda aportar a un desarrollo local, bienestar social y crecimiento económico para la localidad.

**Ilustración 6:** nube demanda de conocimientos, Santander de Quilichao – Cauca



*Nota: Elaboración propia en la herramienta de Word Art.*

Con el ánimo de aportar a la apropiación social del conocimiento, es necesario resaltar esa demanda de conocimientos para el municipio de Santander de Quilichao, y dentro de este contexto aportar a esa generación de alianzas entre los diferentes actores del sector productivo, social e institucional, vinculados directa e indirectamente con el agroturismo en el municipio, para que por medio de ese intercambio y transferencia de conocimientos se logre llevar a otro nivel la innovación en los diferentes procesos productivos de la región.

Por lo anterior, y como resultado de los ejercicios realizados en conjunto con los actores beneficiarios del proyecto, se puede evidenciar que esa demanda de conocimientos se centra principalmente en la necesidad de fortalecerse en temas de marketing digital, donde se busca

generar estrategias de marketing que les permita visibilizarse como espacios para divulgar y fortalecer productos, servicios, capacidades locales, conocimientos y saberes de los actores que participan en la línea productiva del agroturismo en el municipio de Santander de Quilichao; por otro lado, también se busca que mediante el apoyo desde la academia o centros de investigación se aporte en conocimientos botánicos para la documentación y caracterización de las plantas que se encuentran en el lugar y sus beneficios; también fortalecer dinámicas en términos de aviturismo, contar con un inventario de aves donde se logren visibilizar sus nombres científicos y comunes, para ampliar un poco más el guion de aprendizaje para los visitantes, y de esta manera aportar a la conservación de la fauna y flora en el territorio.

Buscan también capacitaciones o intercambio de conocimientos en temas de agricultura orgánica, donde se logren llevar a cabo procesos tecnificados sobre la conservación de las semillas de origen, el mantenimiento de la fertilidad del suelo, reciclaje de materias orgánicas, la conservación del agua y el control de plagas, enfermedades y malezas de una manera sostenible.

En cuanto a los procesos de innovación en el sector productivo del café, los pequeños caficultores buscan que se gestionen capacitaciones sobre el proceso tecnificado desde la plantación, formas y métodos para la recolección de los frutos, el procesamiento del despulpado, lavado y fermentación, métodos de tueste, preparación en diferentes métodos de filtrado y la generación de alianzas comerciales para la venta directa de sus marcas de café.

y manejo de procesos apícolas.

Por otro lado, también se busca la gestión en proyectos de inversión, es decir que las instituciones u otras organizaciones lleven al territorio recursos financieros, y a través de ellos se permitan visibilizarse como iniciativas para el intercambio de conocimientos entre la ciencia y el saber campesino y seguir fortaleciendo sus diferentes líneas productivas.

Ahora bien, con la identificación de los anteriores elementos, conocimientos y características en general, es posible definir cuáles serán los beneficios que entregará el producto al cliente, los tipos de beneficios según el «Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados» de SERNATUR son:

- **Beneficios funcionales:** Satisfacen necesidades elementales como alojamiento o comida, o aquellos que ofrecen ventajas en términos de comodidad y facilidad (cercanía, transporte cómodo, etc).
- **Beneficios simbólicos:** responden a emociones, status, y realización personal. Por ejemplo, utilizar servicios exclusivos, que el guía del tour o anfitrión sea una personalidad reconocida, visitar lugares que confieren status, etc.
- **Beneficios vivenciales:** están relacionados con los cinco sentidos del ser humano, es decir, experiencias y vivencias resultantes de la actividad turística. por ejemplo, ofrecer experiencias únicas y especiales, poco comunes y demás para que la experiencia sea segura.

De acuerdo con lo anterior, para el caso del producto agroturístico del municipio de Santander de Quilichao, se puede decir que es un tipo de beneficio vivencial, puesto que por las características de los elementos que se han identificado hasta el momento en construcción de los actores, lo que se busca es que a través del agroturismo más allá de conocer de las actividades diarias de los campesinos y sumergirse en ellas a través de diferentes experiencias, lo que se busca también es generar espacios de intercambio entre la ciencia, la interdisciplinariedad y el saber campesino, que además se pueda generar una conciencia sobre los diferentes procesos productivos y se genere un amor por el campo y respeto por su entorno natural y cultural.

Ahora bien, para la construcción del concepto con el que se va a identificar el producto agroturístico, inicialmente, se tomaron elementos o palabras dichas por los actores representantes de las iniciativas que hacen parte del proyecto ECoS – Ctei, mediante los ejercicios realizados en conjunto se logró recopilar esas características principales con las que se identifican como Quilichagueños.

En la siguiente ilustración, a través de una nube de palabras se logra evidenciar las principales características que sirve como referencia para el enfoque de la propuesta del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao.

**Ilustración 7:** Representatividad de Santander de Quilichao.



Ahora bien, de acuerdo con las anteriores características, y los demás componentes desarrollados a lo largo de este documento, se propone el siguiente concepto para identificar el producto agroturístico de Santander de Quilichao.

**4.2.3.2 Propuesta conceptual: Agroturismo pedagógico experiencial para el municipio de Santander de Quilichao.**

Agroturismo pedagógico experiencial, basado en el saber propio que nace desde la experiencia, la habilidad, la sabiduría, la tradición oral experimental y donde el turista es el protagonista de su aprendizaje en un ambiente seguro y rico de experiencias, que le aportan a la diversificación de sus conocimientos mediante dinámicas de aprendizaje enfocadas en los conocimientos locales y en las actividades agropecuarias de cada iniciativa, se genera conocimiento a través de las economías propias, sus potencialidades, su interculturalidad y la relación del campesinado con los entornos naturales.

El objetivo principal es proponer una reflexión sobre los usos pedagógicos utilizados desde las dinámicas del saber campesino con todas las disciplinas del conocimiento para resolver problemas y procesos de innovación del sector agropecuario, ambiental y social.

**Descripción:**

*Santander de Quilichao “tierra de oro” cautiva por sus saberes, tradiciones, y las relaciones interculturales que se generan en este territorio. La multiculturalidad y su diversidad en fauna y flora lo convierte en un territorio auténtico, permitiendo ser la puerta de entrada para potenciar el agroturismo en el Departamento del Cauca como una estrategia para la apropiación social del conocimiento. Enmarcando al agroturismo en la generación de espacios para la interacción entre los saberes del campesinado y la interdisciplinariedad a través de la ciencia y la academia donde se puedan generar experiencias vivenciales y de aprendizaje a sus visitantes a través de las actividades propias del campo como: el rescate de recetas ancestrales, intercambio de semillas nativas, el arte de cultivar la tierra, las diferentes técnicas de siembra enfocados en los cultivos de café, frutas exóticas, plantas medicinales, desarrollo y recogida de las cosechas, manejo de granjas integrales, experiencias sensoriales a través del café y la conservación de fauna y flora silvestre. Contribuyendo además al cuidado y respeto por los entornos naturales y culturales, la sensibilización y amor por el campo y por el consumo de productos orgánicos.*

**4.2.4 Fase 4: Estrategias de asociatividad**

Teniendo en cuenta que mediante la caracterización de cada una de las iniciativas que hacen parte del proyecto ECoS-CTei, se arrojó una base de datos que permite una amplia visualización de su nivel de madurez, de diferentes temáticas principales para el diseño del producto, así como las características y elementos básicos que los pueden diferenciar de la oferta actual, se toma como referencia la ficha del informe de desarrollo del producto turístico del Huila FNT .150.2016, el cual es un esfuerzo conjunto entre la Gobernación del Huila, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Mincit y el Fondo Nacional de Turismo - FONTUR, esta ficha, permite visualizar los principales componentes del producto para ser ejecutado, es de aclarar que bajo el principio de pertinencia, se hacen algunas modificaciones a la ficha de referencia de tal forma que se adapte al contexto en el que se va a trabajar.

**Tabla 10:** Ficha de la propuesta del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao – Cauca.

<b>Identificación del producto</b>	Agroturismo pedagógico experiencial
<b>Concepto y descripción</b>	<p><b>Agroturismo pedagógico experiencial.</b> Basado en el saber propio que nace desde la experiencia, la habilidad, la sabiduría, la tradición oral experimental y donde el turista es el protagonista de su aprendizaje en un ambiente seguro y rico de experiencias, que le aportan a la diversificación de sus conocimientos mediante dinámicas de aprendizaje enfocadas en los conocimientos locales y en las actividades agropecuarias de cada iniciativa, se genera conocimiento a través de las economías propias, sus potencialidades, su interculturalidad y la relación del campesinado con los entornos naturales.</p> <p>El objetivo principal es proponer una reflexión sobre los usos pedagógicos utilizados desde las dinámicas del saber campesino con todas las disciplinas del conocimiento para resolver problemas del sector agropecuario, ambiental y rural.</p> <p><b>Descripción:</b></p> <p><i>Santander de Quilichao “tierra de oro” cautiva por sus saberes, tradiciones, y las relaciones interculturales que se generan en este territorio. La multiculturalidad y su diversidad en fauna y flora lo convierte en un destino auténtico, permitiendo ser la puerta de entrada para potenciar el agroturismo en el Departamento del Cauca como una estrategia para la apropiación social del conocimiento. Enmarcando al agroturismo en la generación de espacios para la interacción entre los saberes del campesinado y la interdisciplinariedad a través de la ciencia y la academia donde se puedan generar experiencias vivenciales y de aprendizaje a sus visitantes a través de las actividades propias del campo como: el rescate de recetas ancestrales, intercambio de semillas nativas, el arte de cultivar la tierra, las diferentes técnicas de siembra enfocados en los cultivos de café,</i></p>

---

*frutas exóticas, plantas medicinales, desarrollo y recogida de las cosechas, manejo de granjas integrales, experiencias sensoriales a través del café y la conservación de fauna y flora silvestre. Contribuyendo además al cuidado y respeto por los entornos naturales y culturales, la sensibilización y amor por el campo y por el consumo de productos orgánicos.*

---

<b>Servicios y productos incluidos.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Guianza / Interpretación</li> <li>● Hospedaje</li> <li>● Cocina ancestral - de origen</li> <li>● Talleres de capacitación en producción orgánica.</li> <li>● Talleres sobre la conservación de semillas nativas.</li> <li>● Bebidas de diseño exclusivas de café y cannabis</li> <li>● Café en sus diferentes métodos de preparación y filtrado.</li> <li>● Café de especialidad tostado y molido.</li> <li>● Cóctel de cítricos de la finca - bebida tradicional chirrincho.</li> <li>● Bebidas ancestrales con productos de la región.</li> <li>● panela pulverizada, bloque en diferentes presentaciones, miel saborizada, panela granulada.</li> <li>● Productos orgánicos / Cosecha de cultivos de temporada</li> <li>● trucha, huevos de campo.</li> <li>● productos de colmena (miel, polen, propóleo)</li> <li>● Aceite Achiotado</li> <li>● Rutas de naturaleza y comunitarias en el territorio.</li> </ul>
<b>Actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recorrido por las fincas en diferentes estaciones para conocer sus líneas productivas y aprender sobre sus diferentes técnicas agrícolas y pecuarias.</li> <li>● Inmersión en la experiencia de la transformación del café, desde la plantación, cosecha, procesos de beneficio, tueste, molienda y degustación a través de su preparación en diferentes métodos.</li> <li>● Recorrido por cultivos de caña y conocer la planta de procesamiento de la panela.</li> <li>● Recorridos guiados por los cultivos de frutas exóticas</li> <li>● Senderismo y avistamiento de aves / Dinámicas de conexión con la naturaleza.</li> <li>● Visita a la Reserva Natural Munchique.</li> <li>● Recorrido del proceso de transformación del cannabis medicinal</li> <li>● Inmersión en procesos de apicultura.</li> <li>● Muestras culturales y danzas típicas grupo “Zoila Renacer”</li> <li>● Aprender el baile típico de “fugas” del pacífico, y visita a emprendimientos de artesanías a base de “junco”.</li> <li>● Recorrido por capillas doctrineras.</li> </ul>

---

---

<b>Recursos principales</b>	<b>Finca “El Rincón de la felicidad de Leti”</b> Es una microempresa familiar ubicada en la vereda San Isidro, Corregimiento de Mondomo, esta, se caracteriza por ser una granja integral, cuenta con diversidad en especies menores, hortalizas y producción de café especial. En este espacio, se invita a vivenciar una experiencia campesina, donde el turista tiene la oportunidad de aprender a alimentar los animales, a cosechar el café, conocer el proceso del trillado, tostado, y la degustación del café especial producido en la finca. Pero más allá de conocer estos procesos, se invitan a valorar el trabajo del campesino del día a día.
	<b>Finca y tienda “Café y Cannabis”</b> Café y cannabis está ubicada en el corregimiento de Mondomo sobre la vía panamericana, ésta, es una empresa creada con el fin de rescatar las plantas ancestrales y promover el desarrollo de la industria y una cultura basada en el buen uso del cannabis medicinal y el café de especialidad; ofreciendo una experiencia diferente en agroturismo y el disfrute de bebidas de diseño exclusivas de café y cannabis.
	<b>Café Florencia / Finca “Mistrato Café Florencia”</b> Es una micro empresa familiar ubicada en el Parque Industrial el Cofre, bodega 3 y en la vereda Domingullo de Santander de Quilichao. Principalmente, se caracteriza por ser una comercializadora de café especial y cuentan con una planta para la trilla, tosti3n, molienda y empaque con notificaci3n sanitaria Invima, adem3s cuentan con registro de exportaci3n, y prestan el servicio de cataci3n y perfilaci3n de muestras de caf3. Brindan el servicio de asesoría y acompa3amiento en todos los procesos de cultivo del caf3. Suministran equipos y herramientas para la agricultura y ofrecen el servicio de inmersi3n en la experiencia agroturística por medio de pasadías donde se conocen los viveros con los que cuentan y se aprende sobre las 11

---

---

variedades de café de especialidad que hay sembradas hasta terminar en una experiencia sensorial.

### **Finca “Pinar del Río”**

La finca está ubicada en la vereda Pavita, en la microcuenca del Río Quilichao, a dos kilómetros de la reserva Munchique, es una finca agrícola, donde tienen dos líneas fuertes de producción como lo es el café y la panela, esta finca cuenta con 20 hectáreas, y aquí el turista, puede conocer los procesos para las crías de gallinas ponedoras, técnicas de siembra en las huertas, conocer las área de cultivos de transición como arveja, árboles frutales, jardines, entre otros, y vivenciar los procesos artesanales del café desde el tueste y molienda para la venta en alianza con una tienda artesanal. Además, se pretende que a través del turismo se genere un valor agregado a esas dos líneas productivas y se reconozca el trabajo del campesinado.

### **Finca Agroecológica el Oasis**

Es una iniciativa familiar de dos zootecnistas ubicada en la vereda el Turco, corregimiento de Mondomo, donde se busca promover la agricultura limpia, promover acciones agroecológicas, la soberanía alimentaria y el buen vivir, Además se pretende hacer un trabajo mancomunado entre todas las disciplinas del conocimiento para resolver problemas del sector agropecuario, ambiental y rural.

### **Finca la Esperanza**

Ubicada en la vereda Chontaduro del corregimiento de Mondomo, es una finca donde se busca transmitir el amor por el campo, está caracterizada por el cultivo de diferentes frutas exóticas y cítricos, y dentro de la experiencia que brinda, el turista tiene la oportunidad de conocer las diferentes dinámicas y técnicas de siembra de sus procesos productivos, haciendo énfasis en los micro lotes de las frutas exóticas, deleitarse con cócteles a base de los cítricos de la finca con “chirrinchi” que es una bebida tradicional alcohólica

---

---

proveniente del guarapo, también conocer y degustar recetas ancestrales de la región que mediante dinámicas de alianzas e investigaciones han venido fortaleciendo. Además, también puede conocer los procesos de apicultura y caficultura.

### **Bendiciones Finca Agroturística**

Ubicada en la vereda Taminango, es un espacio para apreciar el entorno rural y cultural; la finca, está rodeada de jardines y fauna silvestre, se destaca la siembra de diversos frutales y otras especies de flora de la región, también se encuentran otras plantas con propiedades antioxidantes, ornamentales y frutales ( como la jabuticaba, la naranja, limón mandarín, limón Taití, suelda de caballo o matapalo, heliconias, la carambola, la oreja de elefante, bromelias, árbol de mano de oso, el mortiño blanco, guayacán rosado, el samán que es el árbol emblemático de Santander de Quilichao, tachuelo, entre otros), los gestores de este lugar, buscan que a través de la interdisciplinariedad y las dinámicas del turismo, se fortalezcan procesos de aprendizaje a través del intercambio de conocimientos desde el saber como campesinos, el saber desde la academia y de las diferentes áreas de conocimiento.

### **Finca Villa Daniela / Tienda Tabi Café Interactivo**

La Finca Villa Daniela está ubicada en la vereda la Palomera a 10 km del casco urbano de Santander de Quilichao, es una iniciativa donde se está pensando en vender experiencias agroecológicas, enfocándose principalmente en el proceso de transformación del café y mostrar esa interacción del café con el medio ambiente, ofrece recorridos para conocer los procesos desde la siembra hasta terminar en un show de café con diferentes métodos de filtrado, donde sea el mismo visitante que tenga la oportunidad de prepararlo. Además, se ofrecen otras experiencias relacionadas con el campo y el recorrido a la Reserva Natural “Cerro Munchique”, todo ello en articulación con otras iniciativas de la localidad.

---

---

Tienda Tabi Café Interactivo: se encuentra ubicado en el parque Bolívar donde está el Samán que es uno de los árboles más antiguos y se ha convertido en una insignia del municipio. Éste, es un sitio para crear cultura cafetera en el municipio, aquí, se muestra todo el proceso de tostión hasta la bebida del cliente, la idea es que las personas puedan interactuar y conocer sobre el café a través de experiencias sensoriales y capacitaciones en barismo y catación. Todos los productos que aquí se encuentran son elaborados de manera artesanal.

---

<b>Beneficios asociados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidad de enriquecer nuevos conocimientos a través de la inmersión en los diferentes procesos productivos de las actividades agrarias y pecuarias.</li> <li>• Experiencias vivenciales a partir del proceso de transformación que hay detrás de cada proceso productivo como lo es el café, la caña, cultivo de frutas exóticas, entre otros.</li> <li>• Bienestar y salud por consumir productos orgánicos.</li> <li>• Romper con la monotonía y el frenesí de los espacios urbanos.</li> <li>• Interacción e intercambio de conocimientos entre la ciencia y el saber campesino.</li> <li>• Aporte a soluciones de problemáticas asociadas al sector agropecuario, ambiental y rural.</li> </ul>
-----------------------------	--

---

### **Mercados**

<b>/segmentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familias, grupos de estudiantes de colegios y universidades.</li> <li>• Parejas y grupos de amigos.</li> <li>• ONG's y Organizaciones campesinas.</li> </ul>
-------------------	---

---

<b>Promoción / distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales y sitios web de la alcaldía municipal y gobernación del Cauca.</li> <li>• Operadores turísticos locales. (Quilichao Mágico y Senderos y Caminos).</li> <li>• Fomento del turismo a través de la CORPOTURQ - Corporación Promotora de Turismo Quilichagueño</li> <li>• Presencia en ferias de turismo y cafés especiales.</li> <li>• Tótems de la RAP Pacífico.</li> <li>• Comunicaciones del Proyecto ECoS-CTei</li> </ul>
---------------------------------	--

---

### **Accesibilidad / Accesibilidad:**

<b>conectividad</b>	El municipio de Santander de Quilichao, se comunica por vía terrestre con el resto del País y todos los países sudamericanos a través de la carretera Panamericana que atraviesa el Municipio de sur a norte; por vía aérea a través
---------------------	--

---

---

del Aeropuerto Internacional Alfonso Bonilla Aragón, localizado a 40 minutos en la ciudad de Popayán que permite conectarse con el resto del mundo; y a través de una red de vías nacionales y secundarias con 12 municipios del Norte del Cauca y 5 del sur del Valle.

---

<b>Colaboradores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Alimentación: Finca pinar del Río, Finca Agroecológica el Oasis, Finca la Esperanza</li> <li>● Alojamiento: Mistrato Café Florencia.</li> <li>● Promotores de turismo: CORPOTURQ - Corporación Promotora de Turismo Quilichagueño</li> <li>● Grupos culturales: Grupo de danza Zoila Renacer (Vereda Taminango) este grupo ofrece shows de danzas tradicionales, reconociendo principalmente uno de los bailes de la región que es la fuga Norte caucana. Agrupación Mokumba, es una agrupación de jóvenes que interpretan la música característica del norte del Cauca como la fuga Norte caucana y del folclor tradicional, canciones inéditas de los integrantes del grupo.</li> </ul>
----------------------	--

---

<b>Acciones e inversiones</b>	<p><b>Gobernación del Cauca:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Junto con el gobierno nacional, departamental y municipal, concertar ideas de innovación donde la comunidad se vea inmersa para potencializar el turismo como dinamizador de paz territorial</li> <li>● Generar mesas de diálogo entre actores públicos y privados para mitigar problemas sociales que afectan la imagen del territorio.</li> </ul> <p><b>Alcaldía municipal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mejorar la señalización interpretativa y turística,</li> <li>● Desarrollar un plan de comunicación y de marketing turístico,</li> <li>● Gestionar mesas de diálogo con los actores de turismo.</li> <li>● Generar una base de datos con información relacionada</li> </ul> <p><b>Empresarios locales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Desarrollo páginas web /promoción.</li> <li>● Aportar en la consolidación de información turística para la toma de decisiones tanto para el sector público como privado.</li> </ul>
-------------------------------	---

---

- 
- Cooperativa de caficultores del Norte del Cauca – CAFINORTE: Brindar formación y capacitación en análisis sensorial y físico a los caficultores para generar un valor agregado a sus líneas productivas.

**Universidad del Cauca:**

- Apoyo en la formación del talento humano calificado que requieren las iniciativas y el sector productivo asociado a temas de turismo.

**Proyecto ECoS-CTei:**

- Apoyo en la presentación de diferentes convocatorias que permitan captar recursos financieros,
- Generar espacios donde las iniciativas puedan promocionar sus productos y generar alianzas comerciales.

**Agentes de viajes.**

- Formar rutas estratégicas con diferentes temáticas y contribuir con la creación de guiones interpretativos para enriquecer la experiencia de los visitantes o turistas.
- 

---

**Formación y capacitación**

- Marketing digital
- Capacitación en turismo - Servicio al cliente - Apoyo en tecnificación de guiones - diseño de experiencias turísticas.
- Apoyo para la creación de política pública de turismo para el municipio.
- Capacitación en primeros auxilios.
- Capacitación en buenas prácticas agrícolas y pecuarias
- Formación en interpretación ambiental - armónica y en manejo de residuos.
- Capacitación en aviturismo
- Fortalecimiento en el idioma extranjero
- Capacitación en la gestión de proyectos, presentación a convocatorias.
- Capacitación en costos y gastos para los emprendimientos.
- Capacitación para el fortalecimiento en gastronomía, coctelería y barismo.
- Capacitación en energías limpias.
- Capacitación en la elaboración de artesanías en madera y fibras naturales.
- Apoyo en pedagogía y capacitación orientada a los jóvenes y niños en las prácticas cafeteras.

---

*Nota: Elaboración propia.*

Para lo anterior, es importante resaltar que esta propuesta de diseño del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao, tiene como objetivo ser una estrategia de apropiación social del conocimiento, lo que significa, que, se trata de plantear algunos parámetros que puedan dar solución a ese encuentro de saberes, conocimientos, modos de ver el mundo para que se generen espacios y se pueda dar la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento con el ánimo de vitalizar el impacto en el cierre de brechas de los sectores estratégicos para el desarrollo local y regional.

## 5 ESTRATEGIA PARA LA DIVULGACION DE RESULTADOS.

La idea de una estrategia de divulgación es dar a conocer públicamente los resultados obtenidos de un trabajo de investigación para que pueda difundirse al resto de la comunidad científica y público en general. En la actualidad, la divulgación puede hacerse a través documentales de televisión, artículos en periódicos, publicaciones de diferentes tipos tales como la comunicación oral, posters en congresos, artículos originales en revistas científicas, libros, monografías, etc. (Cassany, López, & Marti, 2014).

La divulgación de los resultados es una responsabilidad de todo aquel que investiga, porque contribuye a la democratización del conocimiento, realimentar las desigualdades preexistentes o comunicar resultados a la comunidad formada por los especialistas en la materia. Por ello, el diseño de estrategias de divulgación científica que apunten a la reapropiación social del conocimiento, es uno de los principales desafíos que permiten hacer posible el protagonismo ciudadano en la toma de decisiones de problemas que afectan la calidad de vida de generaciones presentes y futuras. (Santos, 2010)

Desde MinCiencias, se establece que la divulgación pública de la CTeI se genera mediante la gestión del conocimiento producido a través de las actividades de un proyecto de investigación, con el propósito de convertirlo en insumo para la realización de productos comunicativos que a través de distintos géneros, formatos y medios de circulación pueda transmitir a audiencias no especializadas la importancia de los hallazgos encontrados, en un lenguaje sencillo y entretenido que pueda integrar los resultados de la práctica científica en la cotidianidad de las personas y presentar la información de forma ágil, precisa y veraz con alcances masivos en narrativas mediáticas (informativo, noticioso, documental, testimonial etc.) (MinCiencias , 2020).

Ahora bien, el objetivo de este último apartado, es darle solución al objetivo específico 3 tres (OE3) donde se define una estrategia que permita divulgar esos resultados y aprendizajes obtenidos a partir del desarrollo de la práctica profesional, de igual forma, se espera que sea atractiva para el público o ciudadanía en general, pero también para esos actores que hacen parte de la CTeI, que serán los agentes que deben implementar en la sociedad el desarrollo científico y tecnológico para aportar al desarrollo local y del mismo modo lograr que se valoren todas esas capacidades y saberes inmersos dentro de las iniciativas o actores directos que hacen parte del proyecto ECoS-CTei.

Para lo anterior se plantea una estrategia pensada en: **A)** los intereses de los actores directos del proyecto, **B)** los intereses en general del proyecto ECoS-CTei de acuerdo a sus agendas de trabajo y **C)** desde el conocimiento técnico en turismo, también se deja la definición de una estrategia para divulgar los resultados y avances que se lograron obtener en el desarrollo del trabajo.

Esta estrategia de divulgación se encuentra inmersa dentro de la “línea estratégica de espacios para la gestión de la apropiación social del conocimiento”, de la política pública de apropiación social del conocimiento, y bajo esta línea el propósito es estimular la creación y fortalecimiento de escenarios como los Centros de Ciencia cuya misión se fundamenta en la Apropiación Social del Conocimiento a partir del reconocimiento de la diversidad cultural, económica y social de las comunidades. Estos espacios promueven los principios de acceso democrático a la información y al conocimiento. Con esta línea se pretende facilitar y favorecer la participación y la articulación de diversos actores en prácticas relacionadas con la ciencia, la tecnología y la innovación desde la didáctica, el arte, la comunicación pública de la ciencia y la reflexión contextualizada del papel de la CTeI en la vida cotidiana. (Minciencias, 2021)

### **5.1 Participación en espacios de divulgación de resultados, desde el conocimiento técnico en turismo.**

Es necesario entender que tanto los webinar como la radio, son medios alternativos digitales que permiten la transmisión del conocimiento de una mejor manera al público; esto se traduce en entrevistas en directo, piezas dentro de un informativo, reportajes en algún programa especializado, logrando convertir la investigación en noticia, conversatorio o conferencia a través de diferentes herramientas digitales (Asociación Colombiana de Universidades., 2021).

En el contexto en el que se enmarca la definición de una estrategia para la divulgación de los resultados, se resalta la participación en espacios como el webinar “Diseño de un producto agroturístico, como estrategia de apropiación social del conocimiento” y la participación en el programa “Turismo sin límites” de la emisora de Unicauca Estéreo, ambos espacios gestionados desde las dinámicas del proyecto Ecos-CTei, en los cuales se tuvo la oportunidad de compartir los avances que se lograron obtener en la construcción de la propuesta del diseño del producto agroturístico para el municipio de Santander de Quilichao.

En la ilustración 8 y 9 se puede observar los medios por los cuales se hizo la invitación para los espacios de divulgación.

**Ilustración 9:** Participación en el webinar diseño de un producto agroturístico, como estrategia de apropiación social del conocimiento.

**Ilustración 8:** Socialización del producto agroturístico en la emisora de Unicauca estéreo.

*Nota:* Tomado de la página web del proyecto ECoS-CTei.

Así mismo, se propone o plantea el diseño de un cronograma para la participación en espacios radiales de los actores directos del proyecto, donde se encuentra el listado de las iniciativas, los nombres de los representantes de cada iniciativa y sus contactos para que puedan ser convocados a participar en el programa de “Turismo Sin Límites” de la emisora Unicauca Estéreo y puedan dar a conocer lo que hay detrás de sus iniciativas.

**Tabla 11:** Cronograma para la participación en el programa "Turismo sin Límites"

Nombre del representante	Iniciativa	Contacto	Programa
--------------------------	------------	----------	----------

Eider Monter vega	Finca Pinar del Río	Tel: 3137431946 - 3226324436	1
Yineth Alexandra Omen	Socialización propuesta del producto.	Tel: 3233132828	
Ana Leticia Carabali	El Rincón de la Felicidad de Leti.	Tel: 3206461469	2
Maricela Gonzales – Olga Gonzales	Quilichao Mágico	Tel: 3162909092	
Juan Camilo León Vivas	Finca La Esperanza	Tel: 3206461469	
Fabian Cifuentes	Café y Cannabis	Tel: 3023447240	
Eduard Prado Orozco	Finca Villa Daniela – Tienda Tabi Café Interactivo.	Tel: 3207646012	3
Paulo Andrés Castro	Finca Agroecológica el Oasis	Tel: 3103598342	
Martha Elena Ángel	Senderos y caminos	Tel: 3233958954	
Maricela Gonzalez	Bendiciones Finca Agroturística	Tel: 3152843266	4
Diana Perlaza Serna	Ruta la Matriarca	Tel: 3154884619	
Gustavo Trochez	Café Florencia	Tel: 3107702885	
Deyanira Bocanegra	Huerta Urbana con Historia y sabor a Quilichao para la Soberanía alimentaria	Tel: 3137003824	5
Carmen Elena Mosquera	Corporación Pajareros de la Tierra de Oro.	Tel: 3174543135- 3104233247	
Yina Jimenez Echeverry	Citronela Manualidades	Tel 1: 3103859904 - Tel 2: 313 517 28 81	
Nilsa Moreno	Proceso Artesanal de Pulpa de Frutas.	Tel: 3103853345	6
Soraya Inés Trujillo Moreno	Asociación Mujeres Caficultoras del Pescador.	Tel: Tel: 3148603115	
Lorena Cayapu y Karold Cometa.	ASPROCEAC	Tel: 3126419541	

## 5.2 Propuesta de un poster para divulgar los resultados:

Dentro del ámbito de investigación, son diversas las formas de presentar los resultados de un estudio; una de éstas es la creación de posters científicos en físicos o digitales. El poster científico, es una manera de exponer los resultados de una investigación y es muy frecuente usarlo en

congresos, conferencias, jornadas de investigación y otras actividades académicas. Su uso se ha tornado más frecuente con la aparición de la versión electrónica o virtual. Aunque existen diversos formatos, para realizar un poster, la estructura básica es la siguiente: título, autores, introducción, objetivos, metodología, resultados y conclusiones. (Universidad Tecnológica Centroamericana, 2022).

El póster académico es un medio de comunicación y divulgación que permite a los autores transmitir un conocimiento, principalmente a través de eventos académicos. Sus formatos incluyen el modelo tradicional (físico), digital, de sitio dividido y electrónico. Su elaboración es distinta según el proyecto que se desee transmitir, así como acorde a las indicaciones y directrices del evento académico en el cual se esté participando. Sin embargo, implica consideraciones básicas relacionadas con su contenido (fuente, uso de imágenes, control de los espacios, la organización/disposición y la selección de colores. (Rodriguez, 2022)

Teniendo en cuenta lo anterior, y con el ánimo de aportar a la divulgación de los resultados obtenidos para el diseño de un producto agroturístico, se plantea una propuesta y esquema de un poster, para que pueda ser presentado de manera tradicional, a través de una lámina impresa de tamaño de 70 x 100 cm, o también se pueda presentar en un formato digital a través de un monitor o computadora. La idea aquí, es que desde la gestión del proyecto Ecos-CTei, en alianza con el Programa de Turismo de la Universidad del Cauca, se aprovechen espacios académicos como congresos, conferencias, encuentros de semilleros, entre otros eventos que tanto del programa y otros espacios de la Universidad se gestionen, con el fin de hacer visible estos procesos que se han adelantado y también con el ánimo de visibilizar a Santander de Quilichao como un territorio de saberes y conocimientos.

Por otro lado, y como se mencionó anteriormente, el poster consiste en una propuesta para la cual se plantea un esquema, es necesario que: para que sea visualmente atractivo y llame la atención, el proyecto ECoS-CTei, realice un aporte en el diseño gráfico, ediciones de color, empleo de espacios, entre otros aspectos de diseño que se puedan considerar importantes para visualización del poster. En la siguiente ilustración se observa la propuesta y esquema del poster.

# PROPUESTA DE DISEÑO DE UN PRODUCTO AGROTURÍSTICO PARA EL MUNICIPIO DE SANTANDER DE QUILICHAO COMO ESTRATEGIA DE APROPIACIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO

Yineth Alexandra Omán Quinayás  
Universidad del Cauca

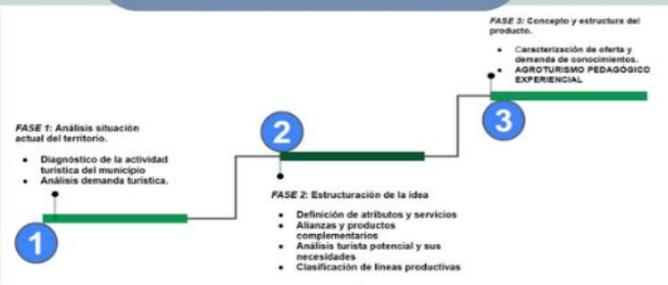
## PROBLEMA

Brecha entre la oferta y demanda del conocimiento en el departamento del Cauca, especialmente en la línea productiva de agroturismo en el municipio de Santander de Quilichao, lo que ocasiona una escasa innovación para el desarrollo social y una subvaloración de saberes, capacidades locales y tradiciones.

## METODOLOGÍA

Acción Participación (IAP) el cual es un método que combina dos procesos, el de conocer y el de actuar. La IAP proporciona a las comunidades un método para analizar y comprender mejor la realidad de la población, pues permite identificar sus problemas, sus necesidades, capacidades y recursos y a la vez permite planificar acciones y medidas para transformarla y mejorarla

## METODOLOGIA PARA EL DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO



## CONCLUSIONES

Un producto agroturístico: un eje transversal para la generación de apropiación social del conocimiento en un territorio, pues permite que a través de diferentes dinámicas la interacción entre el saber campesino con todas las disciplinas del conocimiento para resolver problemas y procesos de innovación no solamente en el sector agropecuario, sino también en el sector ambiental y social.



## OBJETIVO

Generar estrategias para para divulgar y fortalecer productos, servicios, capacidades locales, conocimientos y saberes de los actores que participan en la línea productiva de agroturismo en el municipio de Santander de Quilichao.

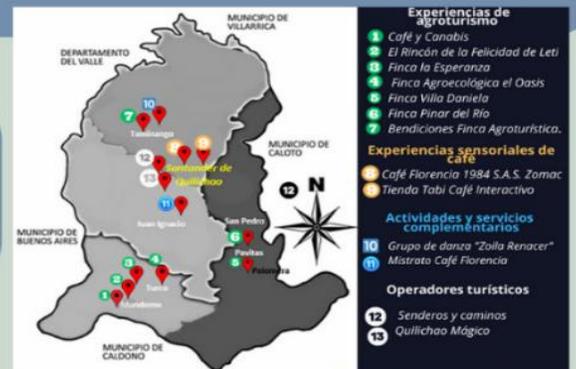
## ¿CUAL?

Proponer el diseño de un producto agroturístico como estrategia de APROPIACIÓN social del conocimiento para el municipio de santander de Quilichao

## RESULTADOS

- 19 iniciativas caracterizadas: previa identificación desde el proyecto ECoS-CTel.
- Identificación y caracterización de oferta y demanda de conocimientos.
- Propuesta de producto agroturístico como estrategia de apropiación social del conocimiento.
- Mapa de experiencias agroturísticas
- Actividades sensoriales de café para el agroturismo.

68% de las  
iniciativas  
dentro del  
mapa de  
experiencias



## PRODUCTOS Y SERVICIOS

- Hospedaje
- cocina ancestral
- Bebidas de diseño exclusivas de café y cannabis
- Café en sus diferentes métodos de preparación y filtrado.
- Café de especialidad tostado y molido.
- Cóctel de cítricos de la finca - bebida tradicional chirrincho.
- panela pulverizada, bloque en diferentes presentaciones, miel saborizada, panola granulada
- Trucha, huevos de campo
- Productos orgánicos / Cosecha de cultivos de temporada
- Productos de colmena (miel, polen, propóleo)
- Rutas de naturaleza y comunitarias en el territorio



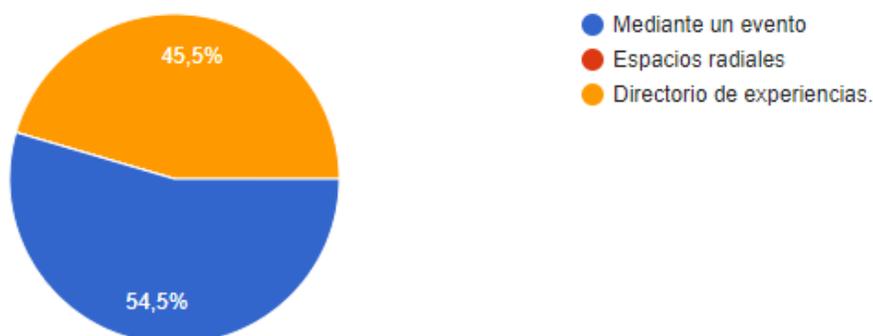
### 5.3 Intereses de los actores directos del proyecto.

Continuando con la definición de la estrategia y teniendo en cuenta la opinión de los actores directos del proyecto (comunidad), para la divulgación de los resultados obtenidos, primeramente, se socializó ante los representantes de las iniciativas que hacen parte del proyecto ECoS-CTei los avances alcanzados y victorias tempranas desde la práctica profesional, se compartió un formulario en el cual se hicieron tres preguntas claves, una de selección múltiple y dos preguntas abiertas. En la siguiente ilustración se muestran los resultados obtenidos de la pregunta de selección múltiple.

*Ilustración 10: Respuesta estrategia de divulgación.*

¿Como quiero dar a conocer las actividades y esfuerzos que se han identificado en estas dinámicas de trabajo?

11 respuestas



El formulario lo respondieron 11 representantes de las iniciativas que estuvieron presentes en la socialización de los resultados, de esos 11 representantes, el 54,5% prefieren la realización de un evento y el 45,5% prefieren un directorio de experiencias. En ese sentido, se toma la respuesta con mayor puntuación donde la idea de realizar un evento manifestada por los actores es que se muestren las dinámicas que se vienen realizando en cada emprendimiento o iniciativa, que se puedan reconocer esos saberes que hay detrás de cada proceso y más allá de eso, se plantea seguir fortaleciendo vínculos con diferentes actores del sector social, empresarial y la academia, donde se logre llevar a otro nivel la innovación en los diferentes procesos productivos de la región, permitiendo con ello, posibilidades escenarios de diálogos e intercambio de conocimientos y se

puedan generar trabajos interdisciplinarios para resolver diferentes problemáticas y dificultades entorno al sector agropecuario, ambiental y social, y a través de esto se pueda aportar a un desarrollo local y crecimiento económico.

Las posibles alianzas que los actores esperan alcanzar se resumen en las siguientes:

- Alianzas con el SENA para seguir capacitándose en diferentes áreas y también aprovechar las alianzas con las universidades para continuar mejorando e innovando en sus líneas productivas.
- Con las instituciones educativas locales y regionales para que conozcan los emprendimientos y se puedan construir soluciones conjuntas para el desarrollo local.
- Entes del gobierno, cómo el Viceministerio de comercio, industria y turismo, FONTUR, y Procolombia, Gobernación del Cauca. Se resalta la necesidad también de fortalecer vínculos con la administración municipal, pues la gestión de ésta en términos de turismo es muy débil.
- Coordinaciones con entidades públicas, necesidad de seguir fortaleciendo vínculos con CRC, con el ánimo de seguir apostándole al desarrollo sostenible.
- Fortalecer alianzas con empresas, fundaciones, gestores culturales, organizadores de festivales y eventos donde se puedan dar a conocer estas iniciativas.
- Seguir contando con el equipo del proyecto y la academia para aprender a formular proyectos que beneficien a todos como equipo y como región.

Por lo anterior, se espera que con la realización del evento se logre invitar a los aliados del proyecto pertenecientes al Estado, la academia y sector productivo, y que éstos conozcan las dinámicas de trabajo que se han venido realizando desde el proyecto ECoS-CTei y cómo desde sus diferentes campos de trabajo pueden aportar a lo solución de esas necesidades de conocimiento presentes en los actores vinculados al proyecto.

Ahora bien, considerando que dentro del plan de acción que se tiene para el municipio de Santander de Quilichao, en la estrategia cuatro (4) que es “propiciar espacios de articulación y relacionamiento de los locales y regionales”, y donde se ve inmersa una de las actividades la cual es la realización de un evento que propicie el reconocimiento del territorio y las experiencias, se propone ajustar ese espacio para que los mismos actores sean quienes divulguen estos resultados

que se obtuvieron a través del esfuerzo conjunto para el diseño del producto agroturístico. La idea es que puedan visibilizar sus emprendimientos y por medio de la autogestión organizar una serie de actividades que les permita captar la atención de los actores que hacen parte de la Ciencia, Tecnología e Innovación, y sean éstos quienes aporten a la solución de esas demandas de conocimiento encontradas a raíz de la caracterización de cada iniciativa.

En la siguiente tabla, se proponen los comités con sus respectivas actividades que se deben tener en cuenta en una primera etapa para la realización del evento, donde sean los mismos actores directos (Representantes de cada iniciativa) quienes lideren la planeación y ejecución del mismo.

*Tabla 12: Comités y actividades para el desarrollo del evento.*

<b>COMITÉ</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
Comité de planificación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar cronograma para el pre evento, desarrollo del evento y post evento.</li> <li>• Definir el objetivo del evento.</li> <li>• Determinar la temática del evento.</li> <li>• Definir el público al cual se va a dirigir,</li> <li>• Establecer fechas y horarios.</li> </ul>
Comité de programas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir contenidos para presentar en el evento.</li> <li>• Delegar a un representante del equipo ECoS-CTei, para que cuente sobre la experiencia y los procesos adelantados desde las dinámicas del proyecto.</li> <li>• Organizar una lista de invitados Y convocar a los actores que hagan parte de Ciencia, tecnología e invitación.</li> <li>• Realizar una lista de las principales demandas de conocimiento que como iniciativas y equipo se desean fortalecer</li> </ul>
Comité de logística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar y reservar el espacio donde se va a realizar el evento.</li> <li>• Gestionar el equipo de audio, video, mesas, sillas, etc.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Controlar las entradas y listados de asistencias.</li><li>• Diseñar una encuesta de satisfacción y sugerencias para entregarla al finalizar el evento.</li></ul>
Comité de promoción.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar material promocional del evento.</li><li>• Coordinar campañas de publicidad.</li><li>• Difundir el evento a través de redes sociales y radio.</li></ul>
Comité de patrocinio.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asegurar los recursos financieros necesarios para la realización del evento.</li><li>• Identificar posibles patrocinadores y contactarlos.</li><li>• Elaborar presupuesto para el desarrollo del evento.</li><li>• Llevar control de los gastos.</li></ul>

*Nota:* Elaboración propia.

## 6 CONCLUSIONES.

La propuesta de diseño de un producto agroturístico en el marco de la Alianza Programa de Turismo – Proyecto ECoS-CTei, deja importantes y significativos aprendizajes y lecciones, no solamente como parte de un proceso formativo, sino como un trabajo que refleja el interés y motivaciones de una comunidad que apuesta por el agroturismo como una de sus líneas estratégicas. En este sentido varios aspectos, teóricos y prácticas desarrollados con las comunidades nos permiten abordar las siguientes conclusiones:

El desarrollo de un producto agroturístico puede ser un eje transversal para la generación de apropiación social del conocimiento en un territorio, pues permite a través de diferentes dinámicas la interacción entre el saber campesino con todas las disciplinas del conocimiento para resolver problemas y procesos de innovación no solamente del sector agropecuario, sino también en el sector ambiental y social.

El desarrollo de productos turísticos es una responsabilidad compartida, entre el sector público y el privado, por lo que la coordinación entre ambas partes será la que asegure la viabilidad del producto.

Las dinámicas del agroturismo engloban un amplio tejido de conocimientos a partir de las diversas prácticas que se desarrollan en cada línea productiva, por lo que a su vez genera un gran impacto no solamente en las comunidades receptoras, sino en la experiencia generada hacia los que se motivan a conocer el proceso que día a día vive un campesino, y en ese sentido se convierte en un foco de interés para el mundo de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Es importante destacar el trabajo de las comunidades en cada uno de los espacios de encuentro, pues gracias a ello, fue posible contar con una caracterización de cada iniciativa de las cuales se pudo establecer esos atractivos o recursos focales y permitir a las iniciativas considerar y articular una oferta de servicios y productos complementarios y aquellas iniciativas de apoyo que aportarán en el fortalecimiento de otros campos de conocimiento para la diversificación de productos y servicios, además de forjar alianzas que contribuyan a posicionar al municipio como un territorio de conocimientos para el desarrollo local.

Se hace evidente que no existe una metodología completamente indicada para el diseño de producto y que a medida que el trabajo avanza, es necesario reconsiderar la propuesta

metodológica dependiendo de las necesidades, características y singularidades de los territorios a fin de acercarse a la pertinencia, la cual solo se puede conseguir con la intervención de los distintos actores en las dinámicas de planificación de la actividad turística.

El agroturismo, se puede considerar como una alternativa de desarrollo para el municipio de Santander de Quilichao, pues genera impactos positivos convirtiéndose en un instrumento para la difusión cultural, nuevas alternativas de diversificación para los procesos productivos y permite la valoración y reconocimiento de la diversidad natural y cultural que como territorio se identifica.

## 7 RECOMENDACIONES

El presente trabajo proporciona una base de datos a partir de la caracterización de las iniciativas, sin embargo, es necesario que a medida que como grupo se vayan fortaleciendo, puedan ir complementando algunos vacíos que quedan pendientes con el ánimo de contar con una amplia información consolidada y verídica que permita enriquecer las experiencias turísticas. Al mismo tiempo es importante que estas iniciativas estén organizadas para llevar a cabo sus planes en el corto, mediano y largo plazo.

Por otro lado, en cuanto a la identificación de las demandas o necesidades de conocimientos que se necesitan fortalecer, es importante que se tengan en cuenta para posteriores proyectos desde la administración municipal, entidades gubernamentales, instituciones académicas, etc, que lleguen al municipio y se parta desde esas caracterizaciones que se han logrado identificar desde el proyecto ECoS.CTei y desde el desarrollo de esta práctica profesional, pues estos son insumos que se han generado a partir de encuentros con las comunidades quienes son los que conocen las necesidades de su territorio.

Es importante que los operadores turísticos existentes en el municipio aprovechen los insumos generados desde esta práctica profesional para diversificar sus servicios en las rutas que se ofertan actualmente y de esta manera contribuyan al reconocimiento de las potencialidades que existen dentro del municipio de Santander de Quilichao.

A partir de este trabajo se generan unos insumos necesarios para la dinamización del agroturismo en el municipio de Santander de Quilichao, sin embargo, es necesario que desde la administración municipal se tengan en cuenta el fortalecimiento de aspectos como la promoción y el apoyo en señalética turística para generar flujos de demanda que le aporten al desarrollo de las comunidades.

Por último, y para el desarrollo o ejecución de esta propuesta, es necesario que: los actores directos del proyecto logren un fortalecimiento como equipo, se generen estrategias de asociatividad y a partir de la autogestión se logre consolidar la propuesta para que sea una realidad.

## 8 REFERENCIAS

- Airbnb. (15 de febrero de 2022). *Tres tendencias que impulsarán el turismo en Colombia en 2022*. Obtenido de <https://news.airbnb.com/ea/tres-tendencias-que-impulsaran-el-turismo-en-colombia-en-2022/>
- Aldeando. (Diciembre de 2021). *Aldeando* . Obtenido de Tendencias del turismo rural en 2022: <https://aldeando.com/tendencias-del-turismo-rural-en-2022/>
- Andrade , R. M., & Ullari, D. N. (2015). Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88142120014>
- Asociación Colombiana de Universidades. (20 de Mayo de 2021). *Medios alternativos para la divulgación científica de la Agenda 2030 y los ODS*. Obtenido de <https://ascun.org.co/en-el-webinar-medios-alternativos-para-la-divulgacion-cientifica-de-la-agenda-2030-y-los-ods-se-hablo-sobre-medios-digitales-universitarios/>
- Barbosa, M. (2007). La política de turismo cultural y el diseño de producto turístico cultura. Caso: Corredor Turístico Bogotá-Boyacá-Santander. *Revista Escuela de Administración de Negocios*.
- Cardoso de Santana, J., Maracajá, K., & De Araujo Machado , P. (2021). TURISMO CULTURAL Y SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA: MAPEO DEL DESEMPEÑO CIENTIFICO DESDE WEB OF SCINCE . *Turismo y Sociedad* .
- Carpio , M. J. (2000). Desarrollo local para un nuevo desarrollo rural.
- Cassany, D., López, C., & Marti, J. (Noviembre de 2014). *Divulgación del discurso científico. La transformación de redes conceptuales. Hipótesis, modelo y estrategias*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Cassany/publication/275034470\\_La\\_transformacion\\_divulgativa\\_de\\_redes\\_conceptuales\\_cientificas\\_hipotesis\\_modelo\\_y\\_estrategias/links/5559c46408ae980ca6108f00/La-transformacion-divulgativa-de-redes-conceptuales-cie](https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Cassany/publication/275034470_La_transformacion_divulgativa_de_redes_conceptuales_cientificas_hipotesis_modelo_y_estrategias/links/5559c46408ae980ca6108f00/La-transformacion-divulgativa-de-redes-conceptuales-cie)
- Cienfuegos, V. M., & Pompillo , A. A. (2011). Actores/agentes universitarios para el desarrollo local. *Espacios Públicos*.

- Cruz, J. P. (2 de Agosto de 2022). *Tendencias y oportunidades para el sector turismo en Colombia*.  
Obtenido de <https://www.ccmpe.org.co/tendencias-y-oportunidades-para-el-sector-turismo-en-colombia/#:~:text=En%202022%20est%C3%A1n%20en%20el,mitigar%20las%20emisiones%20de%20carbono>.
- Echeverri , R. A., & Vieira, S. J. (2022). Tendencias en la Investigación del Turismo Sostenible en Latinoamérica y el Caribe: Una análisis bibliométrico. *Revista Universidad y Empresa*.
- Gomez, A., Acosta, Y., & Rodríguez , L. (2012). El agroturismo como opción de diversificación económica en la comunidad de Yaracal, estado Falcón. *Multiciencias* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90431109054>
- Hernández, O. I. (1 de Abril de 2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5045/504558496008/html/>
- Lopez, B. J., & Lopez , B. L. (2008). la capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. *PERIPLO*.
- MinCiencias . (21 de Julio de 2020). *CONVOCATORIA NACIONAL PARA EL RECONOCIMIENTO Y MEDICIÓN DE GRUPOS DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO TECNOLÓGICO O DE INNOVACIÓN Y PARA EL RECONOCIMIENTO DE INVESTIGADORES DEL SISTEMA NACIONAL DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN - 2021*.
- Minciencias. (2021). *Política Pública de Apropiación Social del Conocimiento en el marco de la CTeI*. Bogotá D.C.: 2021.
- Morillo , M. M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación,. *Revista, Visión gerencial*.
- Olaya, R. J., Landeta , B. N., Sobenis , C. J., & Torres , V. R. (2020). *PLANTILLA DE CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS Y PARÁMETROS TECNOLÓGICOS DE APLICACIÓN MÓVIL PARA DESTINOS Y SERVICIOS VINCULADOS AL*

- AGROTURISMO. *REVISTA PERTINENCIA ACADÉMICA*. Obtenido de <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/rpa/article/view/2566/2174>
- OMT . (17 de Enero de 2023). *EL TURISMO VA CAMINO DE RECUPERAR LOS NIVELES PREPANDÉMICOS EN ALGUNAS REGIONES EN 2023*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20%C3%BAltimo%20Bar%C3%B3metro%20del,niveles%20anteriores%20a%20la%20pandemia>.
- OSTELEA TOURSM MANAGEMENT SCHOOL. (30 de Enero de 2022). *Tendencias en turismo para el 2022*. Obtenido de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/tendencias-en-turismo>
- Pabón, R. (2017). Apropiación social del conocimiento: una aproximación teórica y perspectivas para Colombia. *Educación y Humanismo*.
- Proyecto ECoS-CTeI Cauca. (2021). *vri.unicauca*. Obtenido de Sitio web ECoS-CTeI, Tejiendo Confianza.: <http://vri.unicauca.edu.co/ecos-ctei/ecos-ctei>
- Reviriego, J. F. (2021). *Auge del agroturismo como tendencia viajera*. (C. d. Turística., Editor) Obtenido de Andalucía.Lab: <https://www.andalucialab.org/blog/auge-del-agroturismo-como-tendencia-viajera/>
- Rodrigues, F. D., & Sánchez, M. J. (2021). La función de las áreas agrícolas en el debate epistemológico sobre el turismo rural, el agroturismo y el agroecoturismo. *Revista de Geografía Norte Grande*. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-34022022000100235&lang=es#B68](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34022022000100235&lang=es#B68)
- Rodriguez, Y. C. (2022). Características y consideraciones para la elaboración del póster académico en la Educación Superior. *SciELO Analytics*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0864-21412022000100018](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412022000100018)
- Salinas, C. E., & Medina, P. N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180714240007>

- Santos, V. E. (Diciembre de 2010). *DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-34292010000300001#:~:text=La%20divulgaci%C3%B3n%20del%20conocimiento%20cient%C3%ADfico,los%20especialistas%20en%20la%20materia.](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34292010000300001#:~:text=La%20divulgaci%C3%B3n%20del%20conocimiento%20cient%C3%ADfico,los%20especialistas%20en%20la%20materia.)
- Shaid , R. R., Pulido, F. J., & Rodriguez, H. I. (2017). El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. *Revista de Estudios Regionales*.
- Universidad del País Vasco. (2006). *Diccionario de Acción Humanitaria*. Recuperado el mayo de 2023, de <https://www.dicc.hegoa.ehu.eus/listar/mostrar/132>
- Universidad Tecnológica Centroamericana. (2022). *Del manuscrito al diseño: la enseñanza del póster como estrategia de divulgación científica*. Obtenido de <https://www.unitec.edu/tekne/volumen-1/numero-1/poster-como-estrategia-de-divulgacion-cientifica/>
- Vázquez , B. A. (2009). Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Apuntes del CENES*.

## 9 ANEXOS

**Anexo 1.** Cuestionario para líder del componente Cultura de la innovación del proyecto ECoS-CTei.

### **PRACTICA PROFESIONAL, PROPUESTA DE DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO**

#### **UNIVERSIDAD DEL CAUCA**

**Objetivo:** Obtener información de la persona líder del componente Cultura de la innovación y utilizarlo como insumo base para el desarrollo de la propuesta de diseño de un producto agroturístico.

#### **PREGUNTAS**

1. ¿Cuáles han sido las experiencias o iniciativas de turismo y agroturismo identificadas en el municipio?
2. ¿Cuáles han sido las dinámicas de trabajo desarrolladas con los actores de las experiencias o iniciativas? ¿Cómo ha sido el proceso, cuáles han sido las actividades? ¿Talleres? ¿Qué tipo de información se ha obtenido?
3. ¿Qué estrategias se están utilizando para fortalecer la apropiación social del conocimiento en el marco de la CTeI?
4. ¿Cómo es la articulación del sector público y privado dentro del proyecto/línea de agroturismo.
5. ¿Cómo ha sido la alianza entre los actores UEES? ¿Cuáles empresas están involucradas? ¿Cuál ha sido el papel del estado? ¿Qué dificultades se han presentado con las comunidades?
6. ¿Cuál ha sido el avance en los resultados previstos del proyecto en términos del agroturismo en cada municipio?
7. ¿En qué punto convergen las líneas productivas de agroturismo, cafés especiales y TIC's para el desarrollo?

**Anexo 2:** Cuestionario para líder de la Línea Productiva de Agroturismo del proyecto ECoS-CTei.

## PRACTICA PROFESIONAL, PROPUESTA DE DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO

### UNIVERSIDAD DEL CAUCA

**Objetivo:** Obtener información de la persona líder de la Línea Productiva de Agroturismo y utilizarlo como insumo base para el desarrollo de la propuesta de diseño de un producto agroturístico.

### PREGUNTAS

1. ¿Cómo se dimensiona el agroturismo desde el proyecto? ¿Qué enfoque?
2. ¿Cuáles son las líneas productivas identificadas dentro del agroturismo?
3. ¿Cuántas fincas, iniciativas o asociaciones hay? ¿Cuántos actores son?
4. ¿Con que actores están trabajando?
5. ¿Cuál ha sido el principal reto para trabajar con los actores beneficiarios e institucionales de la línea productiva de agroturismo? ¿Cuál ha sido la respuesta de esos actores?

**Anexo 3:** Caracterización de las iniciativas del municipio de Santander de Quilichao que hacen parte del proyecto ECoS-CTei.

Nombre del encargado	Nombre de la iniciativa	Sector al que pertenece	Descripción del lugar /emprendimiento	Ubicación
Ivana González Rodríguez - Diana Ibeth Perlaza Serna	CORPOTURQ - Corporación Promotora de Turismo Quilichagueño	Promotores de Turismo de la región	CORPOTUQ es una entidad sin ánimo de lucro, encargada de promover el desarrollo turístico local teniendo en cuenta la conservación de los recursos culturales y naturales. como también contribuyendo a la generación de ingresos a las comunidades locales, permitiendo una interacción en la que los visitantes disfrutan con armonía en los diferentes escenarios.	Casco Urbano-Santander de Quilichao
Deyanira Bocanegra Mejía	Huerta Urbana con historia y sabor a Quilichao para la soberanía alimentaria	Gestión cultural - portadores de saberes	Es una huerta, ubicada en la zona urbana del municipio de Santander de Quilichao, específicamente en el barrio el Jardín, iniciativa para dar un mensaje a las personas sobre la importancia de conservar las plantas medicinales para el beneficio propio y para la comunidad en	Cll 19 # 13 - 71 B- El Jardín

			general. en esta huerta también cuenta con plantas frutales como limón y mandarina, se cultiva el pipi longo que es una planta representativa de la culinaria ancestral, además de otras hortalizas como el cilantro, cimarrón, cebolla, lechuga, tomate. la finalidad de esta huerta para un compartir de saberes con respecto a los beneficios de las plantas con las que se cuenta en la huerta.	
Diana Ibeth Perlaza Serna	Ruta la Matriarca	Turismo agroecológico	es una empresa familiar con enfoque ambiental, cultural, practicas agropecuarias y de servicios que a través de un turismo sostenible se puede vivenciar emprendimientos que generan bienestar al visitante y a cada una de las familias actoras	Vereda San Pedro - Sector Cambalache.
Carmen Elena Mosquera	Corporación Pajareros de la Tierra de Oro - Nit 901586841-0	Cuidado y educación ambiental a través de las aves.	Es una corporación que se enfoca en la educación y el cuidado ambiental a través de las aves en el municipio de Santander de Quilichao. organizan jornadas o salidas, pasadías para estudiantes de ciencias biológicas y extranjeros, niños adultos interesados en aprender sobre aves. científicos para fotografía, investigaciones y otros estudios.	Santander de Quilichao
Ana Leticia Carabalí Salazar	El Rincón de la felicidad de Leti.	Agroturismo	Es una microempresa familiar ubicada en la vereda San Isidro, Corregimiento de Mondomo, esta, se caracteriza por ser una granja integral, cuenta con diversidad en especies menores, hortalizas y producción de café especial. En este espacio, se invita a vivenciar una experiencia campesina, donde el turista tiene la oportunidad de aprender a alimentar los animales, a cosechar el café, conocer el proceso del trillado, tostado, y la degustación del café especial producido en la finca. Pero más allá de conocer estos procesos, se invitan a valorar el trabajo del campesino del día a día.	Vereda San Isidro - Corregimiento de Mondomo.
Fabian Cifuentes	Café y cannabis	Agroturismo y café especiales.	Café y cannabis está ubicada en el corregimiento de Mondomo sobre la vía panamericana, ésta, es una empresa	Corregimiento de Mondomo

			creada con el fin de rescatar las plantas ancestrales y promover el desarrollo de la industria y una cultura basada en el buen uso del cannabis medicinal y el café de especialidad; ofreciendo una experiencia diferente en agroturismo y el disfrute de bebidas de diseño exclusivas de café y cannabis.	sobre la vía panamericana.
Gustavo Andrés Trochez	Café Florencia 1984 S.A.S. Zomac	Cafés especiales y Agroturismo	Es una micro empresa familiar ubicada en el Parque Industrial el Cofre, bodega 3 y en la vereda Domingullo de Santander de Quilichao. Principalmente, se caracteriza por ser una comercializadora de café especial y cuentan con una planta para la trilla, tostión, molienda y empaque con notificación sanitaria Invima, además cuentan con registro de exportación, y prestan el servicio de catación y perfilación de muestras de café. Brindan el servicio de asesoría y acompañamiento en todos los procesos de cultivo del café. Suministran equipos y herramientas para la agricultura y ofrecen el servicio de inmersión en la experiencia agroturística por medio de pasadías donde se conocen los viveros con los que cuentan y se aprende sobre las 11 variedades de café de especialidad que hay sembradas hasta terminar en una experiencia sensorial.	Parque Industrial el Cofre - Bodega 3. Santander de Quilichao. (experiencia sensorial y de transformación) Finca 1: crucero del Pescador, (Recorrido por la finca) Finca el Crucero. Finca 2: Mistrató Café Florencia - Vereda Domingullo. (hospedaje y alimentación)
Eider Monter Vega	Finca Pinar del río	Agroturismo	La finca está ubicada en la vereda Pavita, en la microcuenca del Río Quilichao, a dos kilómetros de la reserva Munchique, es una finca agrícola, donde tienen dos líneas fuertes de producción como lo es el café y la panela, esta finca cuenta con 20 hectáreas, y aquí el turista, puede conocer los procesos para las crías de gallinas ponedoras, técnicas de siembra en las huertas, conocer las área de cultivos de transición como arveja, árboles frutales, jardines, entre otros, y vivenciar los procesos artesanales del café desde el tueste y molienda para la venta en alianza con una tienda artesanal.	Vereda Pavita - a 6 k del casco urbano del municipio de Santander de Quilichao

			Además, se pretende que a través del turismo se genere un valor agregado a esas dos líneas productivas y se reconozca el trabajo del campesinado.	
Paulo Andrés Castro	Finca Agroecológica el Oasis	Agroturismo	Es una iniciativa familiar de dos zootecnistas ubicada en la vereda el Turco, corregimiento de Mondomo, donde se busca promover la agricultura limpia, promover acciones agroecológicas, la soberanía alimentaria y el buen vivir, Además se pretende hacer un trabajo mancomunado entre todas las disciplinas del conocimiento para resolver problemas del sector agropecuario, ambiental y rural.	Corregimiento de Mondomo - Vereda el Turco
Juan Camilo Leon Vivas	Finca la Esperanza	Agroturismo y agrícola	Ubicada en la vereda Chontaduro del corregimiento de Mondomo, es una finca donde se busca transmitir el amor por el campo, está caracterizada por el cultivo de diferentes frutas exóticas y cítricos, y dentro de la experiencia que brinda, el turista tiene la oportunidad de conocer las diferentes dinámicas y técnicas de siembra de sus procesos productivos, haciendo énfasis en los micro lotes de las frutas exóticas, deleitarse con cócteles a base de los cítricos de la finca con chirrinchi que es una bebida tradicional alcohólica proveniente del guarapo, también conocer y degustar recetas ancestrales de la región que mediante dinámicas de alianzas e investigaciones han venido fortaleciendo. Además, también puede conocer los procesos de apicultura y caficultura.	Corregimiento de Mondomo - Vereda Chontaduro
Marisela González Balanta	Bendiciones Finca Agroturística	Turismo agroecológico	Ubicada en la vereda Taminango, es un espacio para apreciar el entorno rural y cultural; la finca, está rodeada de jardines y fauna silvestre, se destaca la siembra de diversos frutales y otras especies de flora de la región, también se encuentran otras plantas con propiedades antioxidantes, ornamentales y frutales ( como la jabuticaba, la naranja, limón	Vereda Taminango

			<p>mandarín, limón Taití, suelda de caballo o matapalo, heliconias, la carambola, la oreja de elefante, bromelias, árbol de mano de oso, el mortiño blanco, guayacán rosado, el samán que es el árbol emblemático de Santander de Quilichao, tachuelo, entre otros), los gestores de este lugar, buscan que a través de la interdisciplinariedad y las dinámicas del turismo, se fortalezcan procesos de aprendizaje a través del intercambio de conocimientos desde el saber cómo campesinos, el saber desde la academia y de las diferentes áreas de conocimiento.</p>	
Eduard Prado Orozco	Finca Villa Daniela - Tienda Tabi Café Interactivo	Agroturismo y Cafés especiales	<p>La Finca Villa Daniela está ubicada en la vereda la Palomera a 10 km del casco urbano de Santander de Quilichao, es una iniciativa donde se está pensando en vender experiencias agroecológicas, enfocándose principalmente en el proceso de transformación del café y mostrar esa interacción del café con el medio ambiente, ofrece recorridos para conocer los procesos desde la siembra hasta terminar en un show de café con diferentes métodos de filtrado, donde sea el mismo visitante que tenga la oportunidad de prepararlo. Además, se ofrecen otras experiencias relacionadas con el campo y el recorrido a la Reserva Natural “Cerro Munchique”, todo ello en articulación con otras iniciativas de la localidad.</p> <p>Tienda Tabi Café Interactivo: se encuentra ubicado en el parque Bolívar donde está el Samán que es uno de los árboles más antiguos y se ha convertido en una insignia del municipio. Éste, es un sitio para crear cultura cafetera en el municipio, aquí, se muestra todo el proceso de tostión hasta la bebida del cliente, la idea es que las personas puedan interactuar y conocer sobre el café a través de experiencias sensoriales y capacitaciones en barismo y catación.</p>	<p>La Palomera a 10 km del casco urbano a una altura de 1740 mts snm. cerca al cerro Munchique. Café Tabi. Cll 3 6 33, sector de gradas de Belén.</p>

			Todos los productos que aquí se encuentran son elaborados de manera artesanal.	
Yennifer / Olga / Maricela	Quilichao Mágico	Corporación de Turismo	La Corporación de Turismo Quilichao Mágico, es una asociación civil de participación de carácter privado, sin ánimo de lucro creada bajo las leyes colombianas. En un porcentaje alto está conformado por mujeres, perseverantes y emprendedoras, con el firme propósito de visibilizar los tesoros locales del municipio de Santander de Quilichao, departamento del Cauca y Colombia. Por la belleza de sus entornos naturales, sus sitios rurales, con sus tradiciones, costumbres e ideas desde la concepción del mundo. Además, se tiene en cuenta la participación del trabajo comunitario en cada región visitada. Promoviendo la comercialización de sus productos y servicios. Gestionando alianzas para tener espacios seguros para la ejecución de las rutas. Es una organización que promueve la conservación, protección del ambiente con prácticas sostenibles.	Santander de Quilichao
Martha Elena Ángel, Susana Gómez	Senderos y caminos.	Agroturismo - rural comunitario, turismo de naturaleza.	Es operadora turística del municipio de Santander de Quilichao (Cauca), que se enfoca en promover destinos locales donde se valoren los conocimientos y saberes que hay detrás de cada experiencia, donde se ofrecen actividades al aire libre y además se promueve el cuidado del medio ambiente.... vender experiencias positivas aportando a su salud y bienestar... promover la economía local a través de diferentes experiencias vivenciales. ayudando a artesanos y ofreciendo otros productos locales de la comunidad.	Cll 2 Sur 9 A 30 B El Canalón - Santander de Quilichao

Soraya Inés Trujillo Moreno	Asociación mujeres caficultoras de Pescador	Productoras de café especial	Es una asociación de 28 Mujeres caficultoras del corregimiento de pescador del municipio de Caldono, están ubicadas en 7 veredas del corregimiento y además se encuentran vinculadas en diferentes procesos profesionales, esta interdisciplinariedad ha permitido fortalecer los conocimientos desde diferentes dinámicas. como alianzas UEES la asociación se caracteriza por tener un buen compromiso con el cuidado y manejo ambiental y el seguir fortaleciendo sus conocimientos en los diferentes procesos del café, lo cual les ha permitido ser reconocidas en el mercado.	Corregimiento de Pescador, Municipio de Caldono
Lorena Cayapu Karold Cometa y	ASPROCEAC - Asociación de productores y comercialización de cafés especiales con sostenibilidad ambiental de Caldono.	Cafés especiales	Es una asociación de productores y comercializadores de café pergamino seco, además se dedican a la gestión de proyectos. como asociación cuentan con una segmentación de mercados que les permiten una fácil comercialización.	Vereda Chindaco - Municipio de Caldono
Gerardo Bonilla González	Cooperativa de caficultores del Norte del cauca - CAFINORTE	Cafés especiales	Son comercializadores de café pergamino seco, cumplen a la federación con la garantía de compra.... Es un emprendimiento que cuenta con tres líneas de café las cuales son: el café tradicional, café especial y café diferenciado. Manejan el tema de comercialización de micro lotes de cafés de alta calidad. cuentan con un laboratorio de calidades donde brindan formación y capacitación a las caficultores.	CRA 13 # 6 37 - B Panamericano. Santander de Quilichao - Sede principal
Yina Jiménez Echeverri	Citrone la Manualidades	Artesanías	Citronela (nombre de una planta), nombre referencial... es una iniciativa familiar, trabajan el tema de pinturas, mochilas, bolsos para celulares en estilo guajiro. se pretende hacer bolsos más elegantes. también hacen bisutería artesanal... manillas, fotografías, llaveros, aretes personalizados...se	Barrio Morinda CR 23 1 B 44 - Santander de Quilichao

			pretenden conocer otras materias primas representativas del territorio para poder darle un valor agregado a su emprendimiento...	
Nilsa Moreno		Proceso artesanal de pulpa de frutas	Es un proceso a base de fruta 100% natural y frescas, sin aditivos químicos. Se consigue la materia prima por medio de los campesinos de la región, con el fin de comercializarlo en tiendas y restaurantes, redes sociales, domicilios	Calle 11 bis N° 16 c 21 Barrio Niño Jesús de Praga (Santander de Quilichao).

**Anexo 4:** Puntaje de criterios de selección para grupos focales, de apoyo y complementarios.

Nombre de la iniciativa	Sector al que pertenece	Oferta de actividades turísticas	Actividades experienciales organizadas	Oferta de conocimientos	Manejo redes de comunicación	Variedad de servicios complementarios	Variedad productos ofertados	Situación administrativa	Identificación mercados turísticos	Seguridad	Accesibilidad	Señalización	PUNTAJE TOTAL	GRUPO
		<i>Puntaje</i>												
<b>El Rincón de la felicidad de Leti.</b>	Agroturismo	3	3	3	1	2	3	3	2	2	1	2	25	focal
<b>Café y cannabis</b>	Agroturismo y cafés especiales.	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	1	27	focal
<b>Café Florencia 1984 S.A.S. Zomac</b>	Cafés especiales y Agroturismo	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	29	focal
<b>Finca Pinar del río</b>	Agroturismo	3	3	3	0	2	3	3	3	2	1	1	4	focal
<b>Finca Agroecológica el Oasis</b>	Agroturismo	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	28	focal
<b>Finca la Esperanza</b>	Agroturismo y agrícola	3	3	3	1	2	3	3	3	1	1	2	25	focal

<b>Bendiciones Finca Agroturística</b>	Agroturismo - Paisajismo	3	3	3	0	2	3	3	2	2	3	1	5	focal
<b>Finca Villa Daniela - Tienda Tabi Café Interactivo</b>	Agroturismo y Cafés especiales	3	2	3	3	2	3	3	3	1	2	2	27	focal
<b>Huerta Urbana con historia y sabor a Quilichao para la soberanía alimentaria</b>	Gestión cultural - portadores de saberes	1	1	3	0	0	3	2	0	0	0	0	10	complementario
<b>Ruta la Matriarca</b>	Turismo agroecológico	3	2	3	0	2	3	2	3	0	0	0	18	complementario
<b>Corporación Pajareros de la Tierra de Oro</b>	Cuidado y educación ambiental a través de las aves.	0	1	2	1	1	1	1	2	0	0	0	9	complementario y de apoyo
<b>Senderos y caminos.</b>	Agroturismo - rural comunitario, turismo de naturaleza.	3	3	1	3	0	0	3	3	0	0	0	16	complementario y de apoyo
<b>Quilichao Mágico.</b>	Corporación de turismo.	3	3	2	3	0	0	3	3	0	0	0	17	complementario y de apoyo
<b>Asociación mujeres caficultoras de Pescador</b>	Productoras de café especial	0	0	1	1	0	2	1	0	0	0	0	5	apoyo
<b>ASPROCEAC - Asociación de productores y comercialización de cafés especiales con sostenibilidad ambiental de Caldon.</b>	Cafés especiales	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	3	apoyo
<b>Cooperativa de caficultores del Norte del Cauca - CAFINORTE</b>	Cafés especiales	0	0	2	2	0	3	3	0	0	0	0	10	apoyo
<b>Citronela Manualidades</b>	Artesanías	0	0	1	3	0	3	0	0	0	0	0	7	apoyo